

«Эксперт РА»: торможение экономического роста обеспечит электронным торговым площадкам приток новых клиентов

26 февраля 2014 г.

Только около 60% заказчиков (из 400 крупнейших компаний) пользуются услугами ЭТП, при этом наиболее полно используют все возможности электронных закупок не более 19% крупнейших игроков, говорится в исследовании «[Электронные торговые площадки в России: кто есть кто?](#)», подготовленном рейтинговым агентством «Эксперт РА». Эксперты связывают такое сдерживание клиентской базы с возможными рисками и технологически сложным и дорогим процессом перехода компаний к проведению конкурентных закупок.

Согласно исследованию, **в настоящее время на российском рынке ЭТП наиболее востребованы именно независимые электронные площадки, которые отличаются низкой стоимостью организации процедур закупки, более высоким уровнем конкуренции поставщиков и возможностью снизить или передать ЭТП риски, связанные с корпоративной коррупцией и информационной безопасностью закупок.** Созданием кэптивных ЭТП занимаются самые крупные и наиболее консервативные заказчики.

«В рамках исследования был составлен рэнкинг ЭТП, основанный на оценках крупных клиентов. Лидером рэнкинга стала Группа площадок B2B-Center, на втором и третьем местах оказались - Группа площадок Фабрикант.ру и Сбербанк-АСТ соответственно», - комментирует ведущий эксперт департамента аналитики и консалтинга «Эксперт РА» **Дмитрий Миндич**, - «**Наиболее важными факторами выбора электронных торговых площадок для крупнейших заказчиков, по итогам исследования, стали уровень информационной безопасности проводимых закупок, информационная открытость ЭТП и гибкость торгово-закупочного функционала.** При этом аналитики добавляют, что такие характеристики как стоимость услуг ЭТП, присутствие среди клиентов ЭТП крупных компаний и простота интеграции с корпоративными ERP слабо влияют на выбор площадки.

Торможение экономического роста в России, по прогнозам «Эксперт РА», может положительно отразиться на развитии рынка ЭТП услуг и обеспечить приток новых клиентов в сегмент. Сложившиеся условия вынудят крупные компании обращать большее внимание на управление затратами. В этом отношении услуги электронных торговых площадок являются одним из нереализованных ресурсов повышения эффективности. В 2012 году оборот межкорпоративной электронной торговли в сегменте закупок крупнейших заказчиков (с выручкой свыше 16,1 млрд рублей) составил порядка 3,7-3,8 трлн рублей. Однако, по оценкам экспертов, этот сегмент рынка обладает более чем трехкратным потенциалом роста.

<? getGraph(688,'ru'); ?>

Таблица. 10 лучших ЭТП по уровню удовлетворенности качеством их услуг*

Место в рэнкинге	ЭТП	Средневзвешенная оценка респондентов, имевших опыт сотрудничества в качестве заказчика с данной ЭТП (1 балл - минимальная оценка, 10 баллов - максимальная оценка)**	Доля в общей численности оценок, %***	Итоговый балл (средневзвешенная оценка с учетом доли в общей численности оценок)
1.	Группа площадок B2B-Center	9,04	18,9	1,71
2.	Группа площадок Фабрикант.ру	7,75	18,0	1,40
3.	Сбербанк-АСТ	9,15	12,6	1,15
4.	Единая Электронная Торговая Площадка (Росэлторг)	8,23	10,8	0,89
5.	Группа электронных площадок OTC.ru	8,04	9,0	0,72
6.	Аукционный Конкурсный Дом	7,66	9,0	0,69

7.	ООО «ТендерПро» Общероссийская система электронной торговли www.zakazrf.ru	7,76	6,3	0,49
8.	Электронная торговая площадка «Госзакупки» (ЭТП ММВБ)	8,84	5,4	0,48
9.	ТЗС Электра	8,55	5,4	0,46
10.		8,12	4,5	0,37

* В рейтинге не учитывались баллы, полученные следующими ЭТП: ЭТП ГПБ, Электронная торговая площадка (Etrpf.ru), Электронная торговая площадка «Lot-online», «Aircraft parts and supplies» (locatory.com), , Торгово-закупочная система Zakurki.ru, так как данные площадки получили менее трех оценок респондентов.

** В том числе в рамках проведения тестовых закупок.

*** Респонденты могли поставить оценку любому количеству ЭТП, с которыми имели опыт сотрудничества.

Источник: «Эксперт РА»