

Отраслевой отчёт по B2B и B2G онлайн-продажам и закупкам: текущее состояние, объёмы рынка, тренды и прогноз на 2025–2030

Август 2025

Партнёры исследования



максмарт

Благодарим экспертов за участие в исследовании

Фёдор Вирин, Data Insight

Наталья Волканина, Факт

Максим Грачев, Контур

Максим Жуков, KISLOROD

Руслан Ишмаметов, Compo Soft

Екатерина Климачева, Stoking

Дмитрий Коробицын, Поставщик счастья

Дарья Купцова, ЭТМ

Юлия Лецко, РосТендер

Ильдар Масягутов, Rocada Med

Сергей Мельников, Факт

Тигран Нанян, Сделки.ру

Дмитрий Петруненко, ЭТМ

Андрей Сергёнев, РосТендер

Елена Суховой, Максмарт

Сергей Фадеев, Стокманн

Александр Федосов, METRO

Роман Хамутских, Факт

Елизавета Хоботина, Data Insight

Благодарим экспертов за участие в исследовании

Особую признательность выражаем ИТ платформе **B2B-PTC** за экспертную поддержку и содержательные консультации, которые оказали значительное влияние на глубину и качество проведённого исследования. Благодаря предоставленным аналитическим материалам, а также ряду исходных данных, нам удалось более точно отразить текущие процессы и тенденции рынка.

Отдельные слова благодарности адресуем членам **экспертной группы**, чьё профессиональное участие и критический взгляд позволили сделать результаты более взвешенными:



Элина Герштейн
B2B-Center



Екатерина Ильвовская
B2B-Center



Юлия Слюсарь
PTC-тендер



Являясь крупнейшим игроком, мы видим устойчивый рост объема B2B и B2G торговли через онлайн-платформы, что обусловлено общей цифровизацией экономики, в том числе благодаря государственной поддержке, а также активным ростом электронной коммерции и изменением потребительских предпочтений. Поэтому прогноз роста оборотов на ИТ-платформах для автоматизации B2B и B2G закупок и продаж – оправдан и реалистичен. Важно отметить, что в электронных закупках также растет количество участников. И если ранее это были крупнейшие компании, то сейчас мы видим активное вовлечение средних и малых. Для участников площадки – это не только снижение затрат и безопасность сделки, но и основной канал сбыта на надежных рынках.

Владимир Лишенков, генеральный директор РТС-тендер,
входящей в ИТ-платформу B2B РТС



B2B онлайн закупки в России стремительно растут, согласно нашим с Data Insight расчетам всего за пять лет рынок вырастет почти вдвое. Мы видим это не просто как цифры, а как подтверждение глубокой трансформации всей отрасли корпоративного e-commerce. Наша компания стояла у истоков этого рынка и сегодня занимает на нем лидирующие позиции, оставаясь драйвером цифровых изменений. Мы активно инвестируем в развитие эффективных и доступных решений, которые помогают компаниям переходить на новые модели работы. Радует, с какой скоростью идет цифровая трансформация в самых разных отраслях, в компаниях разного профиля и размера — это зрелый, осознанный шаг навстречу эффективности, открытости и устойчивому развитию. Мы уверены, что рынок B2B онлайн закупок продолжит расти, а вместе с ним будут расти и развиваться и его участники.

Ольга Громкова, генеральный директор B2B-Center,
входящего в ИТ-платформу B2B PTC

О B2B-PTC

B2B-PTC объединяет компании **PTC-тендер**, **B2B-Center** и **ОТС** и является крупнейшей российской ИТ-платформой для автоматизации полного цикла цифровых закупок и продаж на B2B и B2G рынках. Наши продукты и экспертиза позволяют бизнесу любого размера увеличить доход, снизить издержки, повысить операционную эффективность и усилить конкурентные позиции на рынке. Работает на рынке с 2002 года, постоянно разрабатывая и интегрируя новаторские решения в сфере торгов в электронной форме для всех отраслей экономики.



Контакты
rts-tender.ru

PTC-тендер — универсальная федеральная электронная площадка для проведения всех современных видов закупок в электронной форме: госзакупки по 44-ФЗ, закупки компаний с государственным участием по 223-ФЗ, коммерческие закупки, закупки малого объема, имущественные торги, закупки по 615-ПП. Площадка активно сотрудничает со всеми субъектами РФ и крупным бизнесом, обеспечивая бесперебойное взаимодействие с ЕИС в сфере закупок и защиту информации в соответствии с самым высоким первым классом защищенности.



Контакты
otc.ru

ОТС с 2012 года выполняет функции электронной торговой площадки для закупок по 223-ФЗ и закупок малого объема. В дополнение к этому на платформе развиваются сервисы для увеличения продаж и упрощения собственных закупок предпринимателей Российской Федерации.



Контакты
b2b-center.ru

B2B-Center — надежный технологический партнер российского бизнеса.

Более 20 лет мы автоматизируем закупки компаний с любым уровнем зрелости и цифровизации. ИТ-решения B2B-Center на базе искусственного интеллекта включены в единый реестр российских программ Минцифры — это облачная платформа для сквозной автоматизации закупок B2B Altis, лидирующая ЭТП в сегменте закупок коммерческих компаний, корпоративные интернет-магазины и B2B Маркет для быстрых закупок без тендеров. Более 65% компаний из RAEX-600 повышают эффективность закупочной функции с помощью B2B-Center: Металлоинвест, Уралхим, ПГК, ПМХ, ВСМПО-АВИСМА, Русал, ЕВРАЗ, Мечел, СИБУР, Татнефть, сеть «Магнит», X5 Retail Group, ГАЗ, Segezha Group, Холдинг «ТАГРАС», Т Плюс, ПИК, МераФон, Группа Самолет, Т2, Fix Price и другие.

Оглавление

Вступление	9
Ключевые факты и выводы о рынке B2B и B2G eCommerce	11
Общие факторы влияния на рынок B2B и B2G онлайн-торговли	12
Общие тренды в B2B и B2G онлайн-торговли	14
Рынок B2B и B2G онлайн-закупок и онлайн-продаж в России	17
Форматы онлайн-закупок в России	19
Рынок оптовых и розничных онлайн-закупок и онлайн-продаж в России	24
B2C онлайн-торговля в России	31
B2B и B2G онлайн-торговля в России	34
Сегментация рынка B2B и B2G онлайн-закупок и продаж	45
Текущая ситуация на международном рынке и ключевые тренды	46
Макро- и геополитические тенденции российского рынка (санкции, уход иностранных компаний)	49
Динамика рынка регулируемых B2B и B2G закупок (44-ФЗ, 223-ФЗ, 615-ПП)	51
Рынок коммерческих B2B онлайн-закупок (ЭТП, товарный и сырьевой на биржах, B2B-маркетплейсы и интернет-магазины)	63
Электронные торговые площадки (ЭТП)	82
Крупнейшие ЭТП России	83
Тендерные агрегаторы, КИМы, кэптивныe площадки	97

Оглавление

Сделки и консолидация на рынке ЭТП	102
Барьеры входа и масштабирования для новых игроков на рынке ЭТП и других B2B онлайн-продавцов	104
Российский рынок сервисов автоматизации закупок. S2P, SRM и другие	106
Текущая ситуация	107
Ключевые актуальные факторы влияния и тренды	110
Прогнозные тренды	112
Макро- и геополитические факторы (санкции, уход иностранных вендоров)	115
Динамика и драйверы роста рынка	117
Заключение	121

Вступление

Рынок B2B и B2G онлайн-закупок и продаж в России — это совокупность цифровых платформ, систем и сервисов, обеспечивающих проведение торговых операций между юридическими лицами (business-to-business, B2B), а также между бизнесом и государственными структурами (business-to-government, B2G) в электронной форме. Он включает электронные торговые площадки (ЭТП), маркетплейсы, отраслевые интернет-магазины и биржи, а также сервисы, обеспечивающие функционирование этих систем — такие как удостоверяющие центры, провайдеры электронного документооборота, аналитические и интеграционные решения.



Проблема — дефицит данных в коммерческом сегменте. Большинство компаний не раскрывают информацию о сделках. При этом госзакупки остаются прозрачными благодаря ЕИС.

Глобальный рынок B2B и B2G eCommerce развивается неравномерно

Российский рынок сочетает автоматизацию и масштаб, но ключевой драйвер — государство. Регулируемые закупки (44-ФЗ, 223-ФЗ) через ЭТП стали точкой роста, а расширение товарных групп укрепляет позиции коммерческого сегмента. Особенностью российского рынка является высокая степень регулирования со стороны государства, активное участие компаний с государственным участием и быстрое развитие инфраструктуры электронных закупок в рамках цифровизации экономики

- **В США** — высокая цифровизация и зрелость инфраструктуры. Amazon Business и другие платформы задают стандарты логистики и автоматизации, закупки интегрированы с ERP-системами

- **Европа** делает ставку на стандартизацию и ESG. Лидирует SAP Ariba, которую интегрируют в корпоративные ERP. Подход отличается прозрачностью и акцентом на соответствие комплаенсу

- **В Китае** заметны экосистемы Alibaba и JD, но государство активно вовлечено, продвигает цифровизацию, тендерные закупки и биржевую торговлю

Развитие B2B сегмента поддержано успехом B2C: стандарты логистики, интерфейсов и клиентского сервиса из розницы проникают в закупки. Это ведет к сближению B2B-платформ с привычными ритейл-решениями.

Рынок в РФ — двухполюсный: B2B-маркетплейсы, где активен продавец, и тендерные ЭТП, где инициатива у заказчика.

Ключевые факты и выводы о рынке B2B и B2G онлайн-торговли

1. Каков размер рынка?

В 2024 году рынок достиг отметки **в 65,8 трлн рублей**, что, например, сопоставимо с **36,8%** валового внутреннего продукта России

3. Из каких сегментов состоит рынок?

Рынок B2B и B2G онлайн-закупок и продаж в России включает два ключевых сегмента. Первый — **регулируемые закупки (B2G и B2B)**, охватывающие закупки по 44-ФЗ и 223-ФЗ, закупки малого объема (ЗМО) в рамках обоих законов, а также процедуры по 615-ПП(закупки в рамках кпремонта многоквартирных домов). Второй сегмент — **коммерческие закупки (B2B)**, в который входят преимущественно закупки на коммерческих электронных торговых площадках (ЭТП), B2B-маркетплейсах и оптовых интернет-магазинах, а также через корпоративные интернет-магазины (КИМы), внутренние закупочные платформы компаний и онлайн-каталоги поставщиков. Отдельно также выделяется блок биржевых закупок, включающий торги на организованных товарных и сырьевых биржах.

2. Растет или падает?

Весь рынок B2B и B2G онлайн-закупок и продаж в России продолжает расти, несмотря на отдельные периоды спада в отдельных сегментах. С 2015 по 2024 год его объем увеличился более чем вдвое — **с 30,7 до 65,8 трлн рублей**, а среднегодовой темп роста (**CAGR**) составил **около 9,5%**.

По прогнозу до 2030 года рост продолжится: объем рынка **может превысить 150 трлн рублей**, а совокупный CAGR за весь период (2015–2030) оценивается в 11,8%. Даже с учетом замедления темпов в отдельных зонах, общее поступательное развитие сохраняется во всех ключевых компонентах: регулируемом и коммерческом.

4. Какие главные группы игроков на рынке?

Главные группы игроков на рынке B2B и B2G онлайн-закупок включают: **федеральные электронные торговые площадки, коммерческие ЭТП, B2B-маркетплейсы и оптовые интернет-магазины, разработчиков и поставщиков платформ автоматизации закупок**, а также **биржевые структуры и крупные корпорации с собственными закупочными платформами**.

Общие факторы влияния на рынок B2B и B2G онлайн-торговли

Технологические факторы и цифровизация

- Государственная политика по цифровой трансформации
- Давление на бизнес конкурентов, уже внедривших IT-решения
- Бизнес-пользователи ожидают удобных онлайн-решений, к которым они уже привыкли в розничной eCommerce
- Развитие технологий (облачные решения, ИИ, API)

Экономические и инфляционные факторы

- Рост цен на товары, сырье, логистику и оборудование
- Инфляция как драйвер номинального роста рынка
- Высокая ключевая ставка ЦБ
- Колебания валютных курсов, влияющие на стоимость импортных товаров и услуг
- Увеличение затрат на разработку IT-инфраструктуры и выход на рынок
- Необходимость повышения эффективности затрат

Кадровые и управленческие барьеры

- Дефицит квалифицированных кадров в сфере закупок и IT
- Необходимость переобучения сотрудников при переходе на цифровые решения
- Нехватка экспертизы при внедрении интеграционных решений

Геополитика и санкции

- Уход иностранных вендоров
- Повышение роли импортозамещения и приоритета российских IT-решений
- Ужесточение требований к локализации производства и переход к «технологическому суверенитету»

Общие факторы влияния на рынок B2B и B2G онлайн-торговли

Регуляторная среда

- Влияние законодательства 44-ФЗ, 223-ФЗ, 615-ПП и др.
- Поддержка со стороны государства: льготные программы, обучение
- Усиление контроля со стороны ФАС, нац. режим и формирование требований к российскому ПО
- Поддержка малого и среднего бизнеса

Рыночные и инфраструктурные барьеры

- Высоки пороги инвестиций в создание новых площадок
- Сложность интеграции с корпоративными ERP-клиентов
- Недоверие участников к новым площадкам, конкуренция с крупными игроками

Краткосрочный, но пролонгировано действующий фактор пандемии

Пандемия COVID-19 стала важным ускорителем цифровизации закупок в России: ограничения на очную работу и переход на удаленный формат вынудили компании массово внедрять электронный документооборот, облачные SRM / S2P-системы и специализированные IT-решения. Это позволило обеспечить непрерывность закупок, автоматизировать рутинные процессы и выстроить сквозные цифровые цепочки от планирования до исполнения. В результате цифровизация стала не опцией, а необходимым условием стабильной работы

Поведенческие и культурные изменения

- Заимствование практик и интерфейсов из B2C-eCommerce
- Рост привычки к «удобству цифровых сервисов» у B2B-клиентов
- Перенос стандартов B2C на корпоративный сегмент (скорость, персонализация, UX)

Общие тренды в B2B и B2G онлайн-торговле

Онлайн-закупки в секторах B2B и B2G переживают трансформацию под влиянием технологических, экономических и регуляторных факторов. Усиление цифровизации, рост роли отечественного ПО, развитие маркетплейсов, а также повышение требований к прозрачности и эффективности формируют новую норму для участников рынка. Ниже собраны ключевые тренды, определяющие развитие электронных закупок в России в ближайшие годы.

Цифровизация и автоматизация

- Устойчивый переход на электронные торговые площадки (ЭТП)
- Массовое внедрение SRM / S2P-систем
- Автоматизация рутинных операций из-за кадрового дефицита
- Рост онлайн-каналов даже в традиционно офлайн-сегментах

Рост роли малого и среднего бизнеса (МСП)

- Активное вовлечение МСП в электронные закупки
- Поддержка МСП на ЭТП, включая отдельные витрины и условия
- Рост доли ЗМО (закупок малого объема) с участием МСП

Конкуренция и экосистемность

- Усиление борьбы за долю рынка между крупными ЭТП
- Развитие дополнительных сервисов: логистики, обучения, аналитики и сопровождения
- Переход к экосистемному подходу: не просто площадка, а комплекс цифровых решений

Безопасность

- Увеличение требований к кибербезопасности и защите данных

Импортозамещение

- Внедрение и усиление нац. режима в регулируемых закупках
- Повышенный спрос на российское ПО (особенно в сегменте регулируемых закупок)
- Замещение иностранных поставщиков российскими
- Преимущества для отечественных решений в IT-инфраструктуре
- Курс на технологическую суверенность (IT-инфраструктура, ПО, данные)

Тренды регулируемых закупок и B2B-маркетплейсов и интернет-магазинов



Ужесточение правил в сфере регулируемых закупок

- Повышение контроля за ценообразованием, особенно в регулируемых закупках
- Акцент на прозрачность закупок, особенно с участием бюджета
- Стандартизация закупочных процедур

Развитие B2B-маркетплейсов и интернет-магазинов

- Укрепление позиций универсальных маркетплейсов (Ozon, Яндекс Маркет) в B2B
- Расширение нишевых отраслевых платформ (автозапчасти, стройка, медицина и др.)
- Рост прозрачности, персонализации и интерфейсной зрелости
- Конвергенция B2C и B2B-функций

Роль розничной онлайн торговли в развитии оптовой онлайн-торговли

Рост B2C eCommerce стал важным катализатором развития российского B2B-сегмента. Розничный онлайн-рынок за последние годы отработал ключевые технологические и организационные решения: логистику, клиентский сервис, цифровые витрины, персонализированный маркетинг. Эти наработки постепенно масштабируются на корпоративные закупки, формируя новую инфраструктуру B2B eCommerce.

Маркетплейсы, ориентированные изначально на розницу, создали элементы, ранее полностью или частично отсутствовавшую в B2B: хабы, доставка до двери, автоматизация управления ассортиментом витрины. Эти элементы стали основой новых моделей закупок между юридическими лицами, которые сегодня все чаще стремятся к тем же стандартам удобства и прозрачности, что и частные потребители.

Развитие розничной цифровой среды также сформировало поколенческий запрос: новые участники рынка ожидают от B2B-платформ быстроты, предсказуемости и простоты, аналогичных B2C-сервисам. Это формирует устойчивый тренд на сближение поведенческих и технологических моделей в B2B и B2C-сегментах.

Кроме того, развитие цифровой инфраструктуры (логистика, платежные системы, клиентский сервис) в ритейле создает условия для масштабирования этих решений в оптовую сферу. Единые подходы применяются для интерфейсов, обработки заказов, аналитики и контента.

Таким образом, розничный **eCommerce выполняет роль технологического, кадрового и поведенческого донора для B2B**, формируя стандарты, повышающие скорость, системность и удобство корпоративных онлайн-закупок. Этот процесс задает вектор дальнейшей трансформации всего рынка B2B и B2G.

Рынок B2B и B2G онлайн-закупок и онлайн-продаж в России



Рынок B2B и B2G онлайн-закупок и онлайн-продаж в России

- **Рынок B2B и B2G онлайн-закупок и онлайн-продаж в России** — это цифровая экосистема, объединяющая бизнес и государственные структуры в процессе торговых и закупочных операций. В сегменте B2G основное развитие обеспечено через государственные закупки, проводимые по 44-ФЗ и 223-ФЗ на федеральных электронных торговых площадках (ЭТП) и в Единой информационной системе (ЕИС). В сегменте B2B цифровизация охватывает коммерческие тендеры, электронные магазины, маркетплейсы и отраслевые платформы.

Активное развитие рынка началось в начале 2000-х годов на фоне цифровизации госзакупок. Ключевым этапом стало внедрение ЕИС и отбор федеральных ЭТП, обеспечивших прозрачность, конкуренцию и единые стандарты в государственных закупках. Именно в этом смешанном сегменте, где участвовали как госструктуры, так и коммерческие компании, появились тендерные платформы — такие как B2B-Center и ЭТП «Фабрикант», обслуживавшие, в том числе, закупки госкорпораций до 2018 года. Это сформировало переходную модель между B2G и B2B.

Параллельно на рынке присутствовало множество отраслевых и универсальных электронных досок объявлений, таких как tiu.ru и аналогичные платформы, которые предоставляли бизнесу возможности для поиска товаров и партнеров в онлайн-режиме.

Позднее к рынку присоединились крупные универсальные B2B-маркетплейсы, предложившие компаниям возможность осуществлять закупки по принципам, аналогичным B2C: с удобной витриной, логистикой и автоматизированным документооборотом.

Государство сыграло ключевую роль в формировании всей инфраструктуры: нормативные акты (44-ФЗ, 223-ФЗ), внедрение обязательного электронного документооборота, налогового мониторинга, маркировки («Честный знак») и других элементов цифровой среды подтолкнули компании к массовому переходу на электронные форматы. Это позволило не только повысить прозрачность B2G-сектора, но и задать вектор развития для коммерческих закупок. B2B-сегмент, в свою очередь, адаптировался к этим стандартам, ускоряя процессы автоматизации и интеграции с государственными сервисами.

Таким образом, рынок B2B и B2G онлайн-закупок в России представляет собой тесно переплетенную структуру, где государственное регулирование и технологическое развитие формируют основу для роста как публичного, так и коммерческого секторов.

Форматы онлайн-закупок в России



Форматы онлайн-закупок в России

В России онлайн-закупки в B2B-сегменте представлены разнообразными платформами, каждая из которых удовлетворяет специфические потребности бизнеса. Ниже приведены основные типы таких платформ:

Электронные торговые площадки (ЭТП)

- **ЭТП** — это онлайн-платформы, предназначенные для проведения торгов и закупочных процедур в электронной форме.
- Они обеспечивают прозрачность и конкурентность закупок, особенно в государственном секторе.
- Примеры: Сбербанк-АСТ, B2B-РТС.

Корпоративные интернет-магазины (КИМы)

- **КИМы** — это онлайн-платформы компаний, созданные для оптимизации процесса закупок.
- Они позволяют сотрудникам заказывать необходимые товары и услуги из утвержденного каталога, упрощая внутренние процедуры и контроль расходов.
- Примеры платформ для создания: B2B-Center, Росэлторг (ЕЭТП)

B2B-маркетплейсы

- **B2B-маркетплейсы** объединяют множество поставщиков и покупателей на одной платформе, предоставляя широкий ассортимент товаров и услуг для бизнеса.
- Они упрощают процесс поиска и сравнения предложений, а также обеспечивают удобные инструменты для заключения сделок.
- Пример: платформа «на_полке», 1688.

Форматы онлайн-закупок в России

Порталы поставщиков

- Эти платформы позволяют поставщикам размещать информацию о своих товарах и услугах, облегчая покупателям поиск и выбор необходимых предложений.
- Они способствуют установлению прямых контактов между продавцами и покупателями.
- Примеры: «Закупки» Ростелеком, «Портал поставщиков» Москвы

Оптовые интернет-магазины

- Эти платформы ориентированы на продажу товаров крупными партиями для бизнеса.
- Они предоставляют предпринимателям возможность приобретать продукцию по оптовым ценам с минимальными объемами заказа.
- Примеры: Ruopt, MegaOpt24.

B2B-классифайды

- **B2B-классифайды** — это онлайн-доски объявлений, где компании размещают предложения о продаже или покупке товаров и услуг.
- Они позволяют быстро находить потенциальных партнеров и устанавливать прямые контакты.
- Пример: платформа «Авито для бизнеса».

Товарные и сырьевые биржи

- Организованные площадки для торговли крупными партиями сырья и товаров.
- Они обеспечивают прозрачное ценообразование и равный доступ участников к торгам.
- Пример: Санкт-Петербургская международная товарно-сырьевая биржа (СПбМТСБ) – новое название «Петербургская Биржа»

Форматы онлайн-закупок в России

В электронной оптовой торговле в России формируются два ключевых формата цифровых платформ, отражающих разные подходы к организации B2B-закупок и B2B-продаж:

Электронные торговые площадки (ЭТП)

Такие как B2B-PTC, Росэлторг (ЕЭТП) и другие. Они ориентированы на тендерные закупки и работают по регламентированным процедурам, обеспечивая прозрачность, конкурентность и соответствие законодательству. ЭТП востребованы в сегментах госзакупок, закупок корпоративного сектора, долгосрочных контрактов, сложных поставок и закупок бизнес-услуг. Как правило, инициатива закупки исходит от заказчика.

B2B-маркетплейсы и каталожные платформы

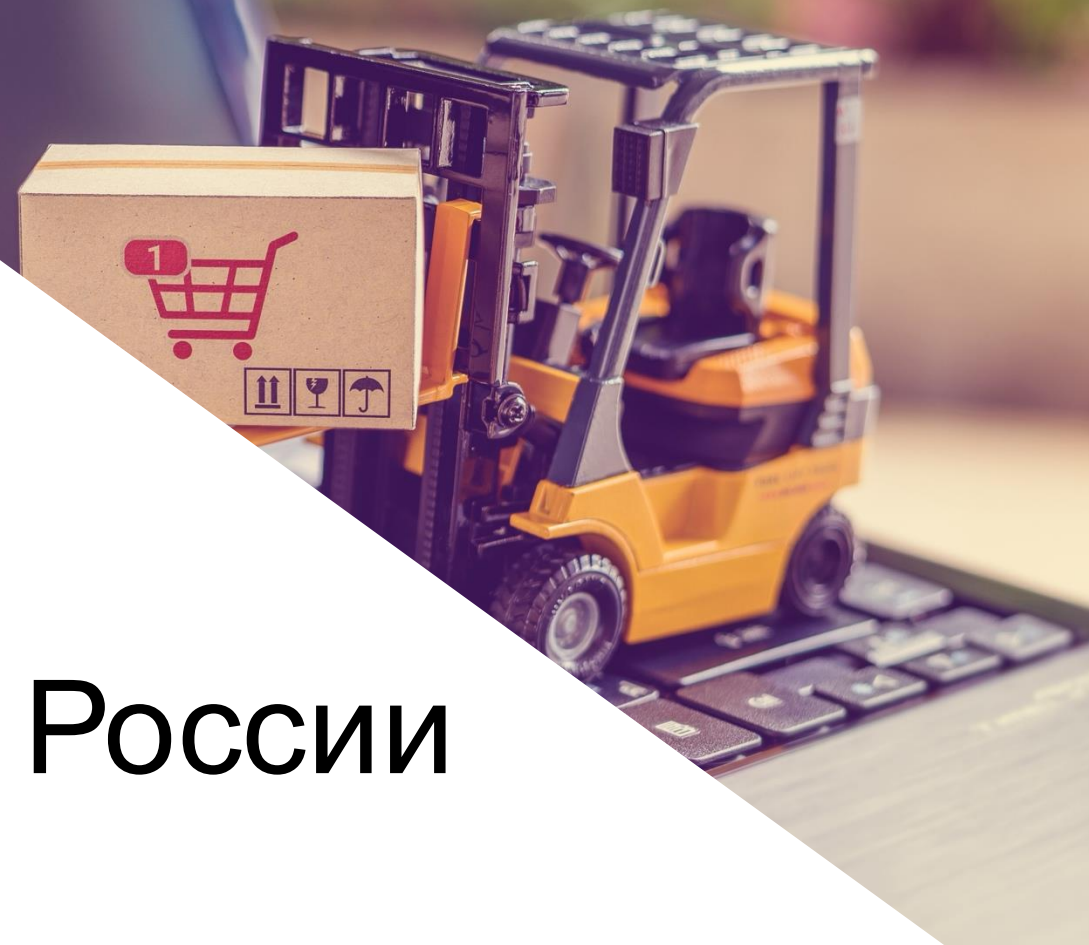
Такие как Industrial Market, Ozon B2B, Яндекс Маркет для бизнеса, а также отраслевые и региональные витрины. Эти решения предлагают каталоги, быструю модель покупки и адаптированы для малого и среднего бизнеса. Здесь инициатива сделки чаще исходит от продавца.

Оба подхода отвечают на разные потребности бизнеса и развиваются параллельно. ЭТП обеспечивают безопасность и формализованность, что важно для закупок с повышенными требованиями к рискам и контролю. B2B-маркетплейсы, в свою очередь, предлагают широкий ассортимент и скорость, что особенно востребовано в сегменте срочных заказов, заказов расходных материалов и инструментов.

Ключевые различия между форматами связаны с:

- 1 Целевой аудиторией**
 - **ЭТП** — компании с формализованными закупками, включая государственные, компании с госучастием и частные организации с внутренними регламентами и утвержденными процедурами
 - **B2B-маркетплейсы** — малый и средний бизнес, операционные закупки, дистрибуция
- 2 Регулированием и безопасностью**
 - **ЭТП** действуют в рамках законов и подзаконных актов (44-ФЗ, 223-ФЗ, 615-ПП и др.), корпоративных регламентов закупочных процедур. Вместе с тем коммерческие закупки характеризуются большей гибкостью
 - **Маркетплейсы** регулируются внутренними правилами, ориентированы на коммерческую гибкость

Рынок оптовых и розничных онлайн-закупок и онлайн-продаж в России



Рынок оптовых и розничных онлайн-закупок и онлайн-продаж в России

Бурный рост розничной онлайн-торговли стал одним из ключевых факторов, ускоривших развитие B2B в России.

В B2C за последние годы были отработаны технологические решения, которые теперь активно переносятся в корпоративную среду: цифровые витрины, персонализированный маркетинг, логистические цепочки, стандарты клиентского сервиса. По сути, розница стала «лабораторией» цифровой коммерции, а ее лучшие практики — базой для B2B.

Ozon запустил направление Ozon B2B, предлагая юридическим лицам все то же удобство: доставку до двери, управление ассортиментом, автоматизацию учета и логистики. Яндекс Маркет пошел дальше — появились корпоративные аккаунты, ЭДО, гибкие платежные условия, упрощающие закупки для бизнеса.

Перенос B2C-подходов наблюдается и на отраслевых B2B-платформах. ЭТМ и Максарт применяют типичную розничную логику в онлайн-продаже: удобный поиск, карточки товара, логистика. Аналогично, OPEN OIL MARKET развивает цифровую инфраструктуру для оптовой торговли нефтепродуктами, делая привычные B2C-механики доступными в сложной топливной отрасли.

Отдельную роль играют интеграторы с B2C-опытом — такие как ФАКТ, Webit, AWG, ADV, БФТ, Fogsoft, ГринСайт, KISLOROD, K2TEX. Эти компании проектируют архитектуру платформ, настраивают ERP и CRM, обеспечивают омниканальную интеграцию. Благодаря их опыту в потребительских сервисах цифровизация B2B идет быстрее, а решения — становятся системнее и ближе к конечному пользователю.

Розничный сегмент не только формирует инфраструктуру, но и меняет поведенческие ожидания. Новое поколение закупщиков, привыкшее к цифровому комфорту в личной жизни, теперь требует того же в профессиональной. Простой и быстрый интерфейс уже воспринимается не как преимущество, а как норма — и это сближает B2C и B2B не только внешне, но и по сути.

Таким образом, **розничная онлайн-торговля задает ритм трансформации оптового сегмента**, выступая его технологическим и поведенческим донором.

Повышаем операционную эффективность компаний

Цифровые закупки быстро и удобно!



5-15%

снижение
стоимости
закупок



в **2-3,5** раза

снижение
сроков
поставок



до **30%**

снижение
затрат
на логистику

В2В-маркетплейс
для закупок
стандартизированной
номенклатуры



SRM + модули
управления вашими
цепями поставок



Управляемая
и прозрачная
логистика



Закупки вашими
подрядчиками
на платформе



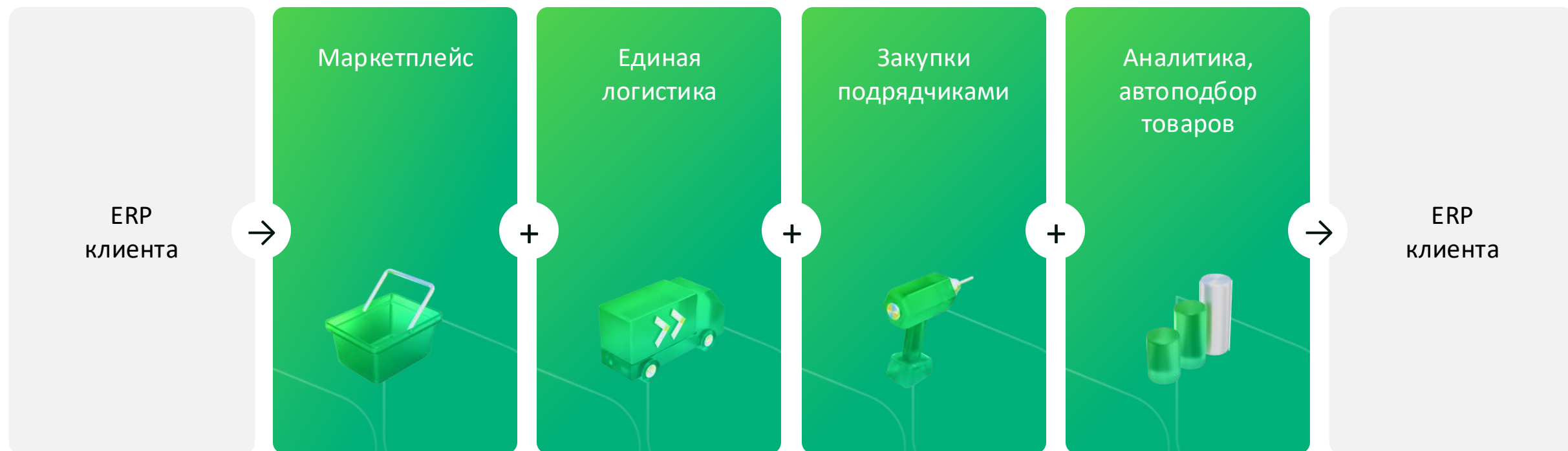
Аналитика
и автоподбор
аналогов



Максмарт - цифровая
B2B-платформа быстрых закупок,
внедрившая инновационный
процесс автоматизации закупок
стандартизированной номенклатуры

Обеспечиваем комплексный сервис цифровых закупок:

- B2B-маркетплейс с широким ассортиментом - более 20 млн предложений поставщиков
- Автоматический подбор аналогов
- Управляемая и прозрачная логистика
- Служба поддержки и ответственность по рекламациям





Повышаем операционную эффективность компаний

Экономия на закупках

- Снижение цен
- Сокращение зависимости от одного поставщика

до 15%

экономия благодаря высокой конкурсности

Качество и надежность поставок

Повышение прогнозирования поставок за счет статусной модели и контроля работы поставщиков

в 2-3,5 раза

сокращение сроков поставки

Автоматизированный подбор аналогов

Сокращение бюджета закупок за счет аналогов

7-20 аналогов

на один уникальный товар

Снижение транзакционных издержек на организацию процесса закупки

- Единое окно взаимодействия
- Автоматизация рутинных процессов
- Максимальное снижение трудоемкости

Сокращение документооборота

- Один договор с маркетплейсом
- Автоматизация формирования документов

Прозрачность и открытость

- Покрытие сквозного процесса закупки от планирования до исполнения закупки
- Автоматизированная отчетность по показателям закупок



Широкий спектр цифровых сервисов

- + Автоматизированные заказы с интеграцией с ERP-системой клиента
- + Возможность заказа напрямую на маркетплейсе
- + Работа по единому договору
- + Инструменты сравнения цен
- + Гибкое управление лимитами
- + Расчет плановых цен
- + Оптимизация справочника НСИ
- + Дополнительные сервисы



Максмарт – главный по цифровым закупкам

10 000+

товарный категорий:
от инструментов, до насосов,
РТИ, ГСМ, метизов и автотоваров

3 200+

поставщиков: заводы-изготовители,
бренды и дистрибьютеры

22

распределительных центра во
всех ФО России

3 000 000+

уникальных товарных
позиций

20 000 000+

предложений поставщиков на
маркетплейсе

Клиенты – крупнейшие компании России



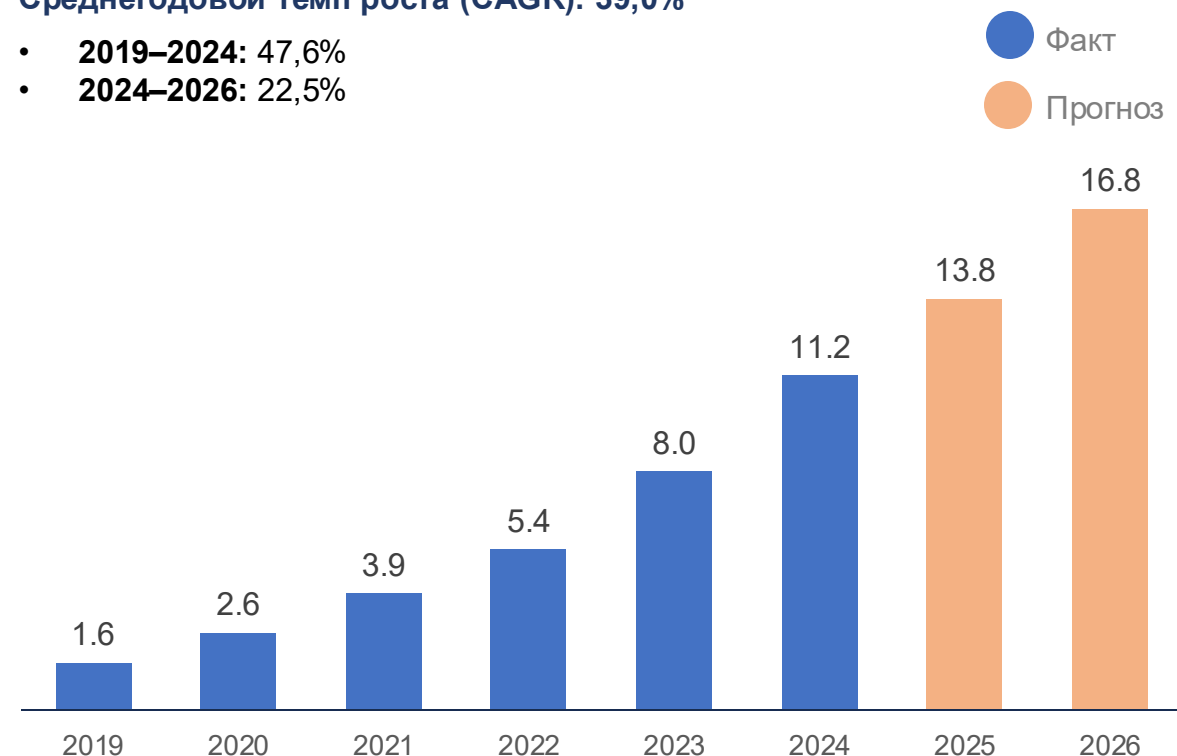
B2C онлайн-торговля в России

Рынок электронных закупок в России демонстрирует устойчивый рост как в сегменте B2C (бизнес для потребителя), так и в B2B (бизнес для бизнеса). В 2024 году объем российского рынка онлайн B2C-торговли составил 11,3 трлн рублей, увеличившись на 39% по сравнению с предыдущим годом.

Динамика объема продаж с прогнозом на 2025-2026 гг., трлн рублей

Среднегодовой темп роста (CAGR): 39,0%

- 2019–2024: 47,6%
- 2024–2026: 22,5%



Замедление роста затронет не только количество заказов, но и денежный объем eCommerce – DI ожидает, что в текущем году впервые с 2019 г. рост будет ниже 25%. В абсолютных цифрах рынок в 2025 г. прибавит более 2,5 трлн рублей и приблизится к 14 трлн.

B2C сегмент рынка электронной коммерции показывает тенденцию к снижению темпов роста

Причины замедления темпов роста B2C электронной торговли в России в ближайшие годы

Несмотря на значительный рост eCommerce в последние годы, темпы расширения рынка начинают замедляться. Основные причины этого тренда связаны как с макроэкономическими факторами, так и с внутренними изменениями в индустрии.

Высокая база сравнения и эффект насыщения рынка

В последние годы eCommerce в России рос двузначными темпами, особенно в период пандемии (2020–2021 гг.), когда многие пользователи впервые начали активно покупать онлайн. Однако:

- Доля онлайн-торговли в розничном рынке уже достигла 18–20%, что снижает потенциал дальнейшего бурного роста.
- Рынок приближается к насыщению: в крупных городах практически все активные покупатели уже освоили онлайн-шопинг, а рост за счет новых пользователей замедляется.
- Основной прирост теперь возможен только за счет регионов, но логистика и платежные барьеры делают этот процесс более медленным.

Рост стоимости логистики и операционных затрат

Доставка становится дороже и сложнее:

- Рост цен на топливо и логистику увеличивает стоимость доставки товаров, что приводит к повышению конечных цен для покупателей.
- Некоторые маркетплейсы уже оптимизируют инфраструктуру складов и доставки, что может привести к замедлению скорости развития региональных продаж.
- Повышение издержек заставляет eCommerce-компании увеличивать комиссии для продавцов, что делает маркетплейсы менее выгодными для бизнеса.

B2C сегмент рынка электронной коммерции показывает тенденцию к снижению темпов роста

Снижение темпов привлечения новых онлайн-продавцов

Маркетплейсы становятся менее выгодными для бизнеса:

- Конкуренция среди продавцов на Wildberries, Ozon, Яндекс Маркет выросла.
- Повышение комиссий и ужесточение требований маркетплейсов (штрафы, ограничения) делает выход на платформы менее привлекательным для новых продавцов.
- Мелкие и средние предприниматели снижают активность в сегменте B2C eCommerce и переключаются на альтернативные каналы продаж (социальные сети, мессенджеры).

Снижение темпов роста инвестиций в eCommerce

После бурного роста 2020–2022 гг. инвесторы пересматривают стратегии вложений в онлайн-ритейл:

- В 2023–2024 гг. некоторые маркетплейсы начали экономить на развитии, сокращая субсидирование логистики и продавцов.
- Уменьшение инвестиций в новые склады и логистические мощности замедляет экспансию в регионы.
- Компании фокусируются на рентабельности вместо быстрого роста, что сдерживает темпы расширения рынка.

Несмотря на схожие макроэкономические условия, динамика B2B / B2G онлайн-торговли существенно отличается от B2C. В то время как **розничный рынок** приближается к насыщению и **теряет темпы роста, B2B / B2G-сегмент**, напротив, остается **в фазе активного расширения**. Регулируемые закупки стабилизируются, но драйверами развития становятся коммерческие закупки, B2B-маркетплейсы, корпоративные интернет-магазины и подключение новых участников к цифровым каналам.

Даже при замедлении инвестиций в инфраструктуру из-за высокой ключевой ставки, сам рынок далек от насыщения: цифровизация охватывает все больше организаций, включая региональные компании и МСП, а электронные торговые площадки продолжают наращивать функциональность. Все это создает условия для дальнейшего роста B2B / B2G eCommerce в ближайшие годы.

B2B и B2G онлайн-торговля в России

Рынок B2B электронной коммерции в России демонстрирует устойчивый рост:

- Рынок онлайн-закупок и онлайн-торговли России в B2B и B2G сегментах демонстрирует устойчивый рост. В 2015 году объем рынка составлял 29,1 трлн рублей, а к 2024 году он увеличился до 65,8 трлн рублей.
- Среднегодовой темп роста (CAGR) за период 2015–2024 годов составил около 9,5%. Это свидетельствует о стабильном развитии электронной торговли и закупочных процессов в России.
- 2024 год стал важной точкой роста, когда рынок преодолел отметку в 65,8 трлн рублей. Это обусловлено усилением цифровых решений в корпоративном и государственном секторе, а также активным развитием маркетплейсов и платформ для онлайн-закупок.
- Коммерческие электронные торговые площадки (ЭТП) становятся ключевыми игроками рынка. Их развитие способствует ускоренной диджитализации B2B-сектора, обеспечивая удобные механизмы для проведения тендеров, поиска поставщиков и автоматизации документооборота.
- Популярность B2B-маркетплейсов: в 2024 году в России число B2B-покупателей на маркетплейсах по данным Контур.Витрины составило 1,4 млн.

Тенденции и перспективы

Интеграция с финансовыми сервисами: Онлайн-платформы расширяют список услуг, предлагая финансовые инструменты, такие как кредитование и рассрочка, что повышает привлекательность электронных закупок для бизнеса.

Развитие логистической инфраструктуры: Улучшение логистических сервисов и расширение складских мощностей позволяют сократить сроки доставки и повысить удовлетворенность клиентов.

В целом, российский рынок электронных закупок продолжает динамично развиваться, предлагая новые возможности и инструменты для эффективного взаимодействия между участниками рынка.

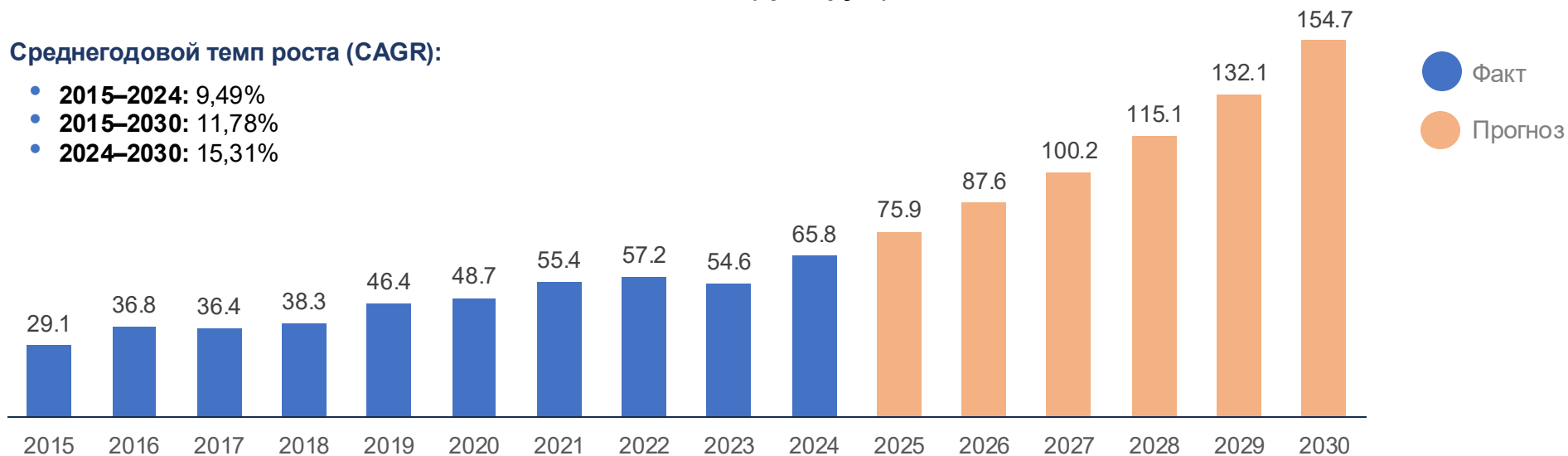
Размер и динамика рынка B2B и B2G онлайн-торговли в России

По прогнозу, к 2030 году объем российского рынка B2B и B2G онлайн-торговли достигнет **154,7 трлн рублей**. Это более чем в **2,3 раза** выше уровня 2024 года (**65,8 трлн руб.**), что свидетельствует о значительном потенциале дальнейшего роста. Такой прирост отражает как инфляционные процессы, так и структурное расширение цифровой экономики.

Этот ускоряющийся темп обусловлен как переходом бизнеса к цифровым каналам, так и мерами государственной политики, направленными на расширение обязательного применения электронных процедур и инфраструктурное обновление.

Оценку рынка в рамках данного исследования можно охарактеризовать как осторожно оптимистичную.

Размер и динамика рынка B2B и B2G онлайн-торговли России
в 2015-2030 (трлн руб.)



Размер и динамика рынка B2B и B2G онлайн-торговли в России

Основания для умеренного оптимизма связаны с ускоренным ростом двух ключевых направлений:

- **сегмента коммерческих B2B онлайн-закупок**
- **онлайн-продаж**

Рост в этих зонах подтверждается динамикой последних лет и свидетельствует о постепенном расширении цифрового канала в закупочной деятельности.

На формальные размеры рынка должны повлиять: возвращение закупок по 223-ФЗ в публичный контур и инфляционный фактор

Факторы роста российского рынка B2B / B2G онлайн-торговли и закупок

Рост сегмента коммерческих закупок

Основной вклад в рост объема B2B онлайн-торговли до 2030 года будет обеспечен расширением коммерческого сектора.

Все больше компаний среднего и крупного бизнеса переходят от бумажных и смешанных форматов закупок к полностью цифровым решениям. Стандарты автоматизации, ранее распространенные в госсекторе, начинают массово внедряться и в частном сегменте. Этот процесс сопровождается:

- переходом к единому цифровому циклу (от поиска поставщика до оплаты и логистики);
- усилением внутреннего контроля за издержками и прозрачностью поставок;
- ростом количества тендеров в корпоративном секторе.

Развитие высокими темпами B2B-маркетплейсов и корпоративных интернет-магазинов

Быстрое распространение цифровых платформ с каталожной моделью (B2B-маркетплейсов) оказывает серьезное влияние на рост рынка. Все больше производителей, дистрибьюторов и сервисных компаний создают собственные интернет-магазины для работы с бизнес-клиентами. Среди ключевых факторов:

- рост числа подключенных продавцов и региональных поставщиков;
- появление нишевых отраслевых платформ (например, в металлургии, строительстве, сельском хозяйстве);
- использование маркетинговых инструментов, бонусных программ и рассрочек в B2B-продажах.

Факторы роста российского рынка B2B / B2G онлайн-торговли и закупок

Возвращение крупных компаний и госкорпораций в публичное поле закупок

Наметившаяся тенденция по возврату закупок крупных компаний в публичное поле — один из ключевых драйверов роста. После ухода ряда компаний в закрытые форматы, в 2023–2024 годах заметна обратная динамика:

- закупки снова становятся публичными по поручению акционеров или регуляторов;
- компании стремятся увеличить охват поставщиков, снизить риски сговора и оптимизировать затраты;
- наблюдается расширение перечня категорий товаров и услуг, закупаемых через ЭТП.

Меры государства по стимулированию цифровых закупок

Государственная политика также формирует позитивные ожидания на рынке:

- обсуждается перевод большего объема закупок малого объема в цифровой формат;
- планируется расширение перечня товаров и сырья, обязательных к продаже через биржи;
- идет поддержка инициатив в сфере цифрового документооборота и маркировки;
- создаются стимулы для подключения МСП к электронным торгам.

Факторы роста российского рынка B2B / B2G онлайн-торговли и закупок

Технологическая зрелость и интеграция ИТ-решений

Повсеместное внедрение SRM, ERP, PIM, ЭДО и аналитических систем ведет к формированию зрелых цифровых контуров в закупках:

- интеграция платформ с бухгалтерией, складами и логистикой позволяет бизнесу работать в «едином окне»;
- автоматизация отбора поставщиков, расчета KPI и юридической проверки способствует снижению транзакционных издержек;
- использование Big Data и ИИ позволяет прогнозировать спрос и оптимизировать закупочную стратегию.

Инфляционное и номинальное расширение рынка

Отдельным фактором роста остается номинальное удорожание закупок, в том числе на фоне инфляции и усложнения логистических цепочек. Это особенно заметно в закупках оборудования, стройматериалов, сырья и энергетических товаров. К этому же классу факторов можно отнести влияние национального режима закупок

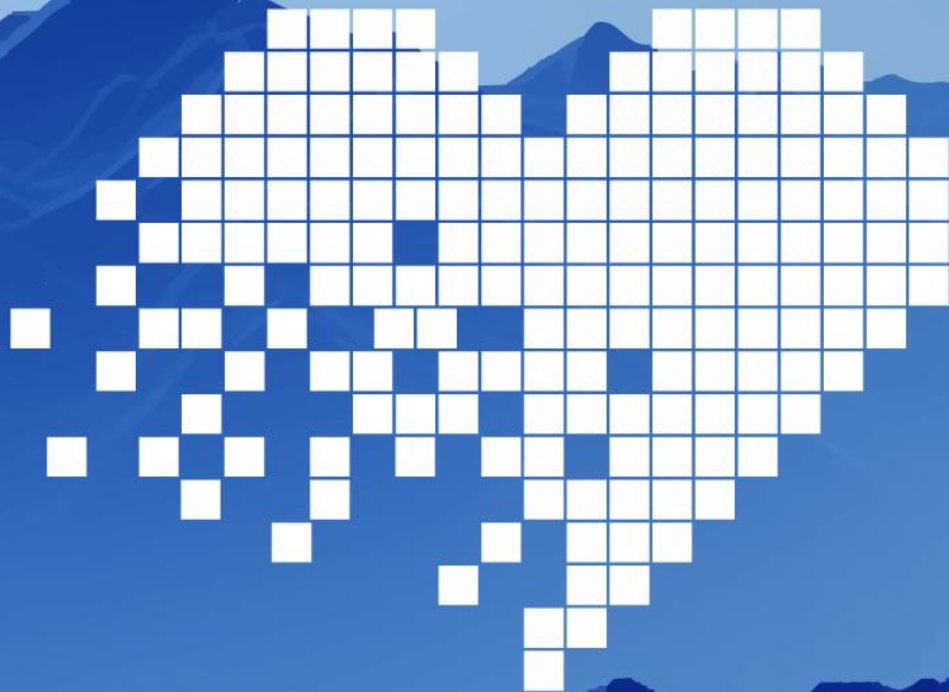
Факторы роста российского рынка B2B / B2G онлайн-торговли и закупок

Расширение участия малого и среднего бизнеса (СМБ) в электронных закупках

Малые и средние предприятия становятся все более активными участниками рынка электронных закупок. В России действует система квотирования и приоритетов для МСП в рамках 44-ФЗ и 223-ФЗ. Так, по законодательству заказчики обязаны закупать у субъектов МСП не менее 25% общего объема закупок (в рамках 223-ФЗ) и проводить отдельные закупки исключительно среди СМП и СОНКО (социально ориентированные некоммерческие организации) (в рамках 44-ФЗ).

Дополнительно на федеральном уровне действует Единый реестр субъектов МСП, интегрированный с электронными площадками, а для участия в торгах предлагаются специальные финансовые и информационные меры поддержки — например, льготное аккредитование, шаблоны документации и бесплатное обучение.

Кроме того, в 2023–2024 годах все больше субъектов малого и среднего бизнеса начали использовать ЭТП не только как поставщики, но и как заказчики, что расширяет объем транзакций в цифровом сегменте и стимулирует развитие B2B-каналов для работы между СМБ-компаниями.



**10 ЛЕТ
E-COMMERCE
WEEKEND**
XX КОНФЕРЕНЦИЯ

10 **EW** CLUB
E-COMMERCE
WEEKEND

14-17
АВГУСТА
2025 АЛТАЙ



XX КОНФЕРЕНЦИЯ E-COMMERCE WEEKEND 10 ЛЕТ

Мероприятие EW club и Data Insight

250+ участников— топы e-commerce: владельцы, CEO, руководители крупных компаний, таких как: **OZON, Альфа банк, СДЭК, Avito, Детский мир, Кант и другие.**

Формат сочетает в себе деловую и неформальную части:

- Мощная деловая программа, известные спикеры
- Праздничная вечеринка под звездами
- Экскурсии и нетворкинг с единомышленниками

Присоединяйтесь к сообществу, которое определяет будущее e-commerce!



Программа XX конференции 14-16 августа 2025

- **Федор Вирин** (со-основатель EW CLUB, партнер Data Insight) разберёт кейсы адаптации к OMNI Human;
- **Альбина Джалиль** (со-основатель Training and Development group). Проведет мастер-класс и дискуссию «Теория Поколений» объяснит, как работать с поколениями Z и Альфа);
- **Дмитрий Селихов** (региональный директор Poizon, ex Aliexpress). «Другие люди. Другие миры». Расскажет как работать с Китаем);
- **Виталий Чесноков** (генеральный директор QSOFТ). Как расти тем кто уже итак достиг больших высот? Инструкция по применению;
- Интервью **Федора Вирина** с секретным гостем, руководителем крупной и известной компании.

16 августа в 21:00 Праздничная программа E-commerce party.
Вечеринка под звездами в горах.



Присоединяйтесь к мощному комьюнити профессионалов и ваших будущих партнеров!



Организаторы:

Ирина Поддубная, основатель E-COMMERCE WEEKEND, EW Club
Федор Вирин, партнер Data Insight, основатель EW Club

EW Club — отраслевой бизнес-клуб лидеров электронной коммерции



ecomweekend.ru

Сегментация рынка B2B и B2G онлайн-закупок и онлайн-продаж



Текущая ситуация на международном рынке и ключевые тренды

Основные тренды

1 Цифровизация закупочных процессов

Глобальный переход от традиционных бумажных процедур к электронным платформам повышает прозрачность и эффективность тендерных процессов, снижая административные барьеры и издержки.

2 Глобализация и локализация

Международные площадки B2B онлайн-торговли расширяют присутствие на новых рынках, адаптируя сервисы к местным законодательными культурным особенностям, что способствует привлечению большего числа участников и укреплению позиций на глобальной арене.

3 Ужесточение конкуренции

Рост числа электронных торговых площадок (ЭТП) стимулирует развитие сервисов за пределами базовой функциональности. Чтобы удерживать клиентов и расширять аудиторию, крупные универсальные и мультисервисные платформы начинают внедрять отраслевые решения — например, специализированные модули для строительных закупок, фармацевтики, нефтегазовой отрасли или агросектора. Такие решения учитывают специфику товарных групп, сложность логистики, сезонность, требования к сертификации и форматам документации. Одновременно с этим усиливается географическая специализация. В ряде случаев ЭТП разрабатывают предложения с учетом местной нормативной базы, языковой среды, структуры заказчиков и других региональных особенностей.

4 Интеграция инновационных технологий

Внедрение искусственного интеллекта, машинного обучения и анализа больших данных позволяет автоматизировать отбор поставщиков, прогнозировать результаты тендеров и оптимизировать цепочки поставок.

5 Развитие мобильных решений

Увеличение использования мобильных устройств побуждает площадки адаптировать свои сервисы для мобильных приложений, обеспечивая доступность и удобство участия в тендерах в любое время.

Текущая ситуация на международном рынке и ключевые тренды

Глобальный рынок B2B электронной коммерции развивается по разным траекториям в зависимости от экономических моделей, структуры бизнеса и роли государства



В **США** этот рынок демонстрирует высокую степень зрелости: здесь давно сформированы устойчивые структуры, широко применяются автоматизированные закупочные процессы, а такие игроки, как Amazon Business, задают отраслевые стандарты сервиса, логистики и цифрового взаимодействия. Цепочки поставок интегрированы с ERP-системами, а подход к B2B-коммерции ориентирован на **скорость, масштабируемость и отраслевую специализацию**.



В **Европе** развитие B2B eCommerce строится вокруг **стандартизации, устойчивости и интеграции с корпоративными IT-архитектурами**. Здесь доминируют решения, такие как SAP Ariba, которые автоматизируют полный цикл закупок и встраиваются в ERP-системы транснациональных компаний. Европейская модель делает акцент на управлении рисками, прозрачности, соответствии комплаенсу и ESG-требованиям, что особенно важно в условиях ужесточающегося регулирования.

S2P (Source-to-Pay) решения представляют собой глобальные инструменты цифровизации закупок, охватывающие весь цикл — от поиска и оценки поставщиков до оплаты и аналитики. Эти платформы активно используются в различных странах и отраслях, становясь стандартом в транснациональных корпорациях, госкорпорациях и крупном бизнесе. Среди лидеров рынка — **SAP Ariba, GEP SMART, Coupa, Jaggaer** (ранее BravoSolution) и **Oracle Procurement Cloud**. Наиболее развиты эти решения в **США**, странах **Западной Европы, Японии, Индии и Китае**. SAP Ariba и Oracle Procurement Cloud популярны среди корпоративных пользователей с интеграцией в ERP-системы, особенно в США, Германии и Японии. Coupa делает ставку на контроль затрат и удобство, активно развиваясь в Северной Америке, Великобритании и ATP. GEP SMART — облачное модульное решение с сильными позициями в США и Индии. Jaggaer, имеющая европейские корни, широко применяется в ЕС и образовательном секторе США. Эти платформы все чаще внедряются не только в частном секторе, но и в госсекторе, особенно в странах с высоким уровнем цифровой зрелости, где S2P становится основой для построения прозрачной, управляемой и аналитически подкреплённой модели закупок.

Текущая ситуация на международном рынке и ключевые тренды



Китайский рынок построен на мощных централизованных экосистемах, созданных такими гигантами, как **Alibaba** и **JD.com**. Эти платформы охватывают весь спектр B2B-взаимодействий, включая малые предприятия, крупный корпоративный сектор и даже государственные тендеры. При этом ключевую роль играет **государство**, поддерживающее развитие цифровой логистики, бирж и обязательных закупочных процедур для госсектора, что делает Китай лидером по степени институциональной вовлеченности в цифровую торговлю.



Индия демонстрирует быстрый рост в сфере B2B электронной коммерции, чему способствуют расширение интернет-покрытия и инициативы по цифровизации экономики. **Местные платформы**, такие как **IndiaMART**, играют ключевую роль в соединении малых и средних предприятий с национальными и международными рынками.

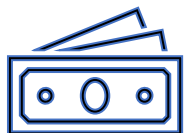


Россия в этом контексте занимает уникальное положение, **совмещая элементы китайского и «западного» подходов**, но с гораздо более активным участием государства. Государственные регуляторы стали главной движущей силой цифровизации закупок, сформировав обязательные процедуры в рамках **44-ФЗ и 223-ФЗ** и выстроив сеть федеральных электронных торговых площадок. Именно регулируемые закупки стали точкой входа в цифровую трансформацию: они задали стандарты прозрачности, конкурентности и открытости, которые постепенно распространились и на коммерческий сегмент. В этом смысле российский рынок развивается не от бизнеса, а от государства, которое стимулирует и саму инфраструктуру, и спрос со стороны участников. Такой подход позволяет обеспечить масштабируемость, контролируемость и стабильный рост сектора онлайн-закупок.

Макро- и геополитические тенденции российского рынка (санкции, уход иностранных компаний)

В период с 2022 года российский рынок электронных торговых площадок (ЭТП) столкнулся с существенными изменениями, вызванными макроэкономическими и геополитическими факторами, включая введение международных санкций и уход иностранных компаний. Эти события оказали значительное влияние на функционирование тендерных площадок и деятельность их участников.

Влияние санкций и ухода иностранных компаний на российский рынок участников закупок на электронных площадках



Финансовые и логистические ограничения

Международные санкции привели к блокировке финансовых сервисов и затруднениям в проведении расчетов, особенно с зарубежными поставщиками. Это осложнило выполнение контрактных обязательств и проведение международных торговых операций.

Нарушение привычных логистических цепочек из-за закрытия транспортных маршрутов и отказа международных перевозчиков от сотрудничества с Россией привело к задержкам и удорожанию поставок.



Импортозамещение и технологические вызовы

Ограничения на импорт ПО и отказ от поддержки уже внедренных решений ускорили переход на отечественные разработки. Компании столкнулись с необходимостью оперативного замещения критически важных ИТ-систем, особенно в сегментах ERP и закупок.

Дополнительный стимул — вступающий в силу с 1 сентября 2024 года запрет на закупку иностранного ПО для субъектов критической информационной инфраструктуры. Это усилило давление на рынок и потребовало от разработчиков ускоренной адаптации продуктов под новые требования.

Макро- и геополитические тенденции российского рынка (санкции, уход иностранных компаний)



Снижение конкуренции и изменение рыночной структуры

Уход иностранных компаний освободил определенные рыночные ниши, что привело к снижению конкуренции в некоторых секторах. Это создало возможности для отечественных предприятий занять освободившиеся позиции, однако потребовало быстрого наращивания производственных мощностей и адаптации к новым условиям.



Государственная поддержка и адаптация рынка:

В ответ на возникшие вызовы государство внедрило меры поддержки, направленные на стабилизацию экономики и поддержку бизнеса. Это включало финансовую помощь, налоговые льготы и упрощение регуляторных процедур. Такие меры способствовали смягчению негативных последствий санкций и ухода иностранных компаний.

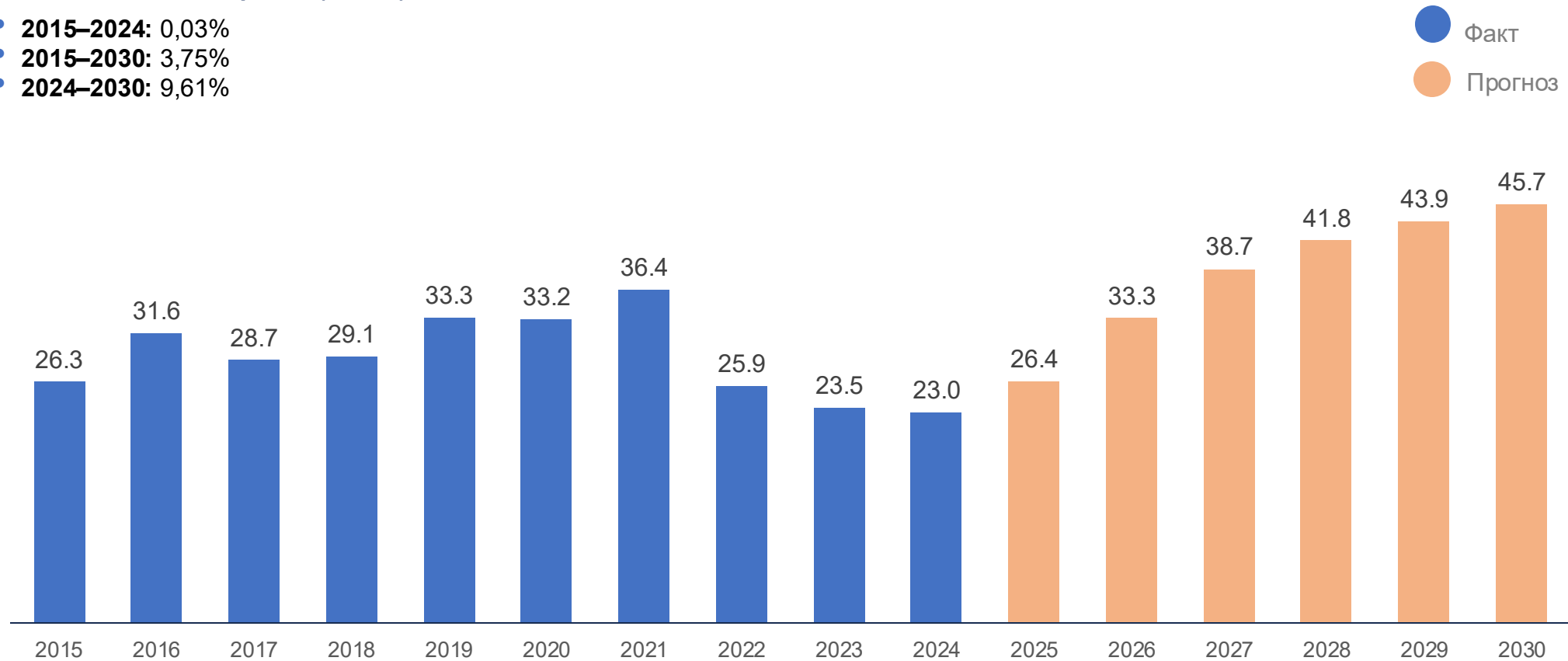
В целом, макроэкономические и геополитические изменения существенно повлияли на российский рынок закупок, потребовав от участников рынка **быстрой адаптации** к новым условиям, **разработки отечественных технологий** и **пересмотра стратегий** взаимодействия с международными партнерами.

Динамика рынка регулируемых B2B и B2G закупок (44-ФЗ, 223-ФЗ, 615-ПП)

Размер и динамика рынка B2B и B2G онлайн-закупок (44-ФЗ, 223-ФЗ, 615-ПП) (трлн руб)

Среднегодовой темп роста (CAGR):

- 2015–2024: 0,03%
- 2015–2030: 3,75%
- 2024–2030: 9,61%



Динамика рынка регулируемых B2B и B2G закупок (44-ФЗ, 223-ФЗ, 615-ПП)

Регулируемые закупки по 44-ФЗ, 223-ФЗ и 615-ПП — **ключевой элемент экономики B2B и B2G в России**. Они формируют гарантированный спрос на товары, работы и услуги, обеспечивают загрузку для тысяч поставщиков и играют системообразующую роль в цифровизации контрактной системы. Особенно важно это в условиях санкционного давления и перехода на импортозамещение.

Рынок регулируемых закупок по 44-ФЗ, 223-ФЗ и 615-ПП достиг пика в 2021 году — **36,41 трлн рублей**, после чего последовало сжатие: объёмы упали до **25,9 трлн** в 2022-м и достигли минимума в **22,98 трлн рублей** в 2024 году. Однако с 2025 года ожидается устойчивое восстановление. К 2030 году объём рынка может вырасти почти вдвое — до **45,74 трлн рублей**.

Ключевыми факторами будущего роста станут реформа закупок малого объема (ЗМО), возврат публичности закупок (как фактор публичного подтверждения объемов рынка и допуск более широкого круга участников), курс на импортозамещение, инфляционное давление и усиление требований по соблюдению национального режима. Ожидается рост инфраструктурных и промышленных инвестиций.

Возврат публичности закупок по 223-ФЗ – главный ожидаемый фактор роста рынка регулируемых закупок

Динамика объемов закупок по 44-ФЗ

Федеральный закон № 44-ФЗ охватывает государственные и муниципальные органы власти, бюджетные учреждения, государственные и муниципальные унитарные предприятия, а также казенные учреждения. Все эти заказчики обязаны осуществлять закупки в соответствии с установленными регламентами, с соблюдением принципов открытости, прозрачности и конкурентности. Закон распространяется на любые закупки, осуществляемые за счёт бюджетных средств — федерального, регионального или местного уровня.

Закон 44-ФЗ обеспечивает практически стопроцентный охват всех субъектов, осуществляющих закупки за счет бюджетных средств. Перечень заказчиков четко закреплён и остается стабильным на протяжении многих лет, что делает рынок регулируемых закупок предсказуемым и структурированным. Количество участников закупочного процесса также демонстрирует относительное постоянство: в отличие от коммерческого сектора, здесь наблюдается устойчивый состав поставщиков, прошедших аккредитацию на ЭТП и регулярно участвующих в тендерах, что обусловлено жесткими требованиями к квалификации, документации и соблюдению контрактных обязательств.

Методика: Оценка рынка B2G онлайн-закуп по 44-ФЗ проводилась на основе официальных данных Единой информационной системы (ЕИС, zakupki.gov.ru). Анализировалась динамика итоговой цены контрактов за период 2015–2024 годов.

- С 2015 по 2022 годы рынок B2G закупок демонстрировал стабильный рост, увеличившись с 5,52 до 11,55 трлн рублей.
- В 2019 году был зафиксирован рекордный рост +20,54%, в 2017 году +17,57%, что связано с расширением обязательных электронных процедур.
- В 2023 году рынок сократился на 11,36%, составив 10,24 трлн рублей. Причины спада включают изменения в бюджетной политике, перевод ряда закупок в закрытый контур и макроэкономические факторы.

С 2024 года ожидается восстановление рынка и среднегодовой рост на 5–6%, что позволит достичь 15,59 трлн рублей к 2030 году.

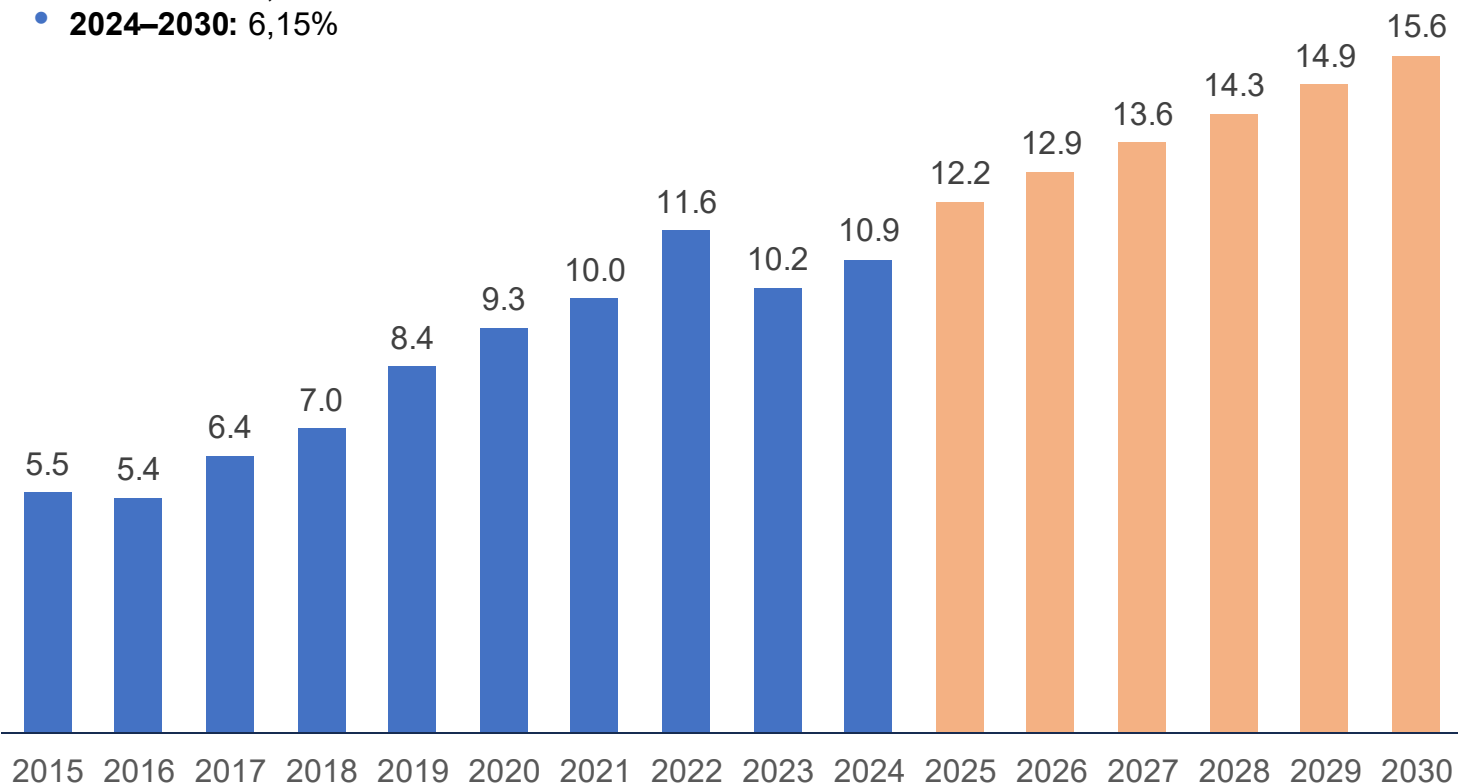
Динамика объемов закупок по 44-ФЗ

Размер и динамика рынка государственных закупок в России по 44-ФЗ (трлн руб.)

Среднегодовой темп роста (CAGR):

- 2015–2024: 7,85%
- 2015–2030: 7,17%
- 2024–2030: 6,15%

● Факт
● Прогноз



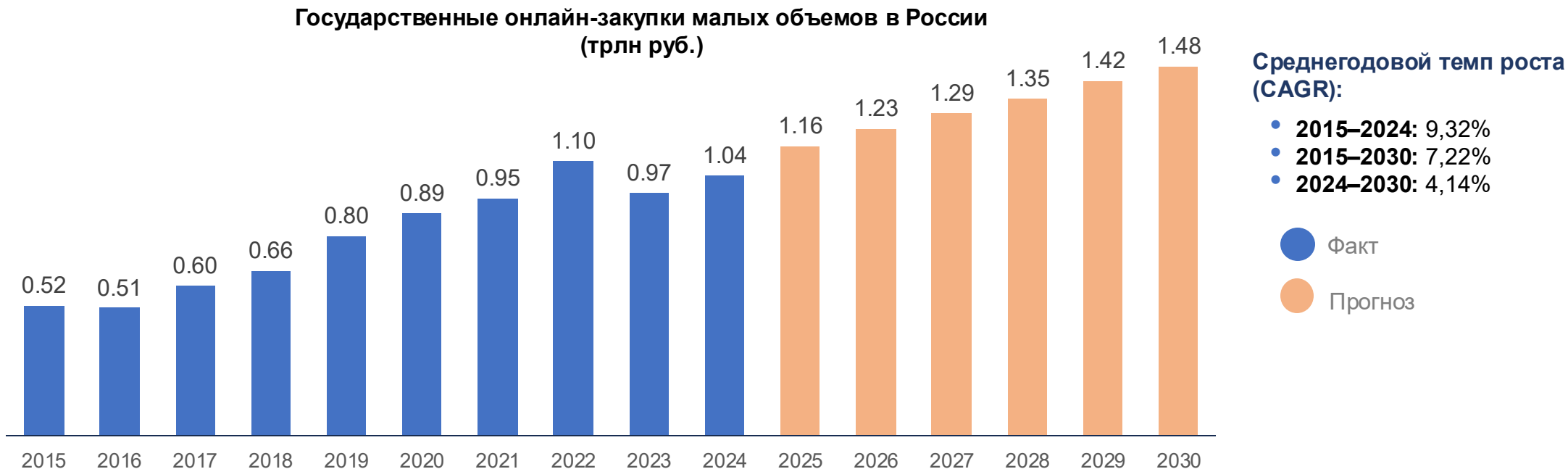
Прогноз развития рынка B2G-закупок на 2025–2030 годы основан на исторических данных и макроэкономических трендах. Ожидается среднегодовой рост на **5–6%**, который приведет к увеличению объема закупок до 15,59 трлн рублей к 2030 году.

Ожидается, что к 2030 году среднегодовой прирост рынка составит **2,2–2,5 трлн рублей**, что обеспечит его стабильное развитие и адаптацию к изменяющимся экономическим условиям.

Динамика объемов онлайн-закупок ЗМО (закупок малых объемов) в госсекторе

Методика: Оценка объема рынка B2G онлайн-закупок малого объема (ЗМО) проводилась путем экспертного анализа и расчетов на основе данных ЕИС (zakupki.gov.ru).

- Агрегированных данных по сегменту малых закупок не предоставляется, поэтому объем рынка ЗМО рассчитывался исходя из общей суммы контрактов по 44-ФЗ, с последующим применением экспертной оценки доли ЗМО (9,5%) от общего объема.
- Для прогнозирования на 2025–2030 годы использовалась линейная регрессионная модель, построенная на фактических данных 2015–2024 годов.



Прогноз развития онлайн-ЗМО в госзакупках на 2025–2030 годы

Реформа закупок малого объема с 2026 года

С 2026 года в России вступит в силу масштабная реформа сегмента малых закупок. Все процедуры стоимостью до 600 тыс. рублей будут переведены в электронный формат с едиными правилами проведения. Это решение направлено на дальнейшую стандартизацию, повышении прозрачности и снижение административных издержек.

Ключевые изменения включают:

Переход на цифровой формат:

бумажный документооборот сохраняется только для закупок до 100 тыс. рублей и при годовом объеме закупок не более 2 млн рублей

Создание единого каталога товаров и услуг: стандартизация наименований позволит заказчикам автоматически сравнивать предложения и исключит разночтения в спецификациях

Предварительное размещение предложений:

поставщики смогут загружать оферты заранее, а заказчики — отбирать три лучших предложения по цене автоматически

Гибкая система торгов:

возможность корректировки цен поставщиками в течение 3, 6 или 24 часов после публикации извещения

Хотя реформа вводит важные структурные изменения, текущая динамика рынка указывает лишь на умеренный рост. Это означает, что одних регуляторных решений недостаточно: потребуется параллельное развитие цифровой инфраструктуры, методическая поддержка заказчиков и поставщиков, а также стабильно функционирующие механизмы интеграции с существующими ИТ-системами.

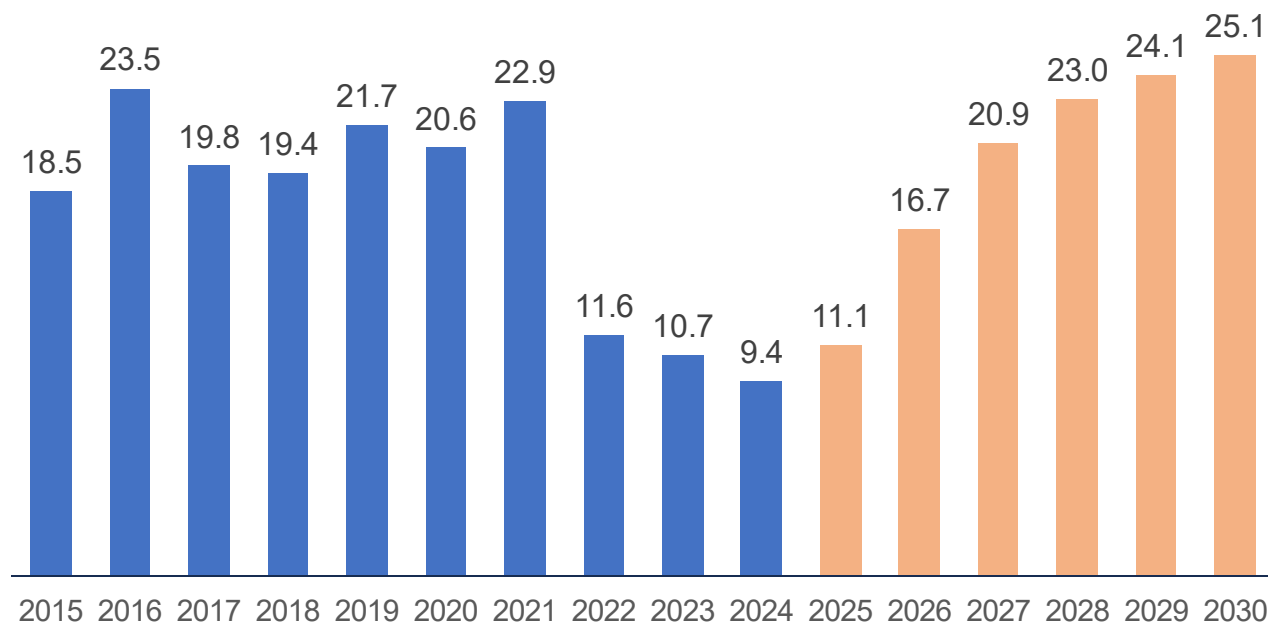
Оценка объема B2B онлайн-закупок компаний с госучастием (223-ФЗ)

Размер и динамика рынка B2B онлайн-закупок компаний с госучастием (223-ФЗ) (трлн руб.)

Среднегодовой темп роста (CAGR):

- **2015–2024:** 7,24%
- **2015–2030:** 2,04%
- **2024–2030:** 17,73%

● Факт
● Прогноз



Методика: оценка объема рынка B2B онлайн-закупок компаний с госучастием (223-ФЗ) проводилась на основе официальных данных Единой информационной системы (ЕИС, zakupki.gov.ru).

Сумма по году оценивалась как итоговая цена заключенных договоров по 223-ФЗ по всей России.

Фактические данные охватывают 2015–2024 годы, прогноз 2025–2030 рассчитан с учетом:

- Предположения о восстановлении публичности закупок компаний с госучастием,
- Возвращения рынка к предшествующим СВО значениям.

Оценка объема B2B онлайн-закуп компаний с госучастием (223-ФЗ)

Рост закупок с 2015 по 2022 год

- В 2015 году объем B2B онлайн-закуп по 223-ФЗ составлял 18,53 трлн рублей.
- Самый значительный рост был зафиксирован в 2016 году (+26,79%) и 2021 году (+10,88%).
- В 2022 году объем закупок резко сократился на -49,22% из-за санкционных ограничений, перевода закупок в закрытые процедуры и изменения структуры рынка.

Снижение объемов в 2023 году

- В 2023 году рынок продолжил падение, снизившись до 10,65 трлн рублей (-8,38%).
- Причины снижения: адаптация к новым экономическим условиям, изменение бюджетных приоритетов компаний с госучастием, корректировка закупочной политики.

Прогнозируемый рост с 2024 года

- С 2024 по 2030 год ожидается восстановление рынка B2B онлайн-закуп с госучастием, начиная с 2025 года (+18,25%).
- В 2026 году прогнозируется скачок на 50% за счет:
 - Возвращения части закупок в публичное поле,
 - Активного развития импортозамещения,
 - Расширения механизмов госзакуп.
- К 2030 году объем закупок компаний с госучастием может достичь 25,08 трлн рублей, однако темпы роста замедлятся до 4% в год.

Специфическим фактором сегмента можно назвать

перевод закупок в закрытый контур

- Санкции и внешнеэкономические риски привели к массовому переводу закупок в закрытые процедуры.
- Это снизило публичность и прозрачность, но позволило защитить стратегические закупки.

Оценка объема ЗМО компаний с госучастием

Методика оценки объема ЗМО компаний с госучастием

Агрегированные данные о закупках малого объема (ЗМО) в секторе компаний с госучастием отсутствуют, поэтому их оценка проводилась на основе нормативных актов, корпоративных документов и экспертных оценок.

- Определено, что ЗМО составляют 9,4% от общего объема закупок по 223-ФЗ.
- Прогноз развития ЗМО повторяет общую динамику рынка B2B онлайн-закупок по 223-ФЗ.

Рост закупок с 2015 по 2022 год

- В 2015 году объем закупок малого объема (ЗМО) компаний с госучастием оценивался в 1,74 трлн рублей.
- Наибольший рост зафиксирован в 2016 году (+26,79%) и 2020 году (+10,88%), что связано с увеличением числа контрактов у единственного поставщика и цифровизацией закупочных процессов.
- В 2022 году объем закупок ЗМО сократился на -49,22%, что объясняется макроэкономическими факторами, переводом закупок в закрытые процедуры и корректировкой закупочной политики.

Снижение объемов в 2023 году

- В 2023 году падение продолжилось – объем закупок снизился до 1 трлн рублей (-8,38%).
- Основные причины: изменение бюджетных приоритетов, усиление контроля за закупками у единственного поставщика и макроэкономическая нестабильность.

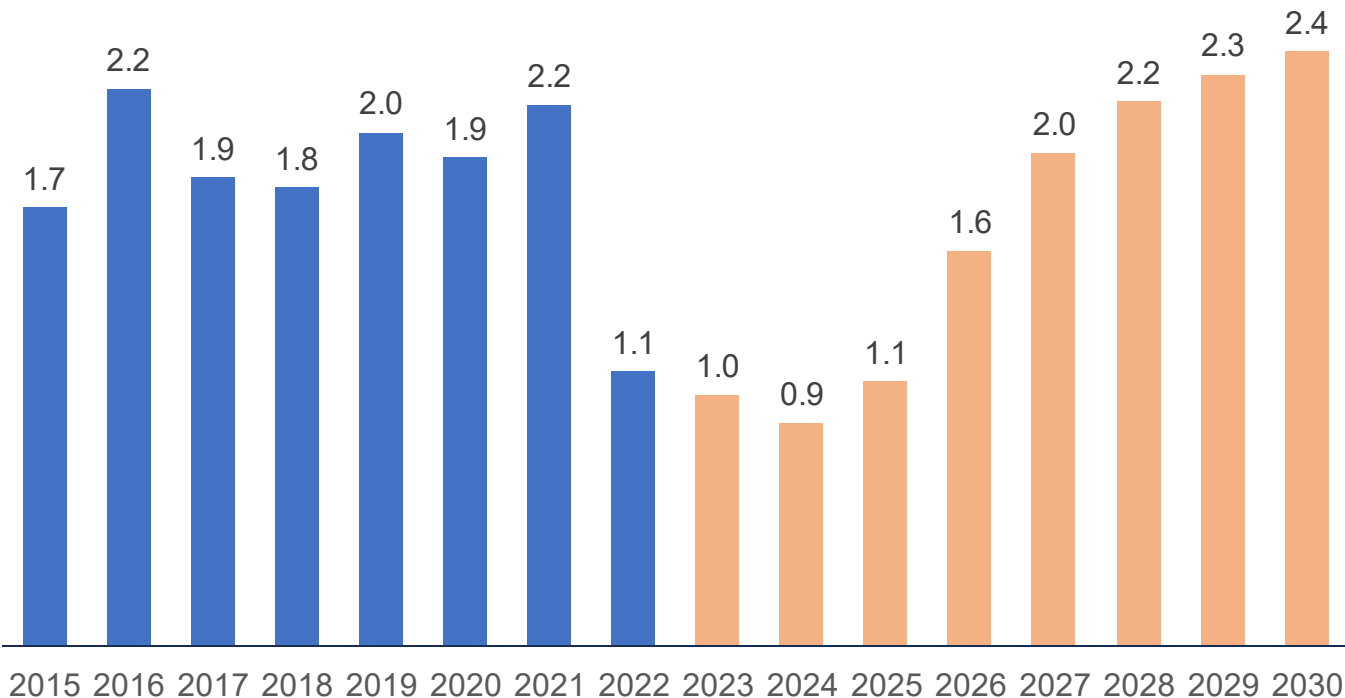
Оценка объема ЗМО компаний с госучастием

Динамика объемов онлайн-закупок малого объема в компаниях с госучастием в 2015-2030 (трлн руб)

Среднегодовой темп роста (CAGR):

- 2015–2024: -7,18%
- 2015–2030: 2,05%
- 2024–2030: 17,65%

● Факт
● Прогноз



Прогноз развития ЗМО по 223-ФЗ на 2025–2030 годы

Прогнозируемый рост с 2024 года

Ожидается восстановление рынка:

- **2025 год** – рост на 18,25%.
- **2026 год** – скачок на 50% за счет возвращения тендеров в публичное поле и расширения механизмов госзакупок.
- К **2030 году** объем ЗМО компаний с госучастием может достичь 2,36 трлн рублей, но темпы роста снизятся до 4% в год по мере стабилизации рынка

Корреляция закупок малого объема с общим рынком 223-ФЗ

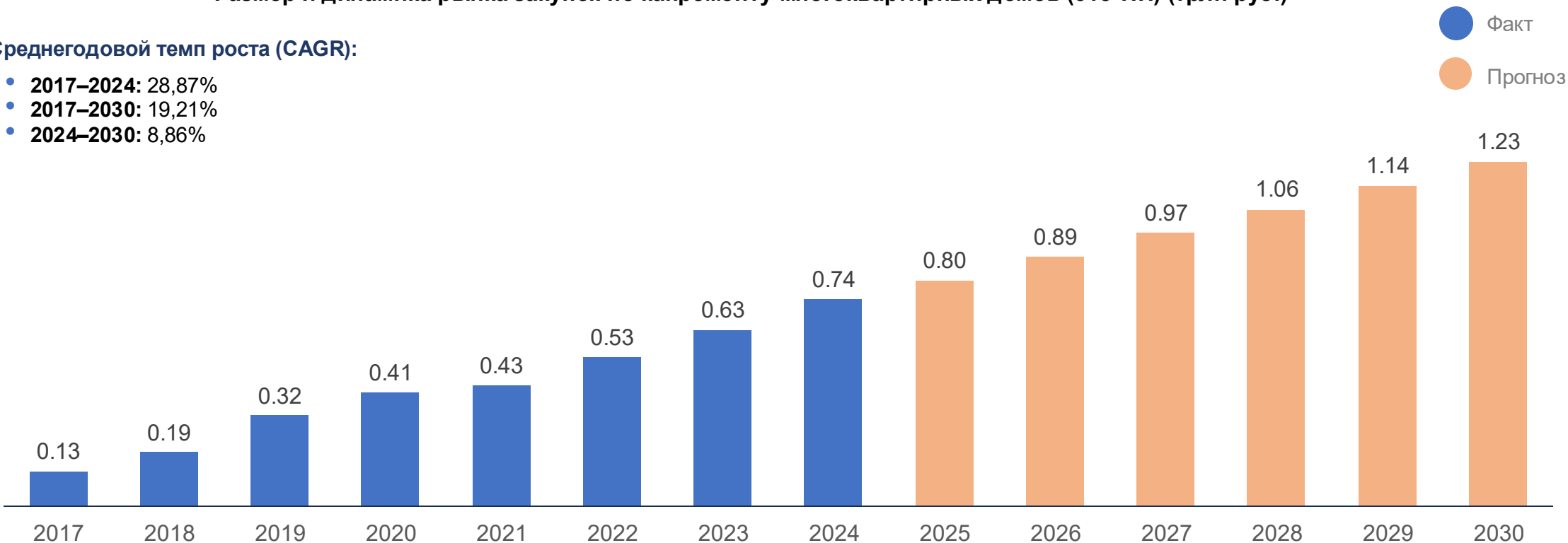
Закупки в рамках регулирования оказания услуг и выполнения работ по капитальному ремонту общего имущества в многоквартирных домах (615 ПП)

Методика оценки объема закупок по капитальному ремонту многоквартирных домов по 615-ПП: данные в открытом доступе отсутствуют. Оценка производилась на основе информации из Единой информационной системы (ЕИС) по начальной максимальной цене (НМЦ) контрактов, заключенных в рамках 615-ПП с 2018 по 2024 год. Прогноз рассчитан с использованием модели линейной регрессии.

Размер и динамика рынка закупок по капремонту многоквартирных домов (615-ПП) (трлн руб.)

Среднегодовой темп роста (CAGR):

- **2017–2024:** 28,87%
- **2017–2030:** 19,21%
- **2024–2030:** 8,86%



Закупки в рамках регулирования оказания услуг и выполнения работ по капитальному ремонту общего имущества в многоквартирных домах (615 ПП)

Динамика объема закупок по 615-ПП (по данным НМЦ в ЕИС)

Рост 2018–2022 гг.

В 2018 году объем закупок составил 192 млрд рублей. В 2019 году он вырос на 68,2%, в 2020 — еще на 25,7%, чему способствовало расширение практики применения 615-ПП и рост финансирования программ капитального ремонта. К 2022 году рынок достиг 531 млрд рублей, при этом темпы роста снизились до 6,2%, что указывает на частичное насыщение сегмента.

Ускорение в 2023–2024 гг.

В 2023 году объем закупок увеличился до 629 млрд рублей (+23,2%), в 2024 году — до 738 млрд рублей (+17,4%). Это связано с усилением контроля за проведением процедур, ростом числа участников и расширением государственных программ.

Прогноз до 2030 года

Ожидается дальнейший рост объемов закупок, но с замедлением темпов до 7–10% в год. К 2030 году рынок может достигнуть 1,23 трлн рублей, что в 6 раз превышает показатель 2018 года.

Рынок коммерческих B2B онлайн-закупок (ЭТП, товарный и сырьевой на биржах, B2B-маркетплейсы и интернет-магазины)

Коммерческий сектор онлайн-закупок в России продолжает демонстрировать устойчивый рост, несмотря на внешнеэкономические колебания. В отличие от регулируемых сегментов, коммерческие закупки развиваются более гибко, быстрее адаптируются к изменениям в логистике, импорте и цепочках поставок. Основу рынка составляют сделки на электронных торговых площадках, организованные биржевые торги и продажи через B2B-маркетплейсы. В этом разделе представлены ключевые показатели и тренды развития коммерческих онлайн-закупок в 2015–2024 годах, а также прогноз до 2030 года.

Рынок коммерческих онлайн-закупок на ЭТП (оценка Data Insight)

- объем в 2015 году — **2,09 трлн руб.**
- Пик роста — 2021 год: **+79,5%**
- Снижение в 2022 году — **-4,1%**
- Резкий рост в 2023 году — **+41,5%**, объем достиг **40,22 трлн руб.**
- Причины роста: импортозамещение, цифровизация, усиление конкуренции, развитие функционала ЭТП
- Прогноз: стабилизация с устойчивым ростом до 2030 года

Организованный товарный и сырьевой биржевой рынок (данные ЦБ РФ)

- объем в 2016 году — **0,73 трлн руб.**
- Максимальный рост:
- 2018: **+33,4%**
- 2020: **+36,6%**
- 2022 год: объем — **1,54 трлн руб.**
- 2023: **+18,8%**, рынок достиг **1,83 трлн руб.**
- 2024 (оценка): рост до **1,90 трлн руб.**
- Тренд: плавный рост

Рынок B2B-маркетплейсов и интернет-магазинов (оценка Data Insight)

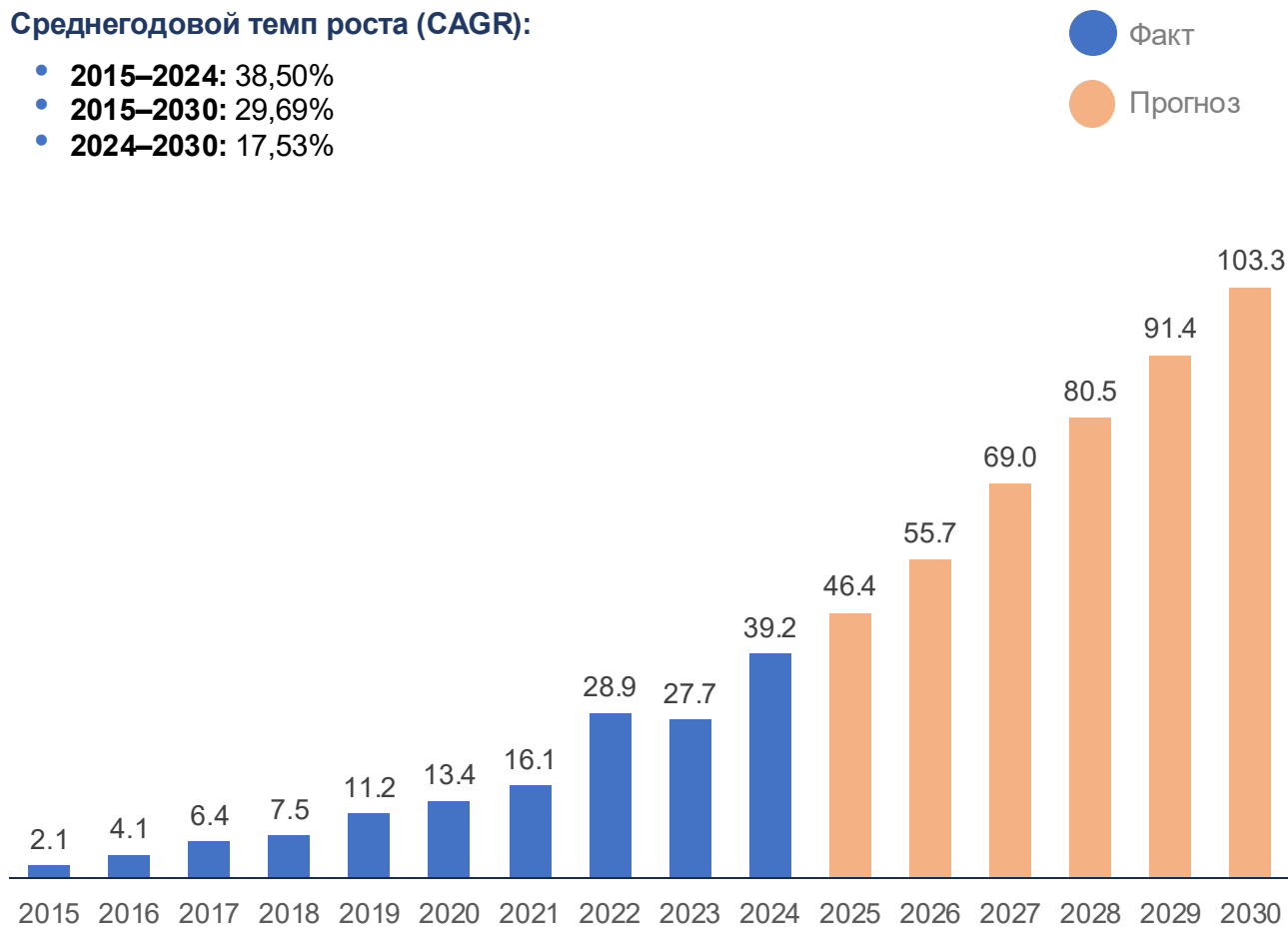
- объем в 2015 году — **0,182 трлн руб.**
- 2021: **1,38 трлн руб.**
- Падение в 2022: **-35,5%**
- Восстановление в 2023: **+74%**, рынок достиг **1,55 трлн руб.**
- Драйверы: возврат к онлайн-каналам, рост количества поставщиков, цифровые каналы сбыта

Оценка объема коммерческих онлайн-закупок на ЭТП

Размер и динамика рынка коммерческих онлайн-закупок на электронных торговых площадках (ЭТП) (трлн руб.)

Среднегодовой темп роста (CAGR):

- **2015–2024:** 38,50%
- **2015–2030:** 29,69%
- **2024–2030:** 17,53%



Методика: Для оценки объема коммерческих онлайн-закупок на электронных торговых площадках использовался комбинированный подход, поскольку общедоступных и полных агрегированных данных по этому сегменту нет. В основу оценки легло сравнение структуры коммерческих закупок с данными по регулируемым закупкам — в частности, по 223-ФЗ и 44-ФЗ.

Чтобы учесть закупки, которые компании по 223-ФЗ не публикуют в открытом доступе, применялся расчетный метод оценки так называемых скрытых торгов. После этого данные усреднялись, чтобы повысить точность и надежность результата. Дополнительно учитывалась динамика закупок у крупных игроков — это позволило уточнить разницу между регулируемыми закупками и полностью коммерческими.

Прогноз на 2025–2030 годы был построен на основе линейной регрессии, использующей данные за 2015–2023 годы, и дополнительно скорректирован с учетом экспертных оценок, темпов цифровизации и общего направления развития рынка.

Оценка объема коммерческих онлайн-закупок на ЭТП

Динамика коммерческих онлайн-закупок на ЭТП в России (2015–2024)

Стремительный рост с 2015 по 2022 год

- В 2015 году объем коммерческих закупок на электронных торговых площадках (ЭТП) составлял 2,09 трлн рублей. В последующие годы рынок демонстрировал уверенный рост.
- Наиболее высокие темпы прироста зафиксированы в 2016 году (+96,16%), 2019 году (+49,87%) и 2021 году (+79,52%). Данный рост обусловлен цифровизацией закупочных процессов, массовым переходом бизнеса на электронные площадки и увеличением объема конкурентных торгов в частном секторе.
- В 2023 году рынок сократился на 4,14%, что могло быть связано с макроэкономической нестабильностью, временной переориентацией бизнеса на внутренние закупочные схемы и изменением логистических цепочек.

Восстановление и рост в 2023 году

В 2024 году рынок начал восстанавливаться, показав рост на 41,48% и достигнув 39,18 трлн рублей. Восстановление связано с активным использованием ЭТП для импортозамещающих закупок, ростом конкуренции среди поставщиков и увеличением спроса на электронные торговые решения в частном секторе.

Ожидается устойчивый рост рынка, в среднем на 13–23% ежегодно.

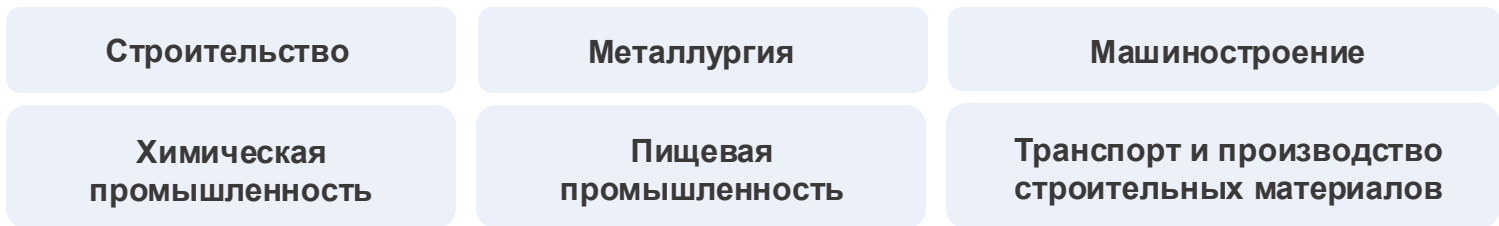
К 2030 году объем коммерческих онлайн-закупок на ЭТП может достигнуть 103,27 трлн рублей, что более чем в 50 раз превышает показатель 2015 года. Рост будет обусловлен как инфляционной составляющей, так и дальнейшей цифровизацией бизнеса, расширением функционала торговых площадок и повышением доли автоматизированных закупок.

Отраслевое распределение закупочной активности

Согласно данным лидера по числу процедур B2B-Center, закупочная активность в 2024 году демонстрировала четкую отраслевую структуру — как по числу покупающих компаний, так и по объему размещаемых закупок.

Ключевые отрасли по числу закупщиков

Лидерами по количеству активных компаний-участников закупочной деятельности выступают:



Также заметно представлены: ритейл, АПК, электроника, энергетика

Это отражает ориентацию площадки на корпоративный сегмент, включая отрасли с крупной проектной загрузкой, необходимостью серийных закупок и сложной логистикой поставок.

Отрасли с наибольшей долей размещаемых закупок

Если учитывать долю самих закупок (а не компаний), в верхней части рейтинга находятся:

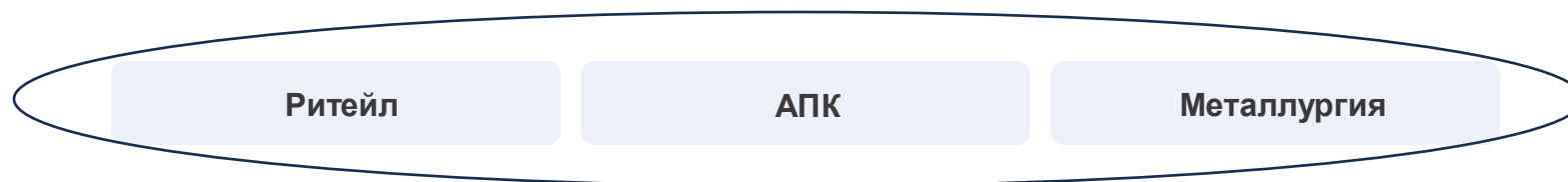
Именно эти отрасли формируют **ядро по объемам транзакций**, часто размещая тендеры на крупные партии товаров и долгосрочные контракты.



Отраслевое распределение закупочной активности

По совокупному объёму закупок (в денежном выражении):

Безусловными лидерами являются:

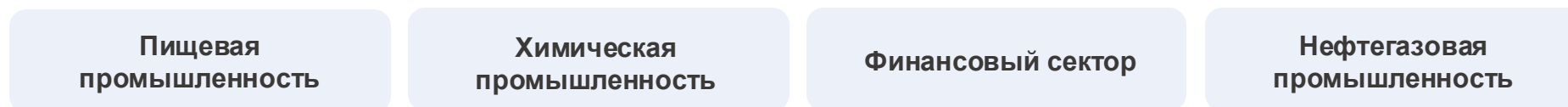


на их долю приходятся наиболее крупные бюджеты.

Далее следуют:



Значительный объем размещают также компании из сфер:



Такое распределение подчеркивает высокую активность в закупках со стороны отраслей, характеризующихся **массовым спросом**, **высокой капиталоемкостью** и **устойчивыми B2B-цепочками поставок**.

Использование ЭТП в закупочной деятельности крупных компаний



Согласно данным B2B-Center (2024-2025), среди компаний с выручкой от **3,5 млрд рублей** только около **20%** размещают закупки через электронные торговые площадки (ЭТП). Анализ охватывает более **10 тысяч** организаций.

Наиболее активны в онлайн-закупках компании с выручкой свыше **10 млрд рублей** — они составляют около половины всех заказчиков, регулярно размещающих закупки на ЭТП.

В сегменте компаний с выручкой **от 5 до 10 млрд рублей** доля, вовлеченных в ЭТП, существенно ниже.

Среди организаций с выручкой **от 3,5 до 5 млрд рублей** эта доля еще ниже.

Статистика включает размещение процедур через площадку B2B-Center и другие коммерческие ЭТП. При этом не учитываются закупки, проводимые через товарные биржи, специализированные отраслевые платформы или внутренние корпоративные системы.

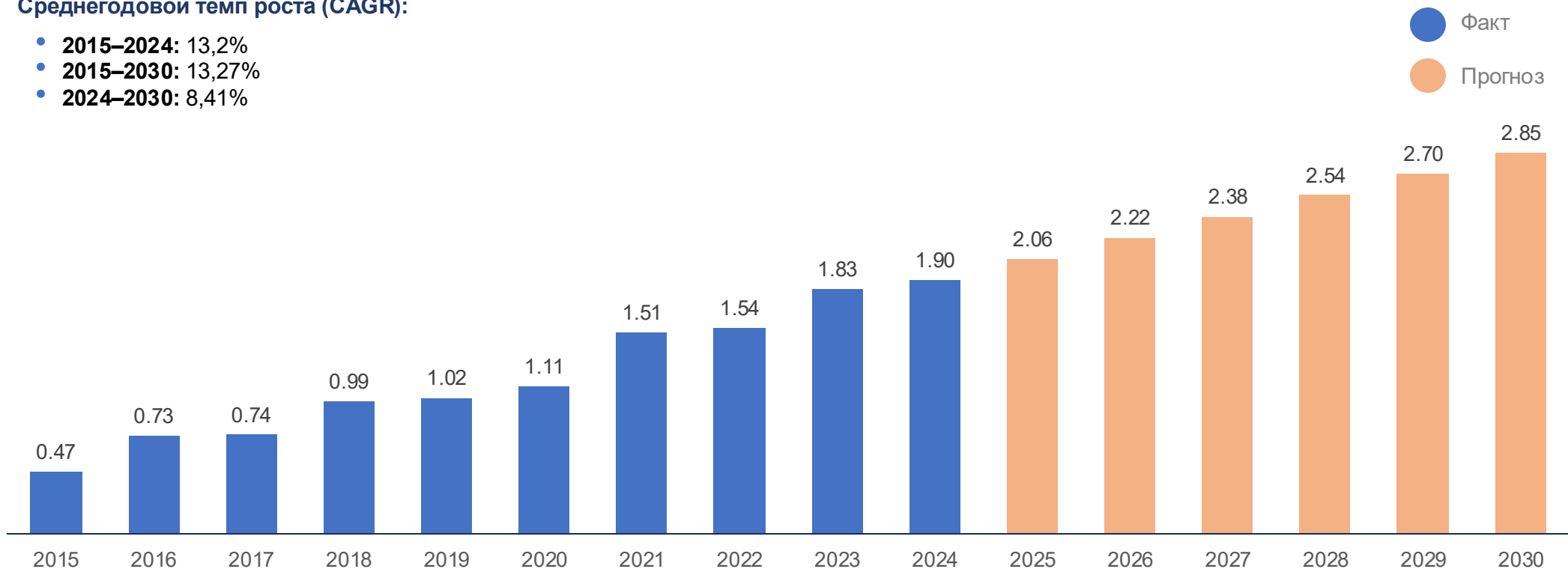
Оценка объема российского организованного товарного и сырьевого биржевого рынка

Методика оценки объема российского организованного товарного и сырьевого биржевого рынка: использованы данные Центрального Банка России по динамике российского организованного товарного биржевого рынка с 2016 по 2023 год. Прогноз до 2030 года получен с использованием модели линейной регрессии на основе исторических данных.

Размер и динамика организованного товарного рынка (биржевые площадки) (трлн руб.)

Среднегодовой темп роста (CAGR):

- **2015–2024:** 13,2%
- **2015–2030:** 13,27%
- **2024–2030:** 8,41%



Оценка объема российского организованного товарного и сырьевого биржевого рынка

Динамика российского биржевого товарного рынка (организованный рынок, биржи)

Рост биржевого рынка с 2016 по 2022 год

В 2016 году объем организованного товарного рынка в России составлял 0,73 трлн рублей, после чего начал постепенно расти.

Наибольший прирост зафиксирован в 2018 году (+33,38%) и 2020 году (+36,56%), что связано с увеличением биржевых торгов энергоресурсами, металлами и другими стратегически важными товарами.

К 2022 году объем рынка достиг 1,54 трлн рублей, однако темпы роста замедлились до 2,29%, что свидетельствует о постепенной стабилизации сектора.

Ускорение роста в 2023–2024 годах

В 2023 году рынок продемонстрировал значительный скачок на 18,81%, достигнув 1,83 трлн рублей. Это может быть связано с активизацией биржевых торгов, увеличением доли расчетных инструментов и адаптацией к изменившейся экономической среде.

В 2024 году ожидается дальнейший рост до 1,90 трлн рублей (+3,60%), что подтверждает тенденцию к постепенной стабилизации оборотов.

В период 2025–2030 годов ожидается устойчивый рост рынка в пределах 5–8% в год.

К 2030 году объем биржевых торгов может достигнуть 2,85 трлн рублей, что свидетельствует о постепенном расширении товарных операций на организованном рынке.

Основными драйверами роста станут развитие биржевых механизмов ценообразования, увеличение прозрачности сделок, рост объемов торговли энергоносителями, металлургической продукцией и новыми категориями сырья и материалов.

Ключевые факторы влияния и тренды российского организованного товарного биржевого рынка 2016–2024

В период с 2016 по 2024 год динамика российского организованного товарного биржевого рынка формировалась под воздействием ряда ключевых факторов экономического, технологического и регуляторного характера.

Одним из важнейших драйверов роста стало **расширение практики биржевых торгов для стратегически значимых товаров**, особенно энергоресурсов (нефть, нефтепродукты, природный газ, уголь) и промышленных металлов, на которые приходится основная доля оборота на товарных биржах. Согласно данным Центрального Банка России, наиболее значительный рост биржевой торговли зафиксирован в 2018 и 2020 годах, что связано с повышением требований государства к прозрачности ценообразования на топливо, нефтепродукты и иные стратегические товары.

Влияние **макроэкономических условий и внешних факторов** в период с 2022 по 2023 годы заметно усилилось. Санкционные ограничения и перестройка внешнеэкономических цепочек поставок заставили участников рынка активно использовать биржевые механизмы как альтернативу внебиржевым сделкам. В результате в 2023 году наблюдался рост активности на организованных площадках (+18,81%), а также усиление значимости расчетных инструментов (фьючерсы, опционы), позволивших компаниям эффективнее управлять рисками.

Дополнительным фактором влияния стало **регуляторное давление**, прежде всего со стороны ЦБ РФ и ФАС, направленное на расширение перечня товаров, торгуемых через биржу. В частности, активное расширение обязательств по торговле нефтепродуктами и углем, введенные Минэнерго России в 2021–2022 годах, значительно повысило общий оборот биржевого рынка. Согласно отчетам Санкт-Петербургской международной товарно-сырьевой биржи (СПбМТСБ), доля обязательных биржевых сделок по нефтепродуктам превысила 20% от общего рынка к 2023 году.

Серьезным трендом также стала **цифровизация торговых площадок и развитие новых технологических решений**. Внедрение цифровых платформ, таких как платформа СПбМТСБ, развитие онлайн-инструментов для мониторинга и автоматизированного заключения сделок способствовали увеличению прозрачности и привлечению новых участников рынка. Активное внедрение цифровых инструментов позволило повысить ликвидность рынка и снизить транзакционные издержки компаний.

Тренды развития биржевого товарного рынка в России (2025–2030)

Усиление регуляторного влияния

Государство продолжит политику расширения обязательных биржевых торгов стратегически важными товарами (нефть, нефтепродукты, газ, металлы и зерно), что будет гарантировать стабильный прирост оборота и рост прозрачности ценообразования на внутреннем рынке.

Рост значимости финансовых инструментов

Будет наблюдаться дальнейшее распространение расчетных и хеджирующих инструментов (фьючерсы, опционы, деривативы и др.), способствующих стабилизации и предсказуемости рынка. Это также усилит вовлеченность финансовых и страховых компаний в биржевые операции.

Усиление регуляторных требований

Рост требований к отчетности, прозрачности и соблюдению биржевых процедур со стороны ЦБ и ФАС повысит административную нагрузку на компании, но одновременно снизит коррупционные риски и повысит доверие к рынку.

Локальные (краткосрочные) факторы

1 Макроэкономическая ситуация и санкционное давление

Биржевой рынок продолжит быть чувствительным к внешним экономическим шокам и санкционным ограничениям. Периоды усиления санкционного давления могут приводить к краткосрочному сокращению объемов торгов, но одновременно будут стимулировать активность в расчетных финансовых инструментах.

2 Колебания цен на сырьевые товары

Волатильность мировых цен на энергоносители и металлы будет способствовать временным скачкам активности, так как компании будут использовать биржи для хеджирования рисков.

Тренды развития биржевого товарного рынка в России (2025–2030)

3 Государственная поддержка биржевой торговли

Расширение мер государственной поддержки, включая налоговые льготы и упрощение доступа к биржевым инструментам для малого и среднего бизнеса, будет способствовать росту числа участников торгов и расширению их объемов.

Инициатива об обязательной продаже до 25% продукции через биржевые торги разрабатывается в рамках резолюции вице-премьера Дмитрия Григоренко. Законопроект, подготовленный Федеральной антимонопольной службой (ФАС) совместно с Минфином и Минэкономразвития, оформлен как поправки к закону № 325 «Об организованных торгах». Цель инициативы — формирование национальных ценовых индикаторов, снижение зависимости от зарубежных агентств и повышение прозрачности сделок.

Проект охватывает широкий спектр товаров: от сельхозпродукции (пшеница, подсолнечник, сахар) и рыбы до металлов, удобрений, лесоматериалов и драгоценных камней. Исключение предусмотрено для малого бизнеса. Введение механизма позволит создать национальные индексы цен к 2026 году, а также упростить доступ к торгам в дистанционном формате, снизив затраты на реализацию продукции.

Однако представители бизнеса — металлурги, аграрии и рыбопромышленники — выступают против инициативы. Они указывают на сложность ее реализации из-за отраслевой специфики: долгосрочные контракты, индивидуальные характеристики продукции и дополнительные издержки. В «Северстали» считают, что биржевые торги несут риски высокой волатильности, а в Ассоциации судовладельцев рыбопромыслового флота предупреждают, что новый механизм создаст посредников, что может привести к росту цен.

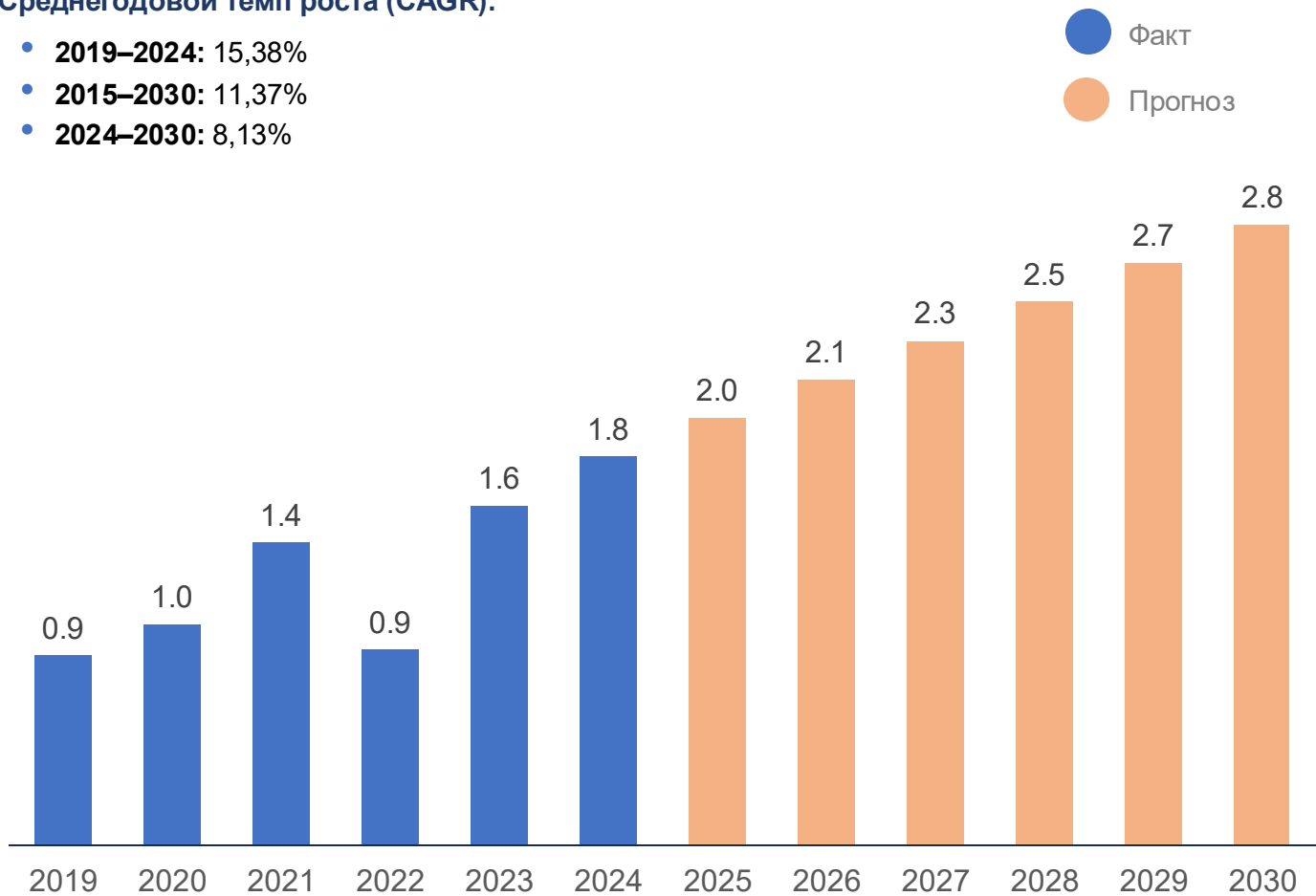
Таким образом, к 2030 году российский рынок организованных товарных биржевых торгов сохранит устойчивые темпы роста, преимущественно за счет регуляторного воздействия, цифровизации торговых платформ и роста значимости финансовых инструментов. Увеличение прозрачности и дальнейшее развитие цифровой инфраструктуры будут способствовать повышению конкурентоспособности рынка и расширению доли биржевых сделок в общем объеме российского рынка товарных операций.

Оценка объема российского рынка B2B-маркетплейсов и интернет-магазинов

Размер и динамика рынка B2B-маркетплейсов и интернет-магазинов
(трлн руб.)

Среднегодовой темп роста (CAGR):

- **2019–2024:** 15,38%
- **2015–2030:** 11,37%
- **2024–2030:** 8,13%



Методика: для оценки размера российского рынка B2B-маркетплейсов и интернет-магазинов была использована методика, основанная на анализе выручки крупнейших игроков за период с 2019 по 2023 год с учетом динамики их роста. Для компаний второго эшелона и менее известных участников рынка их доля оценивалась по отраслевым структурам и общим темпам цифровизации B2B-сектора. На базе собранных данных построена модель линейной регрессии, прогнозирующая объем рынка до 2030 года. Такой подход позволяет оценить не только текущие масштабы рынка, но и задать ориентиры его долгосрочного развития.

Оценка объема российского рынка B2B-маркетплейсов и интернет-магазинов

По имеющимся данным, рынок продемонстрировал рост с **0,87 трлн рублей** в 2019 году до **1,38 трлн рублей** в 2021 году, после чего в 2022 году произошло резкое сокращение до **0,89 трлн рублей**. Восстановление в 2023 году оказалось значительным — рост составил более **74%**, а объем достиг **1,55 трлн рублей**. Эти колебания отражают как общее влияние макроэкономических факторов и санкционной среды, так и адаптационные процессы со стороны бизнеса и самих платформ.

Прогноз до 2030 года (см. график) демонстрирует плавный **переход к фазе устойчивого роста**. Согласно модели, объем рынка в 2024 году превысит **1,77 трлн рублей**, а к 2030 году достигнет **2,84 трлн рублей**. Среднегодовой темп роста за весь период (2019–2030) оценивается на уровне **11,4%**. При этом темпы роста в первой части периода (до 2024 года) были выше — около **15,4%** в год, что объясняется бурным развитием цифровых B2B-каналов, в то время как в прогнозный период (2024–2030) ожидается стабилизация роста на уровне **8,1%** в год. Такой переход отражает как насыщение первичного спроса, так и усложнение конкурентной среды на рынке.

Тренды, факторы и перспективы российского рынка B2B-маркетплейсов и интернет-магазинов

Российский рынок B2B eCommerce, включающий специализированные B2B-маркетплейсы, интернет-магазины поставщиков, а также оптовые разделы универсальных маркетплейсов (таких как Ozon, Wildberries, Яндекс Маркет), обладает значительным потенциалом роста. Его развитие одновременно стимулируется и ограничивается рядом факторов, как долгосрочных, так и текущих.

1 Специфические тренды и факторы влияния

Развитие нишевых B2B-маркетплейсов и отраслевых решений

Появляется все больше специализированных площадок, ориентированных на конкретные категории товаров (строительные материалы, автозапчасти, химическая продукция и др.). Эти платформы позволяют бизнесу работать с прозрачным ценообразованием, быстрым подбором продукции и адаптацией под профессиональные требования. Это не мешает росту крупных игроков (например, ЭТМ, Комус, Marvel Дистрибуция, Sima Land, Все Инструменты, Яндекс Маркет, Ozon B2B), которые растут и активно расширяют ассортимент.

Улучшение интерфейсов и клиентского опыта

B2B-маркетплейсы и интернет-магазины все активнее заимствуют подходы из B2C-сегмента: улучшают юзабилити, ускоряют процесс оформления заказов, упрощают повторные закупки, вводят инструменты постоплаты и отсрочки. Удобство интерфейсов становится важным критерием выбора платформы. Все чаще покупатели в B2B-сегменте ожидают такого же уровня прозрачности, скорости и персонализации, как в привычном им потребительском онлайн-шопинге.

Тренды, факторы и перспективы российского рынка B2B-маркетплейсов и интернет-магазинов

Расширение оптовых возможностей универсальных маркетплейсов

Универсальные B2C-платформы активно развивают B2B-направления, предлагая корпоративным клиентам скидки, особые условия поставки и специализированные интерфейсы.

Преодоление логистических и инфраструктурных барьеров

По данным аналитического обзора Высшей школы экономики, развитие логистики и цифровых цепочек поставок позволяет участникам снизить издержки на 15–20%. Однако инфраструктура по-прежнему развита неравномерно. Исследование РАНХиГС указывает, что многие регионы по-прежнему испытывают дефицит логистических мощностей, особенно в отдалённых и труднодоступных районах. Это снижает потенциал географического расширения B2B-торговли и ограничивает охват аудитории.

Использование аналитики и финтех-решений

По мере роста масштабов и сложности закупок, маркетплейсы все чаще включают в состав платформ инструменты аналитики, отчетности, кредитного анализа, факторинга и других финансовых сервисов. Многие площадки предлагают электронный документооборот, электронные подписи, интеграции с бухгалтерией и платежными шлюзами. Это упрощает цикл сделки и ускоряет расчеты между сторонами.



Логистика без границ

GBS - Трансграничная логистика для B2B e-commerce

Комплексные решения по импорту и экспорту e-commerce посылок, образцов и партий товаров

Международные перевозки
Таможенное оформление
«Первая» и «последняя» мили
Фулфилмент
Аутсорсинг ВЭД

Страны обслуживания:

- Китай
- Турция
- Индия
- ЕС
- Гонконг
- ОАЭ
- США
- ЕАЭС, СНГ



GBS.RU

B2B@GBS-BROKER.RU

+7 495 790 58 85

Международная B2B e-commerce логистика

Комплексное решение по импорту партий товаров народного потребления для российских компаний, имеющих потребность в регулярных поставках из-за рубежа в Россию

География

[Китай](#)[Гонконг](#)[ОАЭ](#)[Другие](#)

Комплексная услуга включает:

1. Подготовительный этап - обработка заявки: подбор кодов ТНВЭД, определение комплекта разрешительной документации для ввоза, расчет тарифов и таможенных пошлин
2. Прием партии товаров на складе за рубежом, складскую обработку: замер ВГХ, комплектация, проверка качества товаров, нанесение маркировки «Честный знак»
3. Экспортное таможенное оформление
4. Международную авиа, авто, ж/д или морскую перевозку в составе сборного груза либо в контейнере
5. Импортное таможенное оформление
6. Доставку до двери получателя



Контакты
gbs.ru

[Перейти на сайт](#)

Дополнительные сервисы:

1. Торговое агентирование (аутсорсинг ВЭД)
2. Услуги фулфилмента в России, подготовка товаров в соответствии с требованиями маркетплейсов
3. Доставка до маркетплейсов
4. Финансовая логистика

Тренды, факторы и перспективы российского рынка B2B-маркетплейсов и интернет-магазинов

2 Сдерживающие факторы и вызовы

Макроэкономическая нестабильность и санкции

Внешнеполитическая нестабильность и санкционное давление в 2022–2023 годах заставили российский бизнес перестраивать цепочки поставок и искать новых партнеров. Аналитики Центра стратегических разработок отмечают, что особенно чувствительными к этим факторам оказались технологически сложные сегменты рынка. Компании вынуждены заранее прорабатывать адаптивные сценарии, учитывающие рост затрат и нестабильность логистики.

Ограничения логистической инфраструктуры

Несмотря на положительные сдвиги, логистические и складские мощности остаются концентрированными в крупнейших агломерациях. Это ограничивает развитие маркетплейсов в регионах и увеличивает стоимость исполнения заказов.

Тренды, факторы и перспективы российского рынка B2B-маркетплейсов и интернет-магазинов

3 Прогнозные тренды развития (2025–2030)

Отраслевые решения и рост платформ

Продолжится укрупнение ведущих платформ и развитие ими специализированных отраслевых решений. Крупнейшие игроки будут глубже сегментировать товарные категории и формировать экосистемы, тесно интегрированные в профессиональные процессы клиентов. Это усилит конкуренцию на рынке и повысит стандарты обслуживания.

Развитие финтех-сервисов

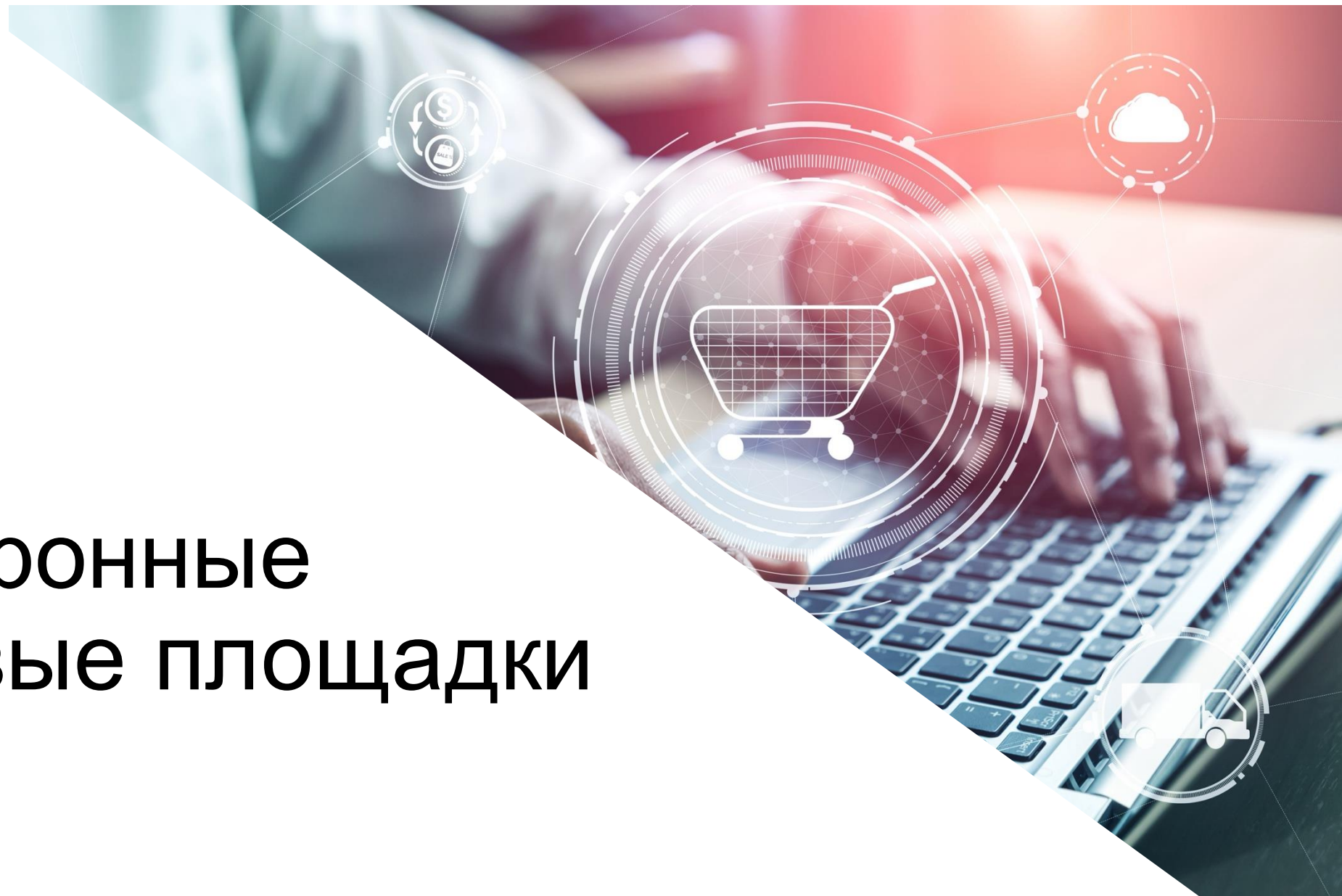
При смягчении денежно-кредитной политики возможно активное развитие факторинга, кредитования поставщиков, рассрочек и лизинга через платформы. Это увеличит обороты, снизит кассовые разрывы у продавцов и повысит лояльность покупателей.

4 Локальные факторы краткосрочной динамики

Возможные правовые ограничения (закон о платформенной экономике)

Регуляторные инициативы в области цифровой экономики могут оказать тормозящее влияние на развитие B2B eCommerce в случае чрезмерной административной нагрузки. Пока окончательные параметры закона не определены, компании закладывают риск в сценарное планирование.

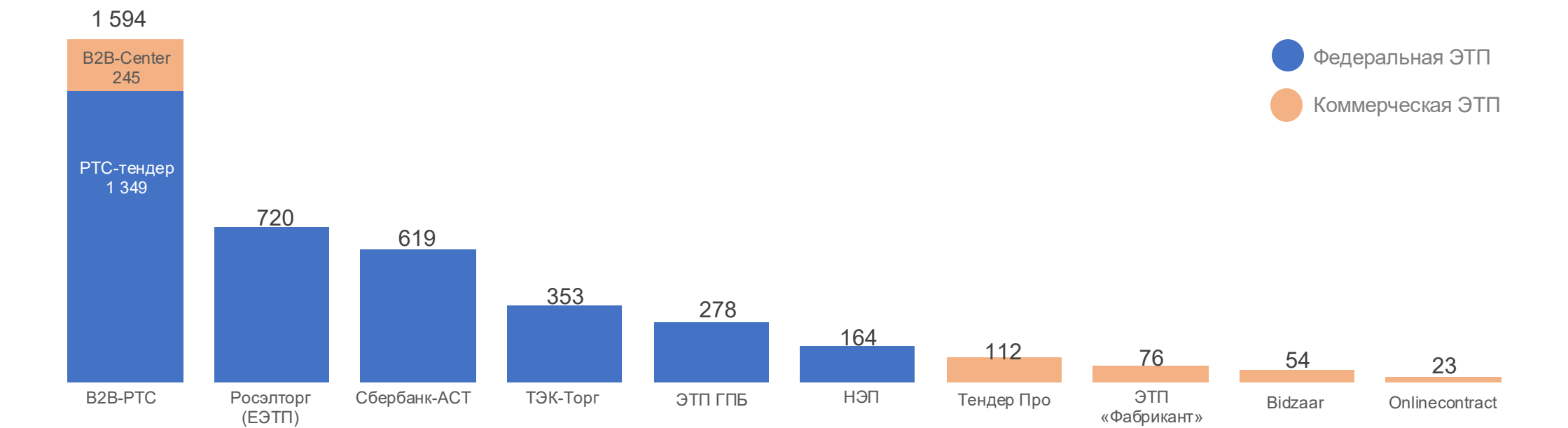
Электронные торговые площадки (ЭТП)



Крупнейшие ЭТП России

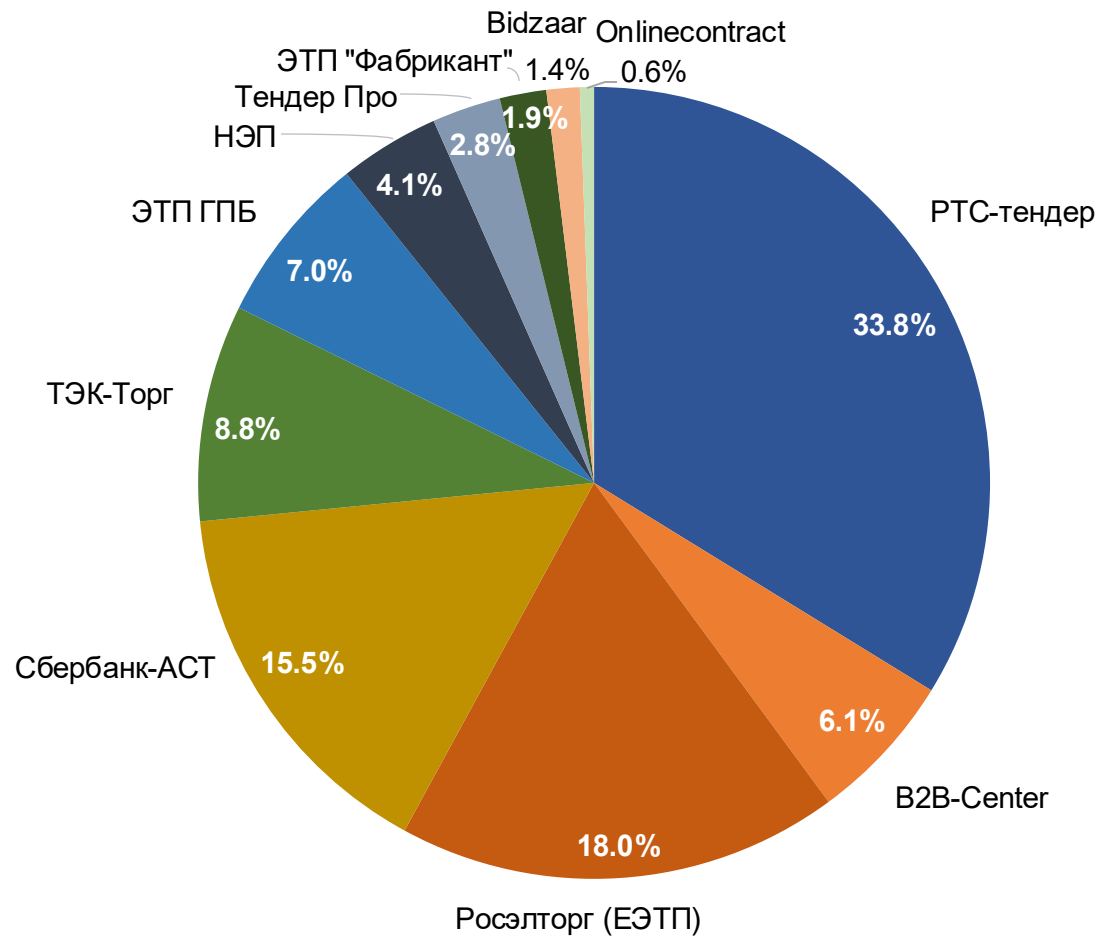
Методика: оценка и ранжирование конкурентов на рынке электронных торговых площадок и онлайн-закупок осложняется рядом объективных ограничений. Часть процедур не проходят полный публичный цикл, переводятся в закрытый контур или изначально не подлежат обязательной публикации. Данные тендерных агрегаторов позволяют лишь частично оценить активность: они не охватывают закупки на собственных ЭТП корпораций, а часть информации может быть скрыта или временно недоступна из-за санкционного давления и внутренней политики заказчиков. При этом денежные обороты площадок непубличны, поэтому в исследовании используется ранжирование по числу процедур — как наиболее сопоставимому и доступному методу.

Крупнейшие электронные торговые площадки (ЭТП) России по числу процедур в 2024 (тыс.)



Крупнейшие ЭТП России

Доли крупнейших российских ЭТП по числу процедур в 2024



Федеральные электронные торговые площадки (ЭТП)

Федеральные ЭТП занимают лидирующие позиции по числу проведённых процедур. Главный игрок — РТС-тендер (группа B2B-РТС) с 1,349 млн процедур. Это абсолютный лидер среди всех российских ЭТП. На втором месте среди федеральных площадок — Росэлторг (ЕЭТП) с 720 тыс. процедур, за ним следует Сбербанк-АСТ — 619 тыс.. Также в топ входят ТЭК-Торг (353 тыс.), ЭТП ГПБ (278 тыс.) и НЭП (164 тыс.).

Коммерческие электронные торговые площадки

Сегмент коммерческих ЭТП представлен меньшим числом процедур, но активно развивается. Лидером среди коммерческих ЭТП является B2B-Center (группа B2B-РТС) — 245 тыс. процедур. Следом идут Тендер Про (112 тыс.), ЭТП «Фабрикант» (76 тыс.), Bidzaar (54 тыс.) и Onlinecontract (23 тыс.). Эти площадки специализируются на B2B-сделках, тендерах частных компаний, а также электронных закупках за рамками госрегулирования.

Крупнейшие ЭТП России

Рынок электронных торговых площадок в России продолжает движение в сторону консолидации. В условиях ужесточения регулирования, развития цифровых сервисов и повышения требований заказчиков усиливается доминирование крупнейших игроков. Региональные и специализированные ЭТП сохраняются, но их доля в общем потоке торгов остается ограниченной: они обслуживают локальные сегменты и не оказывают существенного влияния на рыночную структуру.

По итогам 2024 года на три лидирующие ЭТП пришлось более 73,4 % всех процедур, проведенных на крупнейших площадках, а доля топ-5 участников превысила 89,3 %.

Российский рынок электронных торговых площадок по итогам 2024 года остается четко структурированным и во многом иерархичным. В верхней части рейтинга — федеральные ЭТП, обслуживающие масштабные закупки по 44-ФЗ и 223-ФЗ. Эти платформы продолжают играть системообразующую роль, аккумулируя основной поток процедур в государственном секторе и секторе компаний с госучастием.

На их фоне заметно выделяется крупнейшая коммерческая площадка — B2B-Center. Она уверенно входит в пятерку лидеров по общему количеству процедур и фактически формирует отдельный полюс в сегменте B2B-торгов. Остальные коммерческие игроки заметно отстают, но продолжают удерживать свои ниши: часть работает с отраслевыми клиентами, часть фокусируется на удобстве для малого и среднего бизнеса.

В средней части рынка расположились как «универсальные» федеральные площадки, так и сильные коммерческие участники с диверсифицированным портфелем клиентов. Нижний сегмент рейтинга занимают менее активные и нишевые платформы, чья доля в общем обороте невелика.

Такое распределение подчеркивает устойчивую двухуровневую модель рынка, где федеральные и коммерческие площадки сосуществуют, но обслуживают разные форматы закупок, различающиеся по масштабу, регуляторной нагрузке и типу заказчиков.

Федеральные электронные торговые площадки

Федеральные электронные торговые площадки (ЭТП) — это официально аккредитованные платформы, через которые проводятся государственные закупки по 44-ФЗ и 223-ФЗ. Всего таких площадок восемь. Именно они уполномочены обеспечивать электронное проведение конкурентных процедур — конкурсов, аукционов, запросов котировок и запросов предложений — для федеральных, региональных и муниципальных заказчиков.

Их деятельность регулируется Правительством РФ, а выбор поставщиков осуществляется с учетом интеграции с Единой информационной системой (ЕИС). Закупка начинается с публикации плана-графика на ЕИС, затем процедура размещается на ЭТП и автоматически отображается в ЕИС. После подведения итогов протокол загружается обратно в ЕИС, а сам контракт заключается вне ЭТП — напрямую между заказчиком и поставщиком, с обязательным отражением данных о нем в реестре контрактов.

ЭТП играют ключевую роль в обеспечении прозрачности, конкуренции и цифровизации закупок, предоставляя инфраструктуру для проведения процедур, подачи заявок и взаимодействия участников.

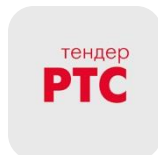
Федеральные ЭТП в России

Общие черты федеральных электронных торговых площадок (ЭТП)

Федеральные ЭТП в России — это цифровые платформы, обеспечивающие проведение закупок по **44-ФЗ**, **223-ФЗ**, а также коммерческих процедур, имущественных торгов и закупок малого объема. Все ключевые площадки предлагают:

- Универсальный функционал для разных типов заказчиков — от федеральных и региональных органов власти и госкорпораций до коммерческих компаний.
- Интеграцию с внешними системами — ЭДО, бухгалтерия, банковские сервисы (включая тендерные кредиты и гарантии).
- Поддержку полного цикла закупок — от аккредитации и подачи заявок до заключения контрактов и документооборота.
- Обучающие и консалтинговые сервисы, аккредитации, демо-доступы, правовую поддержку.

Федеральные ЭТП в России



Название площадки: РТС-тендер

Группа: B2B-РТС (включает РТС-тендер, B2B-Center, ОТС)

Функции и сервисы:

- Электронное актирование (ФНС / ЕИС)
- Рассылка новых закупок с более чем 100 площадок
- Интеграция банковских гарантий (единая заявка — несколько банков)
- Сервис «РТС-маркет» для закупок малого объема
- Сервис «Облачная логистика» - облачная CRM для отдела логистики

Количество закупочных процедур в 2024 году:

1 349 тыс. процедур (в том числе **991 тыс.** — по **44-ФЗ**, **358 тыс.** — по **223-ФЗ** и коммерческим закупкам)



РОСЭЛТОРГ

Название площадки: Единая электронная торговая площадка (ЕЭТП / Росэлторг)

Группа: Группа ЕЭТП

Функции и сервисы:

- Обучение и консалтинг
- Финансовые и правовые сервисы
- Электронная подпись через собственный УЦ
- Стандартизированный запуск КИМ на базе площадки

Количество закупочных процедур в 2024 году:

720 тыс. процедур (в том числе **523 тыс.** — по **44-ФЗ**, **197 тыс.** — по **223-ФЗ** и коммерческим закупкам)

Федеральные ЭТП в России



Название площадки: Сбербанк-АСТ, АО «Сбербанк-АСТ» (Акционерное общество «Сбербанк — Автоматизированная система торгов»)

Группа: Группа Сбербанк

Функции и сервисы:

- Обучение и аккредитация участников
- Финансовые продукты: гарантии, страхование, тендерные кредиты
- Закупочная витрина SberB2B для малого объема
- Площадка «АСТ ГОЗ» для закрытых закупок оборонного заказа

Количество закупочных процедур в 2024 году:

619 тыс. процедур (в том числе **540 тыс.** — по **44-ФЗ**, **79 тыс.** — по **223-ФЗ** и коммерческим закупкам)



Название площадки: ТЭК-Torg

Группа: Группа ТЭК-Torg / СПбМТСБ

Функции и сервисы:

- Закупки с учетом отраслевой специфики (в т.ч. ТЭК)
- Поддержка закрытых и открытых тендеров
- Интеграция с корпоративными системами заказчиков

Количество закупочных процедур в 2024 году:

353 тыс. процедур (в том числе **197 тыс.** — по **44-ФЗ**, **156 тыс.** — по **223-ФЗ** и коммерческим закупкам)

Федеральные ЭТП в России



Название площадки: ЭТП Газпромбанк (ЭТП ГПБ)

Группа: Группа Газпромбанк

Функции и сервисы:

- Интеграция с банковскими продуктами Газпромбанка
- Финансирование контрактов, гарантии, тендерные кредиты
- Механизм прямых закупок (торговый портал)
- Реализация непрофильных активов и имущества
- B2B-маркетплейс vesnamarket.ru

Количество закупочных процедур в 2024 году:

278 тыс. процедур (в том числе **101 тыс.** — по **44-ФЗ**, **177 тыс.** — по **223-ФЗ** и коммерческим закупкам)



Название площадки: Национальная электронная площадка (НЭП)

Группа: Независимый оператор (АО «ЭТС»)

Функции и сервисы:

- Поддержка процедур по капремонту и приватизации
- Механизмы для закрытых и упрощенных процедур
- Решения для закупок малого объема и имущественных лотов

Количество закупочных процедур в 2024 году:

164 тыс. процедур (в том числе **157 тыс.** — по **44-ФЗ**, **6,66 тыс.** — по **223-ФЗ** и коммерческим закупкам)

Федеральные ЭТП в России



Название площадки: Российский аукционный дом (РАД)

Группа: Независимый оператор

Функции и сервисы:

- Электронная площадка Lot-online
- Организация торгов по банкротству, продаже и аренде активов
- Услуги оценки имущества, юридическое сопровождение и маркетинг
- Проведение специализированных и благотворительных торгов



Название площадки: Заказ РФ

Группа: Агентство по государственному заказу Республики Татарстан

Функции и сервисы:

- Демонстрационные версии интерфейса для заказчиков и поставщиков
- Интеграция с внешними учетными системами
- Возможности подключения к системам ЭДО и казначейским сервисам

Вызовы

Несмотря на стабильность сегмента, федеральные ЭТП продолжают работать в условиях внешних и технологических изменений:

Информационная безопасность

С увеличением объемов торгов возрастает нагрузка на ИБ-контуры. ЭТП необходимо поддерживать высокий уровень защиты, чтобы предотвращать инциденты и соответствовать требованиям регуляторов.

Изменения нормативной среды

Запланированный переход ЗМО в онлайн, предстоящий отбор операторов ЭТП с 2026 года и другие инициативы требуют от площадок технической гибкости, обновлений и точечной доработки функционала.

Развитие цифровых решений

Интеграция ИИ, аналитики и автоматизированных инструментов в закупочные процессы продолжается, но требует значительных инвестиций и адаптации со стороны пользователей.

Конкурентная динамика

Площадки все чаще конкурируют не только по функционалу, но и по качеству дополнительных сервисов: от финансовых инструментов до логистики, обучения и аналитики.

Макроэкономические и внешние факторы

Изменения в цепочках поставок, нестабильность валют и геополитическая ситуация могут повлиять на активность заказчиков и поставщиков, особенно в корпоративном сегменте.

Коммерческие электронные торговые площадки

Коммерческие электронные торговые площадки (ЭТП) — это цифровые платформы для проведения закупок между юридическими лицами и индивидуальными предпринимателями вне рамок 44-ФЗ. Часть площадок поддерживает процедуры по 223-ФЗ, закупки по 615-ПП, торги по банкротству и отдельные биржевые сделки (ТРИД). Их основное назначение — автоматизация B2B-закупок, повышение прозрачности и снижение транзакционных издержек.

ЭТП позволяют организовывать конкурентные процедуры (аукционы, конкурсы, запросы предложений и др.), управлять поставщиками, работать с электронным документооборотом, использовать финансовые инструменты (банковские гарантии, факторинг и пр.) и интегрироваться с корпоративными ИТ-системами (ERP, CRM, BI).

Коммерческие ЭТП в B2B-сегменте: структура и консолидация рынка в 2024 году

- По итогам 2024 года наибольшее количество закупочных процедур среди коммерческих электронных торговых площадок зафиксировано на B2B-Center (B2B-РТС) — 244,6 тыс. размещенных процедур. Это соответствует 47,8% всего объема на рынке и указывает на лидирующую позицию площадки с заметным отрывом от остальных участников.
- На втором месте — ТендерПро с результатом 112 тыс. процедур и долей 21,9%. Площадка демонстрирует устойчивую активность и сохраняет крупный масштаб операций. В совокупности с B2B-Center она обеспечивает более 70% всех закупок в сегменте.
- ЭТП «Фабрикант» занимает третью позицию — в 2024 году здесь размещено 75,9 тыс. процедур (14,8%). Это меньше, чем в 2023 году (89,8 тыс.), однако площадка по-прежнему входит в тройку крупнейших.
- Далее следует Bidzaar, на котором размещено 54,4 тыс. процедур. Площадка показала рост по сравнению с 2023 годом, когда показатель составлял 34 тыс. — ее доля в 2024 году достигла 10,6%.
- Onlinecontract замыкает пятерку с 22,9 тыс. процедур (4,5%). Этот результат почти не изменился относительно прошлого года. Остальные участники составляют незначительную часть рынка.

Коммерческие электронные торговые площадки

Таким образом, структура коммерческого B2B-сегмента остается высоко концентрированной. Первая тройка площадок аккумулирует более 84% всех размещенных процедур, а на долю остальных игроков приходится менее 16%. Конкуренция за крупных заказчиков сосредоточена в рамках узкого круга платформ, и вероятность перераспределения долей между ними остается низкой в краткосрочной перспективе.

Общие характеристики коммерческих ЭТП

Закупочные режимы

Основной фокус — коммерческие закупки и 223-ФЗ. Дополнительно возможны процедуры по 615-ПП, банкротству и биржевым операциям.

Регистрация и ЭЦП

Регистрация занимает от 1 до 3 шагов. ЭЦП, как правило, не требуется для создания аккаунта, но используется при участии в процедурах. Поддерживается работа как с внутренними, так и с внешними Удостоверяющими Центрами.

Поддерживаемые процедуры

Большинство платформ поддерживает:

- Запросы котировок и предложений
- Конкурсы
- Переторжки, подача аналогов, позиционные закупки
- Многоэтапные, закрытые и квалификационные отборы
- Специфические форматы — конкурентные листы, ранговые переторжки, «нестрогая» стартовая цена

Интеграции и технологии

Поддерживается интеграция с ERP (1C, SAP, Oracle), документооборотом (ЭДО), CRM, BI и другими корпоративными системами. Многие платформы предоставляют открытые API и предлагают настройку под нужды заказчика.

Коммерческие электронные торговые площадки

Мобильность

Мобильные приложения у большинства ЭТП отсутствуют или давно не обновлялись. Основная работа происходит через браузер.

Аналитика и отчетность

Платформы предлагают BI-аналитику, виджеты, отчеты по KPI и закупочной активности, рейтинги участников, справочники цен.

Финансовые и юридические сервисы

Варианты: банковские гарантии, факторинг, тендерные кредиты, спецсчета, расчетно-кассовые сервисы. Доступны консультации и экспертизы заявок, в том числе сопровождение имущественных торгов.

Каталоги и классификаторы

Включают справочники товаров и компаний, отраслевые классификаторы, витрины и онлайн-магазины, номенклатурные базы.

Обучение и поддержка

Доступны вебинары, онлайн-курсы, инструкции. Некоторые площадки проводят очные семинары и предлагают сопровождение через партнерские академии. Каналы связи: телефон, email, чат, Telegram-боты. Поддержка 24/7 встречается редко.

Уникальные черты площадок



- Возможность создания отраслевой или корпоративной площадки
- Рекомендательная система на базе ML
- До 100 подсекций, включая интернет-магазин с покупками в 1 клик
- Возможность торгов по 223-ФЗ
- Морфологический и шаблонный поиск закупок
- Сервис «Управление поставщиками» (аккредитация, сегментация, фильтрация)
- Лидер по числу процедур



- «Нестрогая» стартовая цена и запрет ухудшения условий
- Рейтинг поставщиков и заказчиков от 1 до 5
- Поддержка PunchOut-каталогов
- Интеграция с ЭТП Узбекистана
- Возможность индивидуальной разработки процедур и функционала
- Сервис для приглашения незарегистрированных поставщиков



- Поддержка голландского аукциона и состязательных отборов
- Раздел «Фабрикант.Витрина» для аренды и продажи имущества
- Сервис «Черный список поставщиков»
- Поддержка имущественных торгов и банкротств
- Сервис проверки документации на соответствие ГОСТ / СНиП

Уникальные черты площадок

BIDZAAR

- Простой вход без ЭЦП: подпись признается через email и личный кабинет
- ESG-сертификация поставщиков
- Проверка поставщиков по более чем 30 базам, включая скоринг
- Галочка «Проверенный поставщик» — как маркер доверия



- Фокус на биржевые продукты (прямые закупки у заводов)
- Конкурентный лист и ранговая переторжка
- Витрина OnlinePrice и справочник цен ICheck
- Рейтинги участников и заказчиков по 4–5 параметрам
- Виджет поиска закупок и интерактивные годовые планы
- Возможность продаж без участия в торгах

Тендерные агрегаторы, КИМы, кэптивныe площадки

Тендерные агрегаторы

Тендерные агрегаторы аккумулируют информацию о закупках с десятков и сотен электронных торговых площадок (ЭТП), предоставляя пользователям единое окно для поиска, фильтрации и анализа тендеров. Такие сервисы особенно востребованы у малого и среднего бизнеса, не имеющего ресурсов для ручного мониторинга каждой площадки отдельно.



Агрегаторы тендеров — это онлайн-сервисы, которые собирают и систематизируют информацию о закупках с различных электронных торговых площадок (ЭТП), предоставляя пользователям удобные инструменты для поиска, анализа и мониторинга тендеров.

Основные функции агрегаторов тендеров:

- **Централизованный поиск тендеров:** Агрегаторы объединяют данные о закупках с множества ЭТП, включая государственные и коммерческие площадки, позволяя пользователям находить тендеры по заданным параметрам — региону, отрасли, коду ОКПД2, ключевым словам и другим критериям.
- **Аналитика и мониторинг:** Многие агрегаторы предоставляют инструменты для анализа конкурентов, оценки шансов на победу, отслеживания изменений в тендерах и получения уведомлений о новых закупках, соответствующих интересам пользователя.
- **Управление тендерной деятельностью:** Сервисы могут включать функции для организации работы тендерного отдела, такие как распределение задач, контроль сроков, интеграция с CRM-системами и электронным документооборотом.
- **Поддержка и обучение:** Некоторые агрегаторы предлагают консультации, обучающие материалы и техническую поддержку для пользователей, особенно полезные для новичков в сфере тендерных закупок.

Важно отметить, что агрегаторы не заменяют функциональность оригинальных ЭТП. Для подачи заявок и заключения контрактов необходимо перейти на соответствующую электронную торговую площадку, где размещен интересующий тендер.

Тендерные агрегаторы

КонтурЗакупки

Решение от группы «СКБ Контур», интегрированное с другими сервисами компании. Помимо поиска, предлагает инструменты для подачи заявок, аналитики по контрагентам и формированию пакета документов.



Один из наиболее продвинутых агрегаторов с широкой аналитикой, оценкой рисков, юридической проверкой и возможностью отслеживания активности конкурентов.

РосТендер

Все тендеры России

Один из самых массовых агрегаторов, собирающий данные с тысяч ЭТП. Упрощает поиск тендеров, предоставляет систему фильтров и тематических подборок.

маркер

Это агрегатор тендеров от ГК «Интерфакс», собирающий закупки по 44-ФЗ, 223-ФЗ и коммерческим торгам с более чем 30 ЭТП и ЕИС. Сервис предоставляет удобный поиск тендеров, автоматические уведомления, аналитику по заказчикам и конкурентам, а также интеграцию с CRM, помогая бизнесу эффективно участвовать в торгах и расширять каналы продаж.



Это электронная платформа, предназначенная для автоматизации поиска и участия в тендерах. Ее ключевая особенность заключается в доступе к более чем 7500 источникам данных о закупках, что позволяет пользователям эффективно находить актуальные тендеры и оптимизировать процесс участия в них.

Тендерные агрегаторы



Агрегирует тендеры, предлагает подписки, рассылки по фильтрам, а также услуги по сопровождению участия в торгах и аккредитации.



тендерплан
Система поиска тендеров

Сервис, объединяющий закупки по 44-ФЗ, 223-ФЗ и коммерческим торгам. Предлагает гибкую настройку уведомлений и аналитические модули.

Конкуренция между агрегаторами строится вокруг глубины охвата, качества и скорости обновления информации, юзабилити интерфейса и наличия дополнительных аналитических и юридических функций. За последние два года сегмент активно развивается, появляются новые игроки и узкоспециализированные решения (например, для отдельных отраслей или регионов).

Корпоративные интернет-магазины (КИМы)

Корпоративные интернет-магазины (КИМы) в России активно используются для автоматизации закупок малого объема и упрощения внутренних закупочных процедур компаний. **КИМы** обычно представляют собой **внутренние электронные площадки с каталогами товаров, возможностью интеграции с ERP-системами и функциями для согласования заказов**.

Примером реализации такого подхода является корпоративный интернет-магазин «Уральской Стали», запущенный в 2022 году на платформе B2B-Center с интеграцией с ERP. На площадке представлены около 2 млн товаров в восьми товарных категориях, а количество заказов превысило 5200.

Аналогичные решения также внедрены на платформе Росэлторг (ЕЭТП), где КИМы используются в крупных компаниях, таких как ГК «Росатом» и ПАО «Интер РАО». На базе этой платформы предприятия автоматизируют мелкие закупки, повышая прозрачность процедур и снижая затраты на обработку заявок. Важно отметить, что участие поставщиков в закупках через такие КИМы обычно не требует банковских гарантий и является бесплатным.

Кроме того, корпоративные интернет-магазины развиваются на платформах таких компаний, как Агога, где предоставляется возможность автоматизированного управления ассортиментом и выбора товаров.

На фоне спроса на простые и прозрачные процедуры мелких закупок, число КИМов в России стремительно растет. За последние два года было запущено множество новых проектов — как на базе действующих ЭТП, так и в формате внутренних решений крупных корпораций. **Общей тенденцией** остается **стремление компаний сократить операционные затраты, упростить процессы закупок и обеспечить контроль над расходами**.

Кэптивные электронные торговые площадки (ЭТП)

Кэптивные электронные торговые площадки (ЭТП) — это специализированные платформы, созданные и управляемые крупными корпорациями для организации собственных закупочных процедур. Основная цель таких площадок — автоматизация и оптимизация внутренних процессов закупок, обеспечение прозрачности и эффективности взаимодействия с поставщиками. Они позволяют компаниям контролировать полный цикл закупок, от объявления тендера до заключения договора, обеспечивая сохранность данных и соответствие корпоративным стандартам.

Примеры кэптивных ЭТП:

ЭТП «РЖД»

Платформа, созданная для организации закупок ОАО «Российские железные дороги». Обеспечивает проведение электронных торгов и аукционов для нужд компании.

ЭТП «Аэрофлот»

Используется для закупочных процедур ПАО «Аэрофлот». Площадка позволяет автоматизировать процессы закупок и взаимодействия с поставщиками.

Использование кэптивных ЭТП позволяет компаниям автоматизировать полный цикл документооборота во время закупки, сохранить связанность всех этапов процесса и хранить все данные в одном месте. Кроме того, такие площадки реализуют более простые формы взаимодействия с поставщиками по сравнению с классическими ЭТП.

Однако для поставщиков участие в таких закрытых тендерах может быть менее прозрачным, поскольку кэптивные площадки находятся под полным управлением заказчика. Компании приходится тратить дополнительное время на поиск и аккредитацию для участия в подобных закупках.

Стоит отметить, что кэптивные площадки уже не имеют уникальных преимуществ перед крупнейшими независимыми ЭТП. Независимые площадки предлагают более высокий уровень конкуренции среди поставщиков и возможность снизить или передать ЭТП риски, связанные с корпоративной коррупцией и информационной безопасностью закупок.

Сделки и консолидация на рынке ЭТП

Консервативный рынок с ограниченным числом сделок

Рынок федеральных электронных торговых площадок (ЭТП) в России крайне зарегулирован. Все восемь федеральных площадок отбираются по результатам конкурса, проводимого Министерством финансов и Федеральным казначейством. Поэтому **прямых сделок по покупке одной федеральной ЭТП другой — не происходило**. Владельцы площадок стабильны и контролируются крупными госкомпаниями, региональными властями или аффилированными структурами.

При этом в **сегменте коммерческих ЭТП** и цифровых закупочных платформ за последние годы произошло несколько **важных сделок**, оказавших влияние на структуру и консолидацию рынка.

1 Объединение РТС-тендер, B2B-Center и ОТС (2021–2022)

Ключевым событием на рынке коммерческих электронных торговых площадок в 2021–2022 годах стало объединение трех крупнейших игроков — РТС-тендер, B2B-Center и ОТС.ru — в единую IT-группу. Эта сделка стала крупнейшей консолидацией в отрасли и определила текущую конфигурацию российского рынка ЭТП в сегментах B2B, B2G и закупок для малого бизнеса.

Объединение происходило поэтапно. В 2021 году в группу вошла платформа ОТС.ru, специализирующаяся на автоматизации закупок малого и среднего бизнеса. Затем, в 2022 году, РТС-тендер приобрел долю в капитале компании B2B-Center — крупнейшей независимой B2B-платформы в России, работающей с коммерческими закупками в широком диапазоне отраслей. Сделка структурировалась как вхождение РТС-тендер в капитал B2B-Center с последующей консолидацией управленческих и технологических функций.

Создание единой группы позволило:

- расширить совокупную клиентскую базу и охватить компании всех масштабов — от госкорпораций до малого бизнеса;
- масштабировать решения для всех типов закупок: коммерческих, государственных и процедур МСП;
- повысить инвестиционную привлекательность и устойчивость объединенной группы;
- предложить мультисервисную инфраструктуру, включающую маркетплейсы, системы комплаенса, электронный документооборот и аналитику.

Сделки и консолидация на рынке ЭТП

2 Приобретение доли в Bidzaar компанией 1С

В ноябре 2022 года 1С приобрела 28% акций облачной закупочной платформы Bidzaar, не получив контрольного пакета. Управление сервисом сохранил основатель Андрей Черногоров, а платформа продолжила работать как независимая структура. Bidzaar автоматизирует весь цикл закупок — от планирования до тендеров и обработки заявок, применяя алгоритмы подбора поставщиков и ориентируясь на корпоративный сегмент.

Интеграция с 1С:Управление холдингом открыла пользователям доступ к тендерам прямо из интерфейса 1С, а поставщикам — возможность загрузки каталогов и автоматической подачи заявок. Партнерство направлено на масштабирование сервиса и рост доли рынка. В июле 2023 года 1С увеличила долю до 49,55%, а в ноябре 2024 — до 74,6%, получив контроль в проекте при сохранении технической независимости Bidzaar в рамках экосистемы 1С.

Барьеры входа и масштабирования для новых игроков на рынке ЭТП и других B2B онлайн-продавцов

1 Регуляторные барьеры и лицензирование

Одним из основных препятствий для входа новых игроков на рынок электронных торговых площадок являются регуляторные требования государства. Особенно это актуально для федеральных ЭТП, деятельность которых строго регламентирована 44-ФЗ и 223-ФЗ. Чтобы стать федеральной ЭТП, необходимо пройти специальный отбор Минфина РФ и соответствовать строгим требованиям законодательства в сфере госзакупок:

- Обеспечение надёжности и бесперебойной работы площадки.
- Выполнение требований к информационной безопасности.
- Подтверждение финансовой устойчивости компании.

Для коммерческих ЭТП и B2B-продавцов также действуют регуляторные ограничения, связанные с соблюдением законодательства о персональных данных и электронной коммерции.

2 Финансовые барьеры

Создание конкурентоспособной электронной торговой платформы требует значительных начальных инвестиций:

- Высокие затраты на разработку и поддержку IT-инфраструктуры.
- Необходимость обеспечения высокого уровня защиты данных, требующего регулярных финансовых вложений.
- Существенные расходы на продвижение, привлечение клиентов и поставщиков.

Для запуска полноценной коммерческой ЭТП требуется от нескольких десятков миллионов до нескольких сотен миллионов рублей инвестиций в первые годы.

Барьеры входа и масштабирования для новых игроков на рынке ЭТП и других B2B онлайн-продавцов

3 Технологические барьеры

Технологические требования являются одним из наиболее существенных ограничений при входе на рынок:

- Необходимость соответствия аккредитованным ЭТП строгим стандартам информационной безопасности (сертификаты ФСТЭК, ISO 27001 и пр.).
- Интеграция платформы с корпоративными ERP-системами крупных клиентов, такими как 1C, (а ранее SAP, Oracle) требует специальных компетенций и ресурсов.
- Высокая скорость обработки данных, бесперебойность работы и качество аналитических инструментов становятся ключевыми конкурентными преимуществами, которые сложно обеспечить без значительных инвестиций в IT.

4 Кадровые и управленческие барьеры

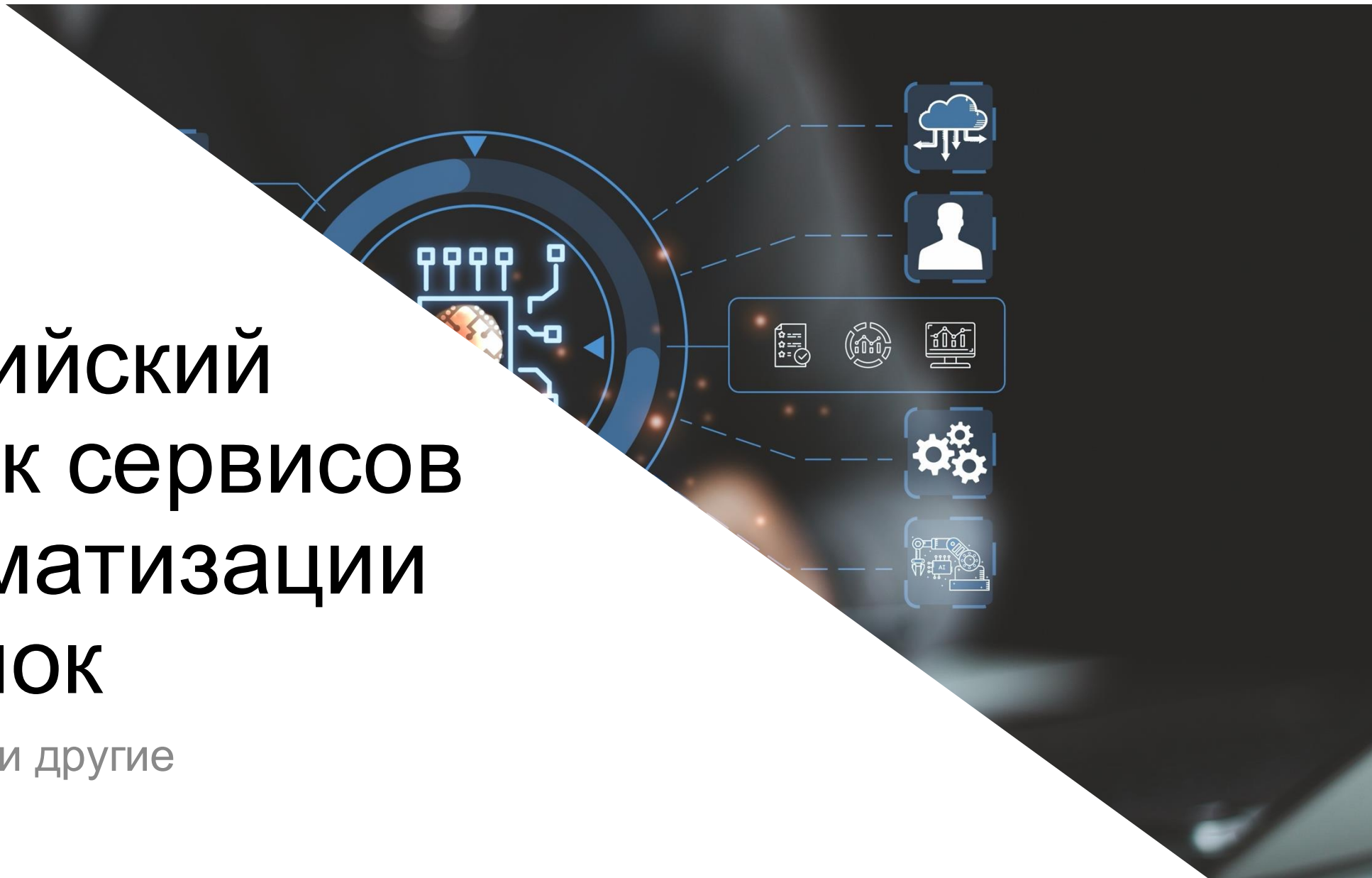
Таким образом, рынок электронных торговых площадок характеризуется множеством сложных барьеров, которые существенно ограничивают возможность входа и успешного масштабирования для новых игроков. Преодоление этих препятствий требует значительных инвестиций, инновационных решений и продуманной стратегии входа на рынок.

5 Репутационные барьеры и доверие

6 Конкурентные барьеры

Российский рынок сервисов автоматизации закупок

S2P, SRM и другие



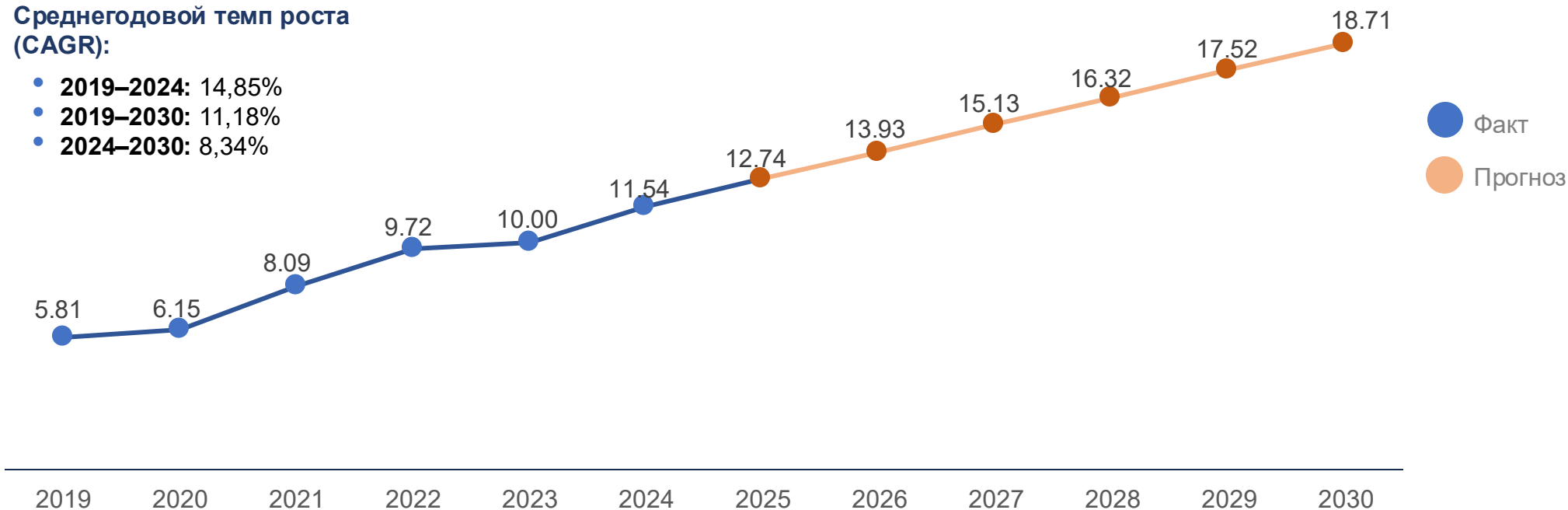
Текущая ситуация

Методика оценки рынка сервисов автоматизации B2B и B2G закупок: оценка размера рынка сервисов автоматизации B2B (+B2G) онлайн-закупок и онлайн-продаж проводилась на основе анализа выручки ключевых поставщиков решений в период с 2019 по 2023 годы. Источником информации выступили открытые данные по участникам и структуре рынка из отчетов Data Insight, а также отраслевых исследований. В анализ включались такие категории, как платформы для электронной коммерции - CMS, CRM, ERP, PIM / сервисы HСИ, сервисы ЭДО и интеграции EDI, решения S2P и SRM. Для построения прогноза до 2030 года использовалась модель линейной регрессии.

**Российский рынок автоматизации закупок (S2P, SRM и др.)
(2019–2024) с прогнозом до 2030 года (млрд руб)**

**Среднегодовой темп роста
(CAGR):**

- **2019–2024:** 14,85%
- **2019–2030:** 11,18%
- **2024–2030:** 8,34%



Текущая ситуация

Динамика в числах

Рост 2019–2024 гг.

В 2019 году объем рынка сервисов автоматизации закупок (S2P, SRM и др.) составлял по данным Data Insight 5,81 млрд рублей. За последующие пять лет он продемонстрировал устойчивый рост, в том числе благодаря внедрению SRM-платформ, расширению использования eProcurement-решений, а также цифровой трансформации закупочной функции в крупных компаниях.

В 2023 году рынок достиг 9,999 млрд рублей, показав рост всего на 2,9% по сравнению с предыдущим годом. Это свидетельствует о временной заморозке инвестиций на автоматизацию закупок.

К 2024 году рынок достиг 11,54 млрд рублей — в 2 раза больше по сравнению с 2019 годом. Ключевыми драйверами стали переход на электронный документооборот, развитие сервисов управления поставщиками, усиление требований к прозрачности закупок и рост интереса к отечественным ИТ-решениям после 2022 года.

Прогнозируемый рост до 2030 года

С 2024 по 2030 годы ожидается восстановление высоких темпов роста. В 2024 году прогнозируется объем 11,539 млрд рублей (+15,4%), а к 2030 году — 18,712 млрд рублей. Среднегодовой темп роста составит 8–10%. Основными драйверами станут интеграция EDI, внедрение SRM/S2P, расширение функциональности платформ и рост доли SaaS-моделей в корпоративном секторе.

Текущая ситуация

Границы между различными цифровыми решениями становятся все более размытыми. Многие платформы предлагают комплексные решения, объединяя функции SRM, S2P, ERP и другие в единую экосистему. Это позволяет компаниям более гибко адаптироваться к меняющимся требованиям рынка и повышать эффективность бизнес-процессов.

На мировом уровне рынок Source-to-Pay (S2P) также демонстрирует устойчивый рост. По данным Verified Market Research, в 2023 году объем глобального рынка S2P-аутсорсинга составил 100 млрд долларов США, а к 2031 году прогнозируется увеличение до 185,09 млрд долларов США при среднем годовом темпе роста (CAGR) 6% с 2024 по 2031 год. В Северной Америке, по данным Verified Market Research, ожидается рост S2P-рынка с 437,06 млн долларов в 2023 году до 1,195 млрд долларов в 2031 году при CAGR 14,78% с 2024 по 2031 год.

Эти данные подчеркивают глобальную тенденцию к цифровизации бизнес-процессов и растущий спрос на интегрированные программные решения.

Ключевые актуальные факторы влияния и тренды

Углубление интеграции с корпоративными системами

В течение 2020–2023 годов усилилась интеграция цифровых сервисов с ERP, BI и аналитическими платформами. Компании стали переходить к построению сквозных S2P-цепочек, охватывающих весь контур работы с поставщиком — от инициации потребности и выбора контрагента до контроля исполнения и последующего анализа. Усложнение задач в закупке требует более тесной связи между операционным контуром и аналитикой, в том числе по управлению категориями, рисками и контрактной дисциплиной.

Пандемия как катализатор

Период 2020–2021 годов стал важной вехой в цифровизации закупок: массовый переход на удаленную работу ускорил внедрение облачных решений, электронного документооборота и автоматизации закупочного цикла. Компании стали отходить от универсальных ERP-систем в пользу специализированных ИТ-решений, адаптированных под задачи закупочной деятельности. Например, вместо доработки ERP-модулей в 1C или SAP организации все чаще внедряли платформы управления тендерами и контрактами — такие как Zakupki360, ТендерПлан, Контур.Закупки и Ростендер. Наряду с этим стали использоваться отдельные сервисы расчета НМЦК, автоматического подбора релевантных тендеров, проверки контрагентов и интеграции с ЭТП и внешними реестрами. Эти инструменты позволяли оперативно адаптироваться к новым условиям, сокращать бумажный документооборот и снижать нагрузку на внутренние ИТ-ресурсы.

Ключевые актуальные факторы влияния и тренды

Расширение применения SRM-решений

SRM-решения (Supplier Relationship Management) заняли важную роль в цифровизации закупок. Их внедрение ускорилося после 2020 года: сначала как инструмент повышения прозрачности и управляемости поставщиков, затем — как платформа для категорийного управления, оценки эффективности поставщиков и работы с совокупной стоимостью владения (TCO).

По данным TAdviser, одной из ведущих отечественных SRM-платформ является B2B Altis, которая обеспечивает полный цикл автоматизации закупок — от планирования и согласования до исполнения и контроля. Помимо базовых функций, платформа включает модули риск-аналитики, управления базой поставщиков, мониторинга исполнения поставок и категоризации, что особенно востребовано в сложных цепочках поставок. Акцент на импортонезависимость и адаптацию под российские регуляторные и бизнес-требования позволил B2B Altis активно наращивать свое присутствие в корпоративном сегменте.

Прогнозные тренды

Фундаментальные тренды

Каталогизация закупочной номенклатуры и роль ЕК ТРУ (единого каталога товаров, работ и услуг)

Единый каталог товаров, работ и услуг (ЕК ТРУ), формируемый Минфином и Федеральным казначейством, содержит более 160 тыс. позиций и обязателен при планировании и обосновании закупок в рамках 44-ФЗ. Он интегрирован в ЕИС и способствует унификации описаний закупочной номенклатуры, автоматизации контроля НМЦК и стандартизации закупочной практики.

Следует учитывать, что применение ЕК ТРУ ограничено рамками государственных закупок и закупок с госучастием — в коммерческом секторе он не используется. В то же время сам тренд на централизацию и унификацию описаний стимулирует развитие PIM- и HСИ-сервисов, включая решения для управления справочниками, классификацией и синхронизацией данных.

Рост сегмента PIM и решений по управлению справочниками (HСИ)

С усилением требований к качеству и сопоставимости данных возрастает потребность в системах управления номенклатурой и справочниками. Это формирует устойчивый спрос на решения класса PIM и HСИ, особенно в отраслях, где требуется интеграция с государственными или отраслевыми классификаторами. SRM-платформы будут усиливаться за счет применения ИИ-инструментов: LLM-модели уже используются для автоматической каталогизации, нормализации описаний и предобработки товарной информации.

Прогнозные тренды

Интеграция ИИ и Big Data в SRM-платформы

SRM-сегмент становится одним из лидеров по внедрению ИИ-инструментов: прогнозирование рисков поставок, скоринг поставщиков, выявление отклонений в исполнении контрактов и интеллектуальная категоризация. Уже сегодня применяются Big Data и LLM-модели для анализа данных о закупках, валидации поставщиков и автоматического управления категориями.

Консолидация экосистем и вертикализация решений

Рынок продолжит движение в сторону создания сквозных цифровых экосистем. Поставщики ИТ-решений будут формировать линейки продуктов, охватывающих весь цикл — от планирования и выбора поставщика до исполнения, контроля и аналитики. SRM и S2P-решения будут интегрированы с модулями управления рисками, договорами и BI-аналитикой в единую цифровую цепочку.

Локальные тренды

Автоматизация закупок в компаниях среднего сегмента

Цифровизация активно распространяется на средний бизнес, где усиливается интерес к ERP, CRM и SRM-решениям — особенно в облачном исполнении. Компании этого сегмента ориентированы на модульные платформы, которые можно быстро внедрить, адаптировать и масштабировать без больших затрат на инфраструктуру и ИТ-подразделения.

Прогнозные тренды

Импортозамещение и перераспределение спроса

Импортозамещение остается ключевым фактором ИТ-стратегий российских компаний.

Согласно исследованию K2 Cloud, 34% компаний все еще испытывают потребность в переходе на отечественные ИТ-продукты, несмотря на снижение этого показателя по сравнению с прошлым годом (было 39%). Особенно высок интерес к локальным решениям в сфере автоматизации закупок, где важна интеграция с нормативными требованиями и адаптация к специфике российского рынка. Финансовый сектор уже демонстрирует конкретные результаты: 80% крупнейших игроков ощутили экономический эффект от внедрения российских платформ при сопутствующей трансформации бизнес-процессов.

Переход к SaaS и модели подписки

Переход от капитальных затрат к операционной модели (SaaS) продолжится во всех ключевых сегментах — от SRM и CRM до PIM и аналитических решений. Подписочная модель позволяет гибко масштабировать решения, ускорять внедрение и снижать барьеры входа, что особенно важно для динамичного сегмента среднего бизнеса.

Растущая потребность в ИТ-компетенциях и кибербезопасности

Каждая пятая российская компания сталкивается с дефицитом квалифицированных ИТ-специалистов, а большинство организаций нуждаются в эффективных решениях в сфере кибербезопасности. Это стимулирует рост интереса к простым, сопровождаемым, облачным решениям, а также расширяет рынок аутсорсинга ИТ-функций.

Макро- и геополитические факторы (санкции, уход иностранных вендоров)

С 2022 года рынок цифровизации B2B и B2G закупок и продаж оказался под серьёзным воздействием макроэкономических и внешнеполитических факторов. Санкционное давление, уход западных поставщиков и прекращение доступа к критически важному ПО стали поворотной точкой для всего сегмента автоматизации корпоративных процессов.

Уход ключевых международных поставщиков

С весны 2022 года о приостановке деятельности в России заявили ведущие мировые разработчики систем управления закупками, логистикой и клиентскими отношениями:

- SAP окончательно ушел с российского рынка в апреле 2023 года, закрыв центр локализации и прекратив поддержку решений, включая SAP ERP, SAP Ariba и S/4HANA;
- Oracle отказался от новых контрактов и прекратил сопровождение облачных решений;
- Microsoft прекратил продажи и поддержку Microsoft Dynamics 365;
- Salesforce и Coupa полностью прекратили работу в РФ, приостановив проекты и отключив локальных клиентов.

Ограничение доступа к обновлениям, безопасности и сопровождению привело к рискам отказа критически важных процессов и росту затрат на переход к альтернативам.

По данным Минцифры, совокупные расходы на миграцию с зарубежных ERP и SRM-систем в 2023–2025 годах могут составить до 200–300 млрд рублей в госсекторе и крупном бизнесе.

Импортозамещение и рост доли российских решений

На фоне внешнего давления произошел резкий поворот в сторону локальных решений. Согласно данным CNews, в 2023 году доля отечественных решений в новых внедрениях CRM превысила 85%, а в сегменте SRM / S2P — около 80%.

В сегменте ЭДО рынок практически полностью перешел под контроль российских провайдеров — Диадок, Контур, СБИС и других.

Макро- и геополитические факторы (санкции, уход иностранных вендоров)

Отраслевые различия и системные вызовы

Согласно исследованию K2 Cloud, различные отрасли экономики по-разному воспринимают цифровизацию в новых условиях. Финансовые компании отмечают сложности с интеграцией новых решений в текущие ИТ-ландшафты (40%), нехватку ИТ-специалистов (24%) и высокие требования к кибербезопасности (38%). Машиностроительные предприятия указывают на ограниченность бюджетов (43%) и трудности адаптации к требованиям регуляторов. В ритейле, несмотря на активное внедрение облачных решений, более 70% компаний сталкиваются с различными барьерами, включая сложность внедрения и частые изменения нормативной среды.

Сложности трансформации и технологической адаптации

Уход нескольких ключевых зарубежных вендоров совпал с фазой активной цифровой трансформации в российских компаниях. Хотя на рынке было всего несколько доминирующих поставщиков, их решения — особенно в формате SaaS — широко использовались крупными корпорациями и государственными холдингами. Их уход потребовал пересмотра ИТ-архитектуры и ускоренного перехода на отечественные платформы. Однако многие российские альтернативы на момент замещения находились в стадии активной доработки, что потребовало от компаний дополнительных ресурсов на адаптацию, обучение персонала и интеграцию. Во многих случаях внедрение происходило параллельно с разработкой, в режиме постоянного донастройки под реальные бизнес-процессы.

Динамика и драйверы роста рынка

Рынок автоматизации закупок в России демонстрирует стабильную положительную динамику. За последние годы наблюдается устойчивый рост интереса к автоматизации процессов закупок и развитию B2B eCommerce. Это подтверждается ростом числа торговых процедур, расширением числа пользователей корпоративных платформ и повышенным спросом на решения, обеспечивающие сквозную прозрачность закупочного цикла.

Компании все чаще внедряют цифровые решения, позволяющие ускорить обработку заявок, повысить управляемость процессами и снизить издержки. По данным исследования B2B-Center «Зрелость закупочной функции российских компаний 2024», металлургия входит в тройку лидеров по уровню развития закупочной функции. В этом и других секторах активно применяются решения для автоматизации всех этапов закупки — от планирования до исполнения и анализа.



Платформа компании B2B-Center, охватывающая модель Source-to-Pay и включающая модули для заявок, тендеров, работы с поставщиками, каталогов и НСИ. Решение внедрено в таких компаниях, как Уралхим и Эфес Рус, и признано Минцифры как ИИ-решение в 2023 году.



Система автоматизации закупок, разработанная НОРБИТ (входит в ЛАНИТ). Обеспечивает планирование, контроль бюджета, ведение лотов и проведение закупочных процедур. Поддерживает интеграцию с ERP, в том числе SAP.

Динамика и драйверы роста рынка



Облачное low-code решение с модульной архитектурой, позволяющее настраивать закупочные процессы «под себя». Подходит для средних и крупных компаний, отличается гибкой логикой обработки заявок и маршрутов согласования.



с модулем закупок

Решение, ориентированное на крупные торговые и производственные сети, предлагает автоматизацию тендеров, ведение рейтингов поставщиков, контроль исполнения и документооборот.

Контур Закупки

Сервис для участия в тендерах по 44-ФЗ, 223-ФЗ и в коммерческих закупках, с инструментами поиска, аналитики, командной работы и автоматизации закупочного процесса.



КОРУС SRM

Универсальная платформа для автоматизации учета и производственных процессов, в том числе снабжения. Часто используется в интеграции с SRM или внутренними корпоративными решениями.

Государственные инициативы и эффект импортозамещения

Переход на российское ПО, вызванный уходом иностранных вендоров, стал одним из катализаторов роста сегмента. Меры государственной поддержки включают субсидии на внедрение ИТ-решений, аккредитацию отечественных разработчиков и проекты цифровой трансформации в ключевых отраслях. Это создает дополнительную мотивацию для бизнеса инвестировать в системную автоматизацию закупок.

Динамика и драйверы роста рынка

Технологические драйверы роста

Среди ключевых технологических факторов роста рынка:

- **Интеграция ИИ и машинного обучения** — используются для скоринга поставщиков, прогнозирования потребностей и анализа исполнения контрактов.
- **Аналитика** — обеспечивают реализацию моделей TCO, контроль KPI и поддержку категорийного управления.
- **Low-code и SaaS-платформы** — позволяют быстро развернуть и адаптировать системы без серьезных затрат на инфраструктуру.
- **ИТ-аутсорсинг и облачные решения** — как отмечено в исследовании K2 Cloud, спрос на внешнюю ИТ-поддержку вырос кратно. Особенно актуальны сервисы информационной безопасности, DevOps и облачная инфраструктура (IaaS, PaaS, SaaS).

Вызовы и риски

Несмотря на рост, рынок сталкивается с рядом ограничений:

Дефицит зрелых и гибких решений в ряде ниш

Проблемы адаптации существующих продуктов под индивидуальные бизнес-процессы

Нехватка квалифицированных интеграторов и проектных команд, особенно в ритейле и машиностроении

Необходимость переобучения персонала и наращивания внутренней экспертизы

Динамика и драйверы роста рынка

Вывод

Драйверами роста рынка становятся не только внешние вызовы, но и **переход бизнеса** от точечных решений **к стратегической автоматизации**. Внедрение SRM / S2P-платформ, поддержка со стороны государства, рост зрелости ИТ-продуктов и развитие инфраструктуры способствуют формированию устойчивого спроса на решения для цифровой трансформации закупок. Российские компании стремятся не просто заменить уходящие решения, но и встроить цифровизацию закупочной функции в стратегию бизнеса на долгосрочную перспективу.

Заключение

Российский рынок B2B и B2G онлайн-закупок и продаж стремительно трансформируется под влиянием цифровизации, импортозамещения и изменения регуляторной среды. Электронные торговые площадки, B2B-маркетплейсы, корпоративные интернет-магазины и биржи становятся ключевыми каналами взаимодействия между бизнесом и государством, а также между компаниями. Все больше закупок переводится в онлайн-формат, включая не только крупные тендеры, но и закупки малого объема. При этом рынок развивается как в регулируемом, так и в коммерческом сегментах, что делает его структурно разнообразным и устойчивым к внешним шокам.

Цифровая инфраструктура, наработанная в B2C-секторе, активно адаптируется в B2B-среде: стандарты интерфейсов, логистики и клиентского сервиса из розничной торговли проникают в закупочную деятельность компаний. Государственная политика также оказывает значительное влияние, стимулируя развитие российских IT-решений и поддерживая малый и средний бизнес. Уход иностранных вендоров, усиление требований к локализации и реформы в сфере регулирования создают условия для ускоренной автоматизации и перехода к сквозным цифровым решениям.

Рынок сохраняет осторожно-оптимистичную динамику: несмотря на спады в отдельных сегментах и дефицит данных в коммерческой части, общий вектор развития остается положительным. Возврат госкомпаний к публичному формату закупок, рост роли экосистемных сервисов и технологическая зрелость ключевых платформ формируют основу для дальнейшего расширения рынка и повышения его прозрачности и эффективности.

О компании GBS

GBS (ООО «ГБС-Брокер») – логистический оператор и таможенный брокер, предлагающий комплексные решения для доставки международных e-commerce посылок, образцов и коммерческих грузов.

С нашими логистическими решениями вы сможете без труда выйти на рынок международной B2B e-commerce логистики, обеспечивая быструю и простую доставку коммерческих грузов и образцов, независимо от их местонахождения.

Мы предлагаем полный спектр услуг, включая:

- складскую обработку товаров за рубежом
- международные перевозки (авиа, авто, железнодорожные и морские)
- таможенное оформление с подбором кодов ТНВЭД и расчетом таможенных пошлин
- услуги фулфилмента в России
- доставку до двери получателя или до маркетплейса

Наши клиенты – это **российские маркетплейсы** и **ритейлеры**.

Благодаря нашему многолетнему опыту мы успешно решаем самые сложные задачи в области транспортировки и таможенного оформления B2B грузов — от мелких отправок до крупных партий продукции.



Контакты
gbs.ru

Перейти на сайт

О компании Максмарт

АО "B2B Трейд", бренд Максмарт, Цифровая платформа быстрых закупок «Максмарт» – операционная компания, реализовавшая единое комплексное цифровое решение по автоматизации закупочного процесса, включающее в себя

- крупнейший в России B2B-маркетплейс,
- SRM+ систему управления взаимоотношениями с поставщиками
- единую логистическую систему.

Логистическая инфраструктура маркетплейса насчитывает 22 распределительных центра по всей территории РФ.

На площадке присутствуют **свыше 3 400 поставщиков с 2 млн уникальных товарных позиций** с количеством предложений **более 20 млн**, а также **широкий набор** товарных категорий, **превышающий 3 000 позиций**.



Контакты
maksmart.ru

Перейти на сайт

Исследуем
интернет-рынки
с 2010 года



50+исследований
о рынке eCommerce
в год



Одно из самых
цитируемых
аналитических
агентств в России



Факты о Data Insight



Использование
и сопоставление всех
источников обеспечивает
максимальную точность
и надежность оценок

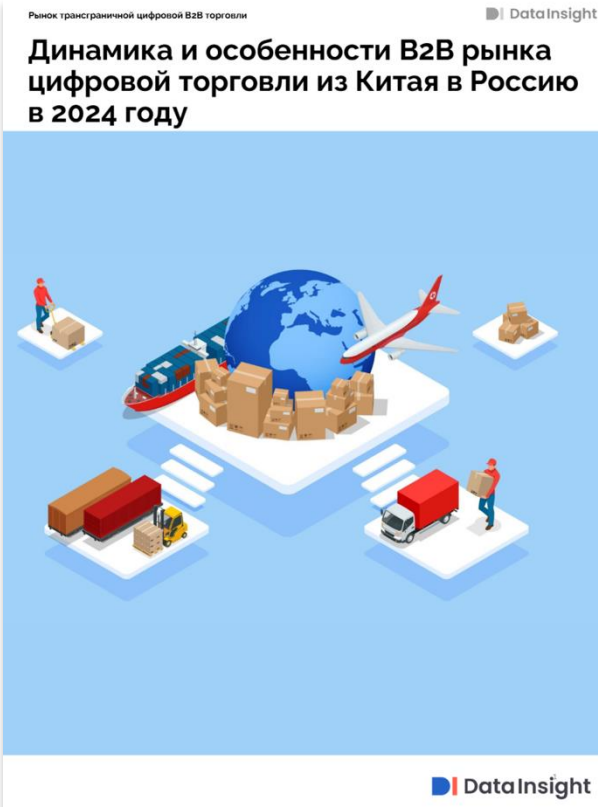


Публикации исследований
в ведущих СМИ и в 100+
профильных СМИ

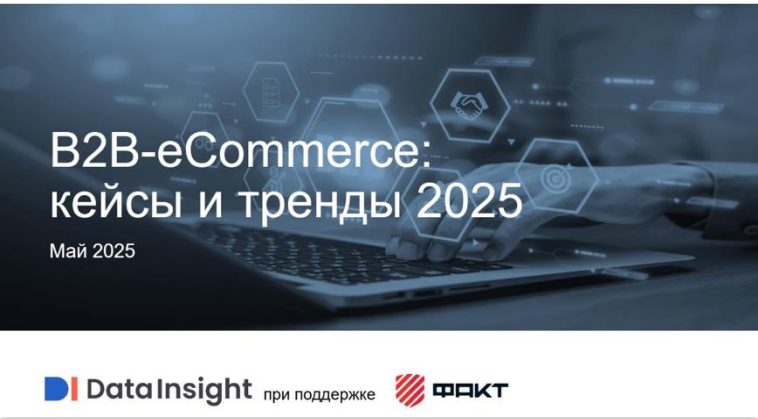


Ежемесячный охват
исследований
в собственных каналах
Data Insight ≈ 25 тыс.
человек

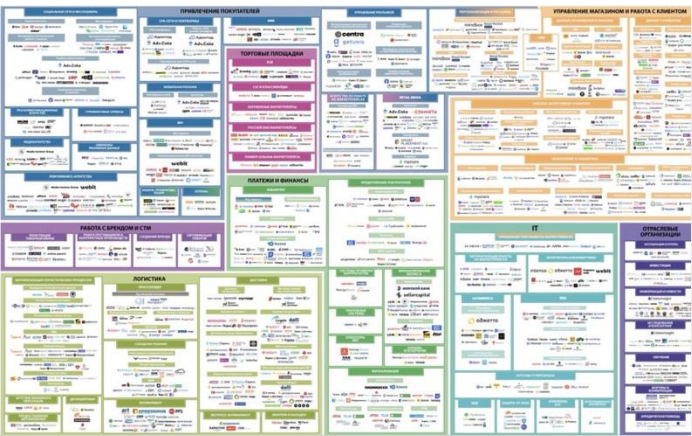
Исследования Data Insight



Динамика и особенности B2B рынка цифровой торговли из Китая в Россию в 2024 году



B2B-eCommerce: кейсы и тренды 2025



Экосистема электронной торговли 2025

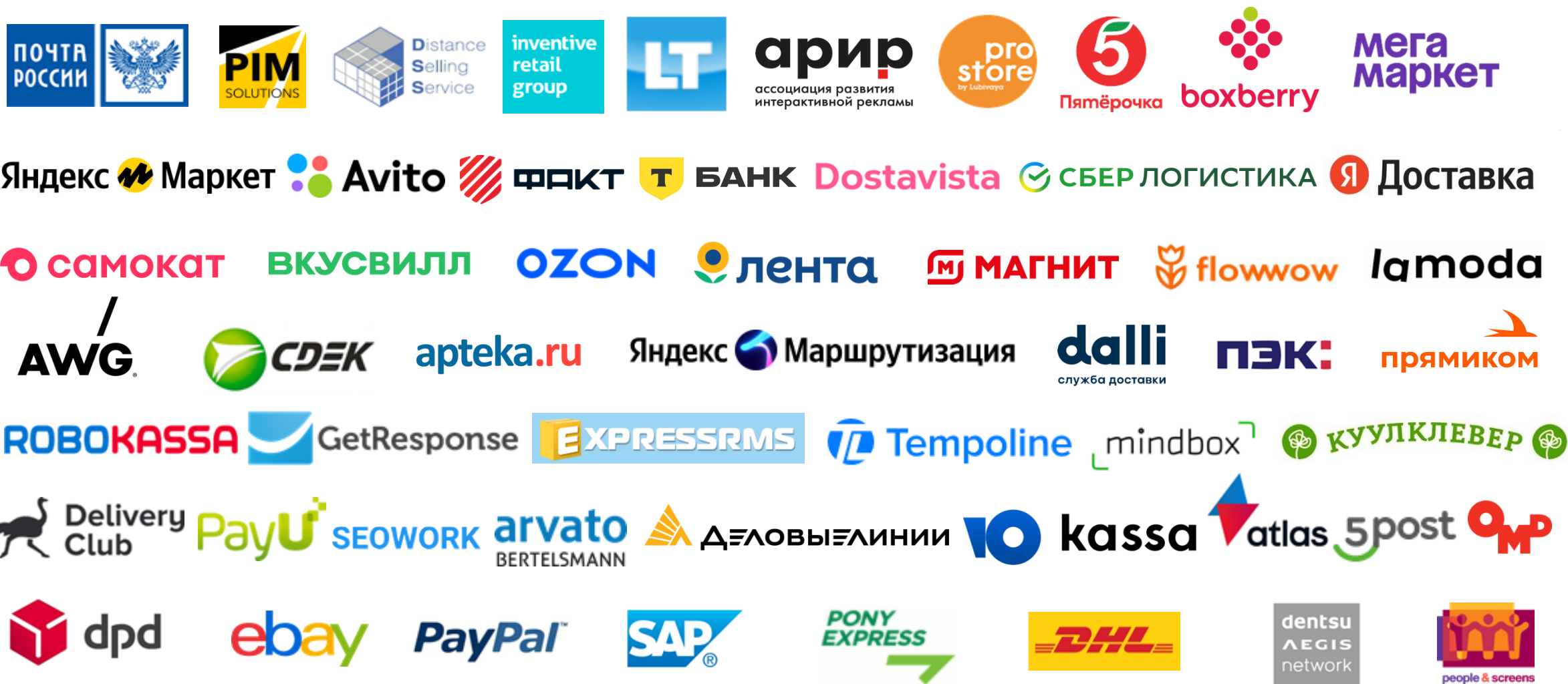


Интернет-торговля в России 2025



Экосистема B2B электронной торговли 2025

Партнеры Data Insight



Data Insight

Data Insight – первое в России агентство, специализирующееся на **исследованиях** и **консалтинге** в области eCommerce и digital рынков.

Новости Data Insight

Исследования по почте от
Data Insight



Telegram Data Insight

Исследования, события, новости
рынка от Data Insight



Контакты

datainsight.ru

a@datainsight.ru

+7 (495) 540 59 06

Выходные данные исследования

Название исследования	Отраслевой отчёт по B2B и B2G онлайн-продажам и закупкам: текущее состояние, объёмы рынка, тренды и прогноз на 2025–2030
Автор	Сергей Семко (Data Insight)
Дата выхода	Август 2025
Формат отчета	Презентация в формате pdf
Объем отчета	129 страниц
Рекламодатели	АО «B2B ТРЭЙД», ООО «ГБС-Брокер»