Органический рост

Рынок электронной торговли в сегменте B2B — один из секторов экономики, в котором наша страна не отстает от развитых государств. Этому способствуют регуляторы, устанавливающие понятные правила торговли и функционирования электронных торговых площадок (ЭТП). Бизнес также оценил эффективность этого инструмента и активно его осваивает. Рынок зрелый, но потенциал все еще велик — лишь 15% всех сделок в РФ проходят через ЭТП.

— тенденции —

Электронные торговые площадки существуют в России уже более десятилетия. По словам генерального директора B2B-Center Алексея Дегтярева, российский рынок электронной торговли находится на уровне ведущих европейских экономик. Доля проникновения этих технологий растет с каждым годом. Так, в 2013 году около 14% закупок в B2B-секторе осуществлялось ЭТП. В 2014-м — 15%. При этом российский рынок развивается темпами, опережающими европейские. По экспертной оценке B2B-Center, в текущем году доля проникновения электронных торгов в России превысит аналогичный европейский показатель.

Общий объем электронной торговли в стране в 2014 году составил 20,5 трлн руб. Из них сегмент B2C (розничные продажи) — 0,7 трлн руб., B2G (госзакупки) — 5,5 трлн руб., B2B (государственные компании) — 9,2 млн руб., B2B (коммерческие компании) — 5,1 млн руб.

По оценкам B2B-Center, из-за сложной экономической ситуации в 2015 году рынок электронных закупок в сегменте B2G сократился: в первые три квартала по сравнению с аналогичным периодом 2014 года объемы закупок снизились на 8%, а их количество — на 4%.

В корпоративных закупках ситуация иная. На рынок продолжают выходить новые заказчики: число процедур увеличилось на 8%. Но параллельно идет процесс сокращения инвестиционных расходов. По словам Алексея Дегтярева, рост объемов торговых процедур есть, но незначительный. Заметный рост электронных закупок демонстрируют только отдельные компании, которые реализуют масштабные проекты.

Дмитрий Миндич, ведущий аналитик рейтингового агентства RAEX («Эксперт РА») и руководитель проекта «ЭТП в России: кто есть кто», комментирует: «В изучаемом нами сегменте закупок крупнейших компаний в 2014 году наметился небольшой, в пределах 5%, спад оборота рынка межкорпоративной электронной торговли. Причем сокращение оборота затронуло закупки как частных компаний, так и компаний с госучастием». По предварительным оценкам RAEX, эта тенденция сохранилась и в 2015 году: рынок в этом сегменте балансировал между стагнацией и спадом. При этом по итогам 2014 года значительно, примерно на 30%, уменьшилась средняя стоимость одной закупки. «Причем впервые уменьшение средней „стоимости чека“ по итогам года было отмечено еще в 2013 году, когда о грядущем кризисе говорили гипотетически. Косвенно это говорит о том, что перечень закупаемой номенклатуры под влиянием спада в экономике практически не изменился, однако компании стали экономить за счет сокращения объемов или уменьшения стоимости закупок»,— объясняет Дмитрий Миндич.

Он утверждает, что причина лежит на поверхности: объем рынка электронной торговли B2B — это производная от состояния экономики в целом. Спад деловой и инвестиционной активности компаний не мог не отразиться на показателях их закупочной деятельности. Эта тенденция уравновешивалась тем обстоятельством, что рынок еще очень далек от насыщения. «Кризис стимулировал внедрение электронных закупок в компаниях, которые их ранее не использовали. А корпоративные заказчики, которые ранее уже присутствовали на электронном рынке, планомерно наращивали долю закупок, проводимых в электронной форме. Электронные закупки — достаточно эффективный инструмент снижения затрат как на материально-техническое обеспечение компании, так и на организацию закупочной деятельности, и компании этим пользуются в непростых экономических условиях»,— добавляет господин Миндич.

Он также отмечает, что за последнее время случился приток новых крупнейших корпоративных заказчиков на рынок электронной торговли B2B и наращивание доли закупок в электронной форме заказчиками, которые уже присутствовали на этом рынке. Это в значительной мере нивелировало спад объемов межкорпоративной торговли, вызванный снижением деловой и инвестиционной активности компаний.

«Можно уверенно говорить о том, что рынок избежал „жесткой посадки“, а рост клиентской базы и активности крупнейших корпоративных заказчиков закладывает основы для восстановления быстрого роста рынка после завершения острой фазы экономического кризиса»,— говорит он.

Путь развития

Одним из определяющих трендов на рынке ЭТП остается государственное регулирование. Правительство неоднократно высказывалось о необходимости введения строгих правил работы площадок для проведения закупок в рамках закона №223-ФЗ. В следующем году должен пройти отбор универсальных площадок и для сферы госзаказа, и для закупок госкомпаний. Игроки надеются, что отбор будет проходить по прозрачной, открытой процедуре, с едиными требованиями для всех, объективной проверкой возможностей, участвующих в конкурсе ЭТП. В любом случае этот шаг регуляторов приведет в консолидации рынка — можно ожидать, что некоторые площадки исчезнут или будут поглощены более сильными игроками.

Трансграничная торговля — второй сильный тренд, который проявляется в стратегиях многих игроков. Так, Tender.pro сосредоточились на торговле с Китаем. B2B-Center запускает в следующем году торги с этой же страной. Из-за изменений курса рубля крупные заказчики все чаще смотрят на азиатские рынки. Некоторые клиенты ЭТП уже покупают серьезное оборудование в Китае, но при этом вынуждены либо открывать собственное представительство, либо отправлять своих представителей в зарубежную страну для контроля качества поставляемой продукции до ее отгрузки. В единичных случаях это работает, но для массовых закупок издержки высоки.

В B2B-Center уверены, что по этой причине в ближайшие годы будут выстраиваться механизмы осуществления закупок в Китае при помощи зарубежных партнеров — электронных площадок, маркет-плейсов, которые смогут обеспечить прозрачность характеристик покупаемых товаров и их качества. Именно для этого B2B-Center заключил договор с китайским партнером, который будет контролировать качество поставляемой в Россию продукции и проверять всех поставщиков.

Помимо Китая в B2B-Center видят существенный потенциал в торговле с Индией, Бразилией и другими странами Латинской Америки и Африки. Здесь существует ряд барьеров: отсутствие единых стандартов электронного документооборота, таможенного оформления и расчета логистики. Руководство B2B-Center общается с государственными структурами и зарубежными коллегами на эту тему в надежде эти проблемы нивелировать.

Третья тенденция рынка ЭТП — формирование отдельного сектора заказчиков из числа средних и малых предприятий. Для них создаются специализированные интернет-магазины и маркет-плейсы, которые автоматизируют взаимоотношения таких компаний друг с другом, сокращают время на проведение сделки и оформление документации. При этом сама процедура закупки гораздо проще, чем электронные тендеры на ЭТП, и близка к формату обычных интернет-магазинов.

Проникновение услуг ЭТП в сегменте межкорпоративной торговли продолжает увеличиваться, и кризис лишь подстегнул этот процесс. Если говорить о 200 крупнейших компаниях (входят в рейтинг RAEX-600), которые РА наблюдает уже третий год подряд, то по итогам девяти месяцев 2015 года закупки на внешних или корпоративных электронных площадках проводили почти 75% из них. «Таким образом, доля крупнейших компаний, использующих электронные закупки, за год вырастет, по нашим прогнозам, на 10 п. п. против 6 п. п. в 2014 году»,— уверен господин Миндич.

В целом рынок, по мнению аналитиков RAEX, растет за счет уже сформировавшихся массовых сегментов. Крупнейшие корпоративные заказчики ведут себя консервативно. В электронную форму они переводят закупки тех товаров и услуг, по которым на ЭТП уже проводятся значительные объемы торгов и давно сформированы большие пулы заказчиков и поставщиков. «Инноваторов», которые рисковали бы закупать на ЭТП сложные или относительно редкие товары, и тем самым вкладывались бы в создание новых ниш, среди крупнейших компаний очень мало.

При этом, по данным RAEX, корреляция между изменением объема инвестиций компаний и изменением объема проводимых ими электронных закупок слабая. «Но в будущем значение инвестиционных закупок для развития рынка B2B будет расти. Дело за малым — восстановить инвестиционную активность компаний хотя бы до докризисного уровня»,— говорит Дмитрий Миндич.

Развивающая конкуренция

Российский рынок электронных торгов в корпоративном сегменте в целом уже сформировался. Он существует больше десяти лет и развивается в условиях свободной конкуренции. По данным Минэкономики, в стране зарегистрировано свыше 120 электронных торговых площадок и электронных досок объявлений. Причем большая часть из них появились буквально за последние три-пять лет. Несколько лет рынок активно рос: число пользователей ЭТП увеличивалось каждый год в среднем на 40–50%. Это привлекло множество предпринимателей в эту сферу деятельности.

Конкуренция заставляет ЭТП постоянно совершенствоваться: заказчики и поставщики могут выбирать площадки, основываясь на качестве, надежности сервиса, удобстве и соответствии принятым в конкретной компании правилам. Поэтому провайдеры ЭТП вкладывают значительные средства в развитие материально-технической базы, создание новых программных продуктов и повышение качества предлагаемых услуг.

Конечно, ЭТП отличаются по типам, объемам обслуживаемых торгов, количеству пользователей и так далее.

Принято считать, что на рынке функционирует несколько площадок так называемого первого эшелона и большее число — второго эшелона. Также существует несколько игроков, которые фактически выросли и продолжают «жить», обслуживая одного якорного клиента (так называемые кэптивные площадки).

Точных долей рынка, особенно по объему торгов, не знает никто, в том числе сами операторы ЭТП и регулятор. Собрать информацию такого рода пока никому не удавалось: рынок непрозрачен. Лишь отдельные игроки изредка раскрывают свои показатели.

Чуть более половины корпоративного рынка электронных торгов работает по правилам 223-ФЗ. Это значит, что здесь можно посчитать распределение долей. Но сложность в том, что известны лишь начальные цены, а не финальные. Так что подсчет в любом случае будет с существенной погрешностью.

Если основываться на мнении участников рынка, консолидированной позиции экспертов и открытых данных, список лидеров выглядит так: B2B-Center, ЭТП ГПБ, группа площадок «Фабрикант.ру», Сбербанк-АСТ (здесь много разнообразных средних и мелких МУПов и ФГУПов, которые проводят закупки по 223-ФЗ), ЕЭТП («Росэлторг»), «ОТС-тендер» (площадка для корпоративных торгов, созданная «РТС-тендером»). Это список без учета кэптивных площадок, хотя ЭТП ГПБ может такой считаться. Но помимо главного заказчика — группы Газпром — там также закупаются несколько крупных внешних компаний.

По сути, в списке лидеров две частные площадки, ЭТП ГПБ и крупнейшие из сертифицированных для проведения торгов по 44-ФЗ площадок. На них, если не учитывать компании, использующие кэптивные ЭТП, приходится более 80% оборота в сегменте B2B.

По мнению Дмитрия Миндича, соотношение компаний, использующих внешние и корпоративные ЭТП, за год практически не изменилось: «Среди рассматриваемых нами крупнейших компаний внешними (независимыми) площадками для проведения закупок пользуются порядка 70%, корпоративными — порядка 25%, еще 5% пользуются и внешними, и кэптивными площадками. Поскольку мы рассматриваем лишь крупнейшие компании, которые традиционно стремятся полностью контролировать все этапы проведения закупок и могут позволить себе создание и эксплуатацию собственной корпоративной ЭТП, это говорит о том, что российские независимые площадки предлагают вполне конкурентоспособный набор услуг, который может удовлетворить запросы крупной компании».

По предварительным оценкам RAEX, кризис практически не повлиял на предложение и уровень конкуренции при проведении корпоративными заказчиками электронных закупок в массовых сегментах рынка. Можно предположить, что отток части поставщиков, которые были вынуждены уйти с рынка, был компенсирован притоком новых поставщиков, которые ранее обходились без электронного рынка, но сейчас вынуждены задействовать все доступные каналы продаж.

В целом прогноз на следующий год по этому рынку у всех экспертов позитивный: будет рост.

Светлана Рагимова

Профессиональная оценка

— премия —

с13 Впервые в нынешнем году был определен лучший поставщик в номинации «Малый и средний бизнес». Победителем стала компания «Дорстройсервис-Уфа». На сцену вышел коммерческий директор поставщика Сергей Думинов. «Как-то непривычно получать награды. Чаще всего на работе какие-то другие вещи происходят»,— сказал он. Зал весело зааплодировал. «В любом случае получить награду очень приятно, и наша компания прикладывает много усилий, чтобы заработать такую высокую оценку».

Искусство покупать

Затем перешли к награждению закупщиков. Появление первого же лауреата на сцене, без сомнения, вызвало бы настоящий фурор: победителем в номинации «За вклад в развитие регулирования рынка конкурентных закупок» стал Сергей Кириенко, ныне генеральный директор ГК «Росатом».

Получать премию вышла Наталья Дорошенко, заместитель директора департамента методологии и организации закупок ГК «Росатом». «Хочу сказать большое спасибо уважаемым экспертам за признание наших заслуг. Наличие добросовестной конкуренции — это залог развития экономики нашего государства и каждой отрасли. Поэтому номинанты, вкладывая свой труд в развитие конкурентных закупок, помогают развитию экономики страны».

Победителей в категории «Профессионал конкурентных закупок» оказалось целых два. Андрей Бойко, коммерческий директор B2B-Center, рассказал, что в этой персональной номинации было 19 претендентов, а победителей — 2, потому что они показали одинаковый результат. Основные критерии, по которым определяется лучший директор по закупкам,— удовлетворение потребностей компании в результате проведения закупок, влияние на закупочную культуру в организации, а также соотношение количества проводимых в течение года торговых процедур к численности персонала закупочного подразделения. Сначала премию вышел получать Юрий Ушаков, директор департамента закупочной деятельности Объединенной авиастроительной корпорации.

«Для меня это большая честь,— сказала со сцены Екатерина Баранникова, руководитель отдела технических закупок „Метро Кэш энд Керри“, лауреат премии.— Я рада, что закупочное сообщество успешно развивается, проводятся форумы и учрежден этот профессиональный конкурс».

За формирование привлекательной закупочной среды награду в номинации «Лучшая система работы с поставщиками» получила компания МТС. Как отметил ведущий премии, эксперты выделили ее как компанию с наиболее деятельной стратегией работы с поставщиками. «МТС благодарит всех, кто уделил время изучению наших бизнес-кейсов. Мы применяем самые современные и востребованные технологии и готовы делиться своими практиками с коллегами и партнерами»,— отметил Антон Шибанов, директор департамента подготовки тендерной и договорной документации блока по управлению закупками группы МТС.

ЮРИЙ МАРТЬЯНОВ

Александру Казанскому из «Башнефти» вручили награду в номинации «Компания года в области конкурентных закупок»

Генерирующая компания и НПК «Уралвагонзавод» стали победителями в номинации «Лидер инноваций торгово-закупочной деятельности». В этой категории соревнуются компании, которые внедряют новые идеи и современные технологии в практику управления закупочным процессом. В НПК «Уралвагонзавод» объединили 40 предприятий в централизованную систему закупок, что, по словам начальника управления по организации закупочной деятельности Уралвагонзавода Дмитрия Ельника, уже сейчас приносит свои плоды, позволяя экономить НПК значительные средства. «Инновации — это всегда непросто,— заметил Артур Шагимуллин, начальник управления обеспечения закупок Генерирующей компании.— Но работа закупщиков подразумевает стремление к победе, в том числе быть отмеченными в такой важной номинации».

Денежный эффект

По словам организаторов премии, в номинации «Экономическая эффективность закупочных операций» традиционно разворачивается напряженная борьба. Правда, судя по всему, в этой категории уже есть свой фаворит: компания «МегаФон» стала победителем второй год подряд. Впрочем, вместе с ней награду разделил новичок премии знаменитый Жировой комбинат из Екатеринбурга. Статуэтки победителей директору по закупкам «МегаФона» Антону Селявко и заместителю начальника отдела по закупкам уральского предприятия Елене Тимофеевой вручил Дмитрий Рыгаловской, директор по закупкам АО «Невинномысский азот» и эксперт общественного совета премии.

Специальными номинациями были отмечены три компании. Башкирская электросетевая компания — за построение стабильной и прозрачной системы закупок. Начальник департамента организации закупок Анатолий Пискунов отметил, что получать премию всегда приятно, а от профессионального сообщества — вдвойне. «Значит, мы все делаем правильно,— сделал он логичный вывод.— Отдельно хочу поблагодарить B2B-Center за создание и постоянное развитие удобной и функциональной платформы для проведения электронных торгов, с помощью которой стало возможным построение системы закупок на нашем предприятии».

Еще одну специальную премию за успехи в оптимизации закупочной деятельности получила Межрегиональная распределительная сетевая компания Урала в лице начальника департамента логистики и материально-технического обеспечения Романа Соколова, который в своем выступлении отметил: «Основные принципы нашей работы — прозрачность, открытость и максимальная эффективность при сохранении технических составляющих». Также был отмечен заместитель генерального директора Магнитогорского металлургического комбината Сергей Ушаков за вклад в развитие и оптимизацию закупочной деятельности компании.

Гвоздем программы стало вручение гран-при премии — «Компания года в области конкурентных закупок». Выбор экспертов пал на АНК «Башнефть». По словам генерального директора B2B-Center Алексея Дягтерева, основной заслугой стал переход нефтяной компании на закупочную деятельность по закону №223-ФЗ и повышение ее эффективности.

Премию получил Александр Казанский, директор департамента организации тендерных процедур ПАО «АНК „Башнефть“». «Нашей целью было не просто выполнить требования закона №223-ФЗ — по факту в нем ничего сложного нет,— победитель мог позволить себе эту смелую фразу.— Хотя труд, конечно, колоссальный. Изначально при переходе на 223-ФЗ нами была поставлена цель как минимум сохранить уже достигнутую эффективность, а в идеале — повысить ее. Награда лишний раз подтверждает, что нам это удалось. Хочу поблагодарить B2B-Center: без их профессиональных навыков и сервиса мы бы не смогли в сжатые сроки добиться такого эффекта. Нам удалось перевести в электронную форму сто процентов закупок и весь сопутствующий документооборот, интегрировать внутренние и внешние информационные системы».

На этом церемония награждения завершилась и все участники: победители и номинанты, эксперты общественного совета и организаторы — продолжили обсуждение профессиональных успехов и планов на следующий год уже в неформальной обстановке.

Алексей Упатов

ЛАУРЕАТЫ ПРЕМИИ «ЛИДЕР КОНКУРЕНТНЫХ ЗАКУПОК-2015»

Компания года в области конкурентных закупок (гран-при премии)

ПАО «АНК „Башнефть“»

Номинации для закупщиков

Лучшая система работы с поставщиками

ПОБЕДИТЕЛЬ: ПАО МТС

ФИНАЛИСТЫ:
ПАО «Российские сети»
ООО «Межрегиональная распределительная сетевая компания Урала»
МУП «Водоканал» города Ставрополя
ООО «Т2 Мобайл»

Лидер инноваций торгово-закупочной деятельности

ПОБЕДИТЕЛИ:
ОАО «Генерирующая компания»
АО «НПК „Уралвагонзавод“»

ФИНАЛИСТЫ:
ОАО «АФК „Система“»
ОАО «Башкирская электросетевая компания»
ОАО «Магнитогорский металлургический комбинат»
ПАО «Томская распределительная компания»

Экономическая эффективность закупочных операций

ПОБЕДИТЕЛИ:
ПАО «МегаФон»
ОАО «Жировой комбинат»

ФИНАЛИСТЫ:
АО «Альфа-банк»
ОАО «Авиакомпания „Якутия“»
ОАО «Челябинский трубопрокатный завод»
АО «Тамбовские коммунальные системы»

Номинации для поставщиков

Поставщик года

ПОБЕДИТЕЛЬ: ABBYY LS

ФИНАЛИСТЫ:
ООО «Бюджетные и финансовые технологии»
ООО «Кварц Групп»
ЗАО «Континент Экспресс»
ООО «Чебоксарский завод силовых агрегатов»
ООО «Торговый дом „Промкотлоснаб“»

Лучший поставщик в категории «Малый и средний бизнес»

ПОБЕДИТЕЛЬ:
ООО «Дорстройсервис-Уфа»

ФИНАЛИСТЫ:
ООО «Интураэро»
ООО «Сибавиапромсервис»
ООО «Профмодуль»
ООО «Арсенал»
ООО «Интегрос»

Персональные номинации

Профессионал конкурентных закупок (директор по закупкам)

ПОБЕДИТЕЛИ:
Екатерина Баранникова, руководитель отдела закупок ООО «Метро Кэш энд Кэрри»
Юрий Ушаков, директор департамента закупочной деятельности ПАО «Объединенная авиастроительная корпорация»

За лучшее освещение закупочной деятельности в СМИ (журналист)

ПОБЕДИТЕЛЬ:
Екатерина Мереминская, «Ведомости»

За вклад в развитие регулирования рынка конкурентных закупок (государственный или общественный деятель)

ПОБЕДИТЕЛЬ:
Сергей Кириенко, генеральный директор госкорпорации «Росатом»

Специальные номинации

За построение стабильной и прозрачной системы закупок

ОАО «Башкирская электросетевая компания»

За успехи в оптимизации закупочной деятельности»

ОАО «Межрегиональная распределительная сетевая компания Урала»

За вклад в развитие и оптимизацию закупочной деятельности

Сергей Ушаков, заместитель генерального директора Магнитогорского металлургического комбината