

## ИНФОРМАЦИОННЫЕ ПОСРЕДНИКИ В СИСТЕМЕ ГОСУДАРСТВЕННЫХ И КОРПОРАТИВНЫХ ЗАКУПОК

### INFORMATION INTERMEDIARIES IN THE SYSTEM OF PUBLIC AND CORPORATE PROCUREMENT

*N. Andrianova*

*Summary.* The article presents the key aspects of the development of digital technologies in relation to the sphere of circulation, namely for the sphere of public and corporate procurement. Types of information intermediaries are considered, the characteristic and technology of work of electronic trading platforms is given, features of electronic intermediaries in public procurement system are opened. The statistical materials characterizing the activity of electronic trading platforms in the sphere of public procurement and corporate environment, their effectiveness and rating are presented. Positive dynamics of functioning of electronic platforms is noted, the factors constraining their development are defined and the directions of improvement of information services in the sphere of purchases are designated.

*Keywords:* digital technologies, information, information services, information logistics, information intermediaries, electronic platforms, public procurement, corporate procurement, information technology, procurement methods, contract system..

**Андреанова Наталья Викторовна**

*К.э.н., доцент, Хабаровский государственный университет экономики и права  
andri.nv@mail.ru*

*Аннотация.* В статье представлены ключевые аспекты развития цифровых технологий применительно к сфере обращения, а именно для сферы государственных и корпоративных закупок. Рассмотрены виды информационных посредников, дана характеристика и технология работы электронных торговых площадок, раскрыты особенности электронных посредников в системе государственных закупок. Приведены статистические материалы, характеризующие активность электронных торговых площадок в сфере госзакупок и корпоративной среде, их результативность и рейтинг. Отмечена положительная динамика функционирования электронных площадок, определены факторы, сдерживающие их развитие и обозначены направления совершенствования информационных услуг в сфере закупок.

*Ключевые слова:* цифровые технологии, информация, информационные услуги, информационная логистика, информационные посредники, электронные площадки, государственные закупки, корпоративные закупки, информационные технологии, способы закупок, контрактная система.

**С**тановление и развитие цифровой экономики — одно из современных и приоритетных направлений для большинства стран. Цифровая экономика представляет собой деятельность по созданию, распространению и использованию цифровых технологий и связанные с ними продуктов и услуг. Распространение цифровых технологий определяет траекторию развития экономики и является следствием прорыва в области телекоммуникаций и систем обработки данных. Теперь, как частные лица, так и компании во всем мире связаны друг с другом по электронным каналам и это приводит к изменению принципов ведения бизнеса, к изменению основных характеристик делового бизнеса.

В эру цифровых технологий коммерческие и государственные предприятия все больше используют электронные системы для более эффективного и предсказуемого управления цепочкой своих закупок и продаж [1]. С каждым годом электронные закупки набирают популярность. Они дают возможность увеличить прибыль компаниям за счет продаж большему кругу покупателей, а также расширить географию поставок товаров и предоставления услуг.

Значимость информации возрастает не только в решении задач научно-технического прогресса и управления, но и во всех других сферах деятельности. Успех в работе любой компании, в первую очередь, основывается на наличии своевременной, достоверной и полной информации. Информация становится полноправным ресурсом, экономически важным фактором, таким же, как и традиционные — материальные, природные, трудовые, финансовые и энергетические ресурсы.

В связи с этим возрастает необходимость в получении информации о закупках в оперативном режиме. Данную задачу готовы взять на себя информационные посредники, предлагающие услуги поиска интересующих закупок, помощь в подготовке заявок и документации к тендерам, а также сопровождение в процессе электронного аукциона, конкурса или другого способа закупки. Они стараются привлечь поставщиков и заказчиков лояльной ценовой политикой на информационные услуги, акциями и дополнительным сервисом. Обработка и обмен информацией стали более мощным и эффективным средством ведения бизнеса, чем перемещение физических товаров.

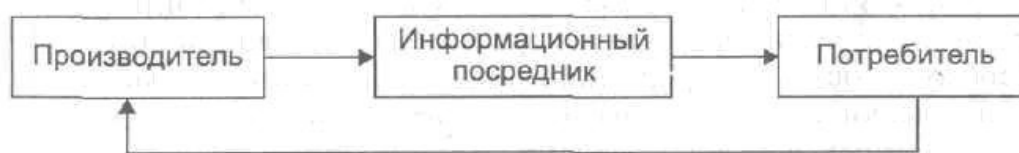


Рис. 1. Простейшая цепочка взаимодействия на рынке

Стоимость компаний все в большей степени определяется не ее материальными активами (здания, оборудование), а такими нематериальными активами, как люди, идеи, технологии, стратегии объединения и использования главных информационных ресурсов компании.

Расстояния исчезают. Любой человек может мгновенно связаться со своим клиентом в любой точке планеты. Теперь весь мир становится потенциальным клиентом. Перед бизнесом открываются огромные возможности.

Теперь мир не ограничен рамками регионов, но за счет этой свободы динамично развивается именно региональная экономика, которая получает огромные возможности для ведения бизнеса в соседних и дальних регионах.

Интерактивность становится важнейшим фактором успеха, и она ведет к существенным изменениям в ведении бизнеса. Преимущества в бизнесе получают те, кто может быстро реагировать на изменения на рынке и адаптироваться к новым условиям в реальном времени.

С ростом объемов информации, обычного посредника заменяет информационный. Необходимость в таких инфопосредниках, способных переработать этот поток данных в полезную информацию быстро растет [2].

Субъекты информационного рынка технологий отличаются тем, что в их составе, как правило, отсутствует оптовый посредник и потребитель должен иметь дело непосредственно с производителем, хотя контакт может (и это желательно) устанавливаться через рыночного информационного посредника, который из-за природы товара в меньшей степени тяготеет к формированию биржевых структур, нежели в иных компонентах рынка (рисунок 1).

Исследование роли и функций информационных посредников механизма их деятельности в сфере корпоративных и государственных закупок приобретает все большую актуальность.

Практически в каждом случае у лиц, принимающих решения в сфере государственных и муниципальных закупок, возникает необходимость выбора между раз-

личными вариантами закупки, учете собственных возможностей и средств, оценки надежности контрагента, понимания возникающих при этом рисков, а также поиска путей возможной защиты своих интересов в случае развития событий по неблагоприятному сценарию. Все это требует наличия определенного опыта и знаний, умения находить оптимальное решение среди множества возможных вариантов. Внедрение цифровых технологий значительно облегчает эти задачи. Важным субъектом на развивающемся рынке государственных закупок становится информационный посредник, внедряющий современные цифровые технологии на всех этапах логистической цепи.

Вместе с тем существуют и коммерческие тендеры, где правила устанавливают сами заказчики — любые коммерческие структуры. Их действия не регламентируются, но и не должны противоречить Гражданскому кодексу РФ и Федеральному закону от 26.07.2006 № 135-ФЗ (ред. от 05.10.2015) «О защите конкуренции» [3], что обуславливается специфичностью и многообразием сфер бизнеса.

Оптимизация и совершенствование закупочных процедур как в сфере государственных, так и корпоративных закупок позволяет повысить эффективность закупки. Заинтересованность компании может быть также в продукции неспецифичной для ее деятельности, что создает трудности для самостоятельного изучения и анализа неизвестного сегмента рынка и выбора партнера. В этом также оперативно могут помочь информационные посредники.

Реальная практика электронного бизнеса позволяет говорить о расширении информационно-посреднической деятельности. Например, сделки между отдельными видами бизнеса, ранее заключаемые напрямую, теперь происходят на on-line рынках (электронных торговых площадках), кроме трансформированных форм посреднической деятельности появились новые формы посредничества. Сравнительная характеристика государственных и коммерческих тендеров представлена в таблице 1.

Электронная торговая площадка (ЭТП) — это сайт в сети интернет, на котором проводятся электронные

Таблица 1. Сравнение государственных и коммерческих тендеров

	Государственные тендеры	Коммерческие тендеры	Тендеры регулируемые 223-ФЗ
Регулирующий закон	44-ФЗ, ГК РФ (только конкурс и аукцион)	ГК РФ (только конкурс и аукцион)	223-ФЗ, ГК РФ (только конкурс и аукцион)
Способы закупок	Установлены законом, неизменны	Установлены заказчиком	Установлены положением заказчика, у всех разные
Порядок проведения закупок	Установлены законом, неизменны	Установлены заказчиком	Установлены положением заказчика, у всех разные
Свобода конкуренции	Участник может предложить эквивалент требуемому товару (по общему правилу)	Участник обязан предложить требуемый товар	Участник обязан предложить требуемый товар (с учетом антимонопольных ограничений)
Требования к участникам	Закрытый перечень требований	У каждого заказчика свой перечень требований	У каждого заказчика свой перечень требований
Порядок оценки заявок участников	Установлен законодательно	Установлен заказчиком	Установлен положением и документацией заказчика
Виды закупок в электронной форме	Аукцион	Любой способ закупок, установленный заказчиком	Любой способ закупок, прописанный в положении заказчика
Электронные площадки	5 утвержденных электронных площадок	Любая электронная площадка, например ОТС.RU	Любая электронная площадка, например ОТС.RU

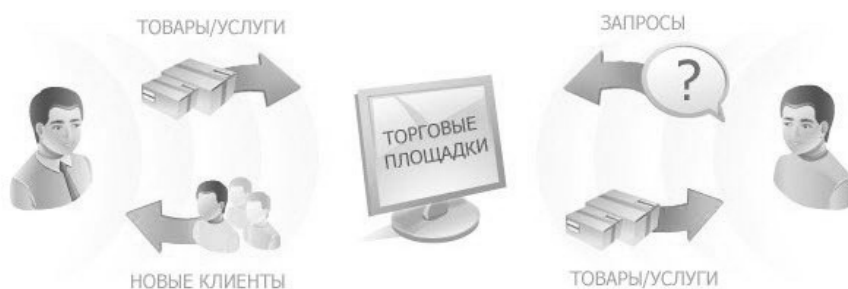


Рис. 2. Схема взаимодействия участников на ЭТП

аукционы (закупки). Электронная площадка сочетает в себе комплекс организационных, информационных и технических решений, обеспечивающих взаимодействие заказчика (покупателя) и поставщика (продавца) (рисунок 2). Такое взаимодействие осуществляется посредством электронного документооборота [1].

По сути, в настоящее время, электронной торговой площадкой можно назвать любой Интернет-ресурс, с помощью которого заключаются сделки купли-продажи между покупателями и продавцами.

Посредником между заказчиком (покупателем) и поставщиком (продавцом) является оператор электронной площадки (владелец Интернет-ресурса).

Отчасти, работы, выполняемые информационными посредниками, соответствуют основным целям информационной логистики как таковой, а именно: обеспечить

необходимой информацией в нужном месте, в нужное время, необходимого содержания.

По сути, посредник сферы обращения заменяется информационным посредником, который принимает информацию для размещения, либо передает от одного субъекта другому.

Рассматривая данные изменения, подтолкнувшие к образованию и развитию информационного рынка и электронного бизнеса, можно также судить о динамичном развитии информационно-посреднической деятельности.

В настоящее время функционируют разнообразные электронные площадки:

1. Для системы государственных и корпоративных закупок Правительством Российской Федерации аккредитованы: ЗАО «Сбербанк-АСТ»,



MyShared  
 АЭТП. Обучающий курс  
<http://seminar.aetp.ru>  
 © 2007 - 2012

Рис. 3. Характеристика электронной торговой площадки

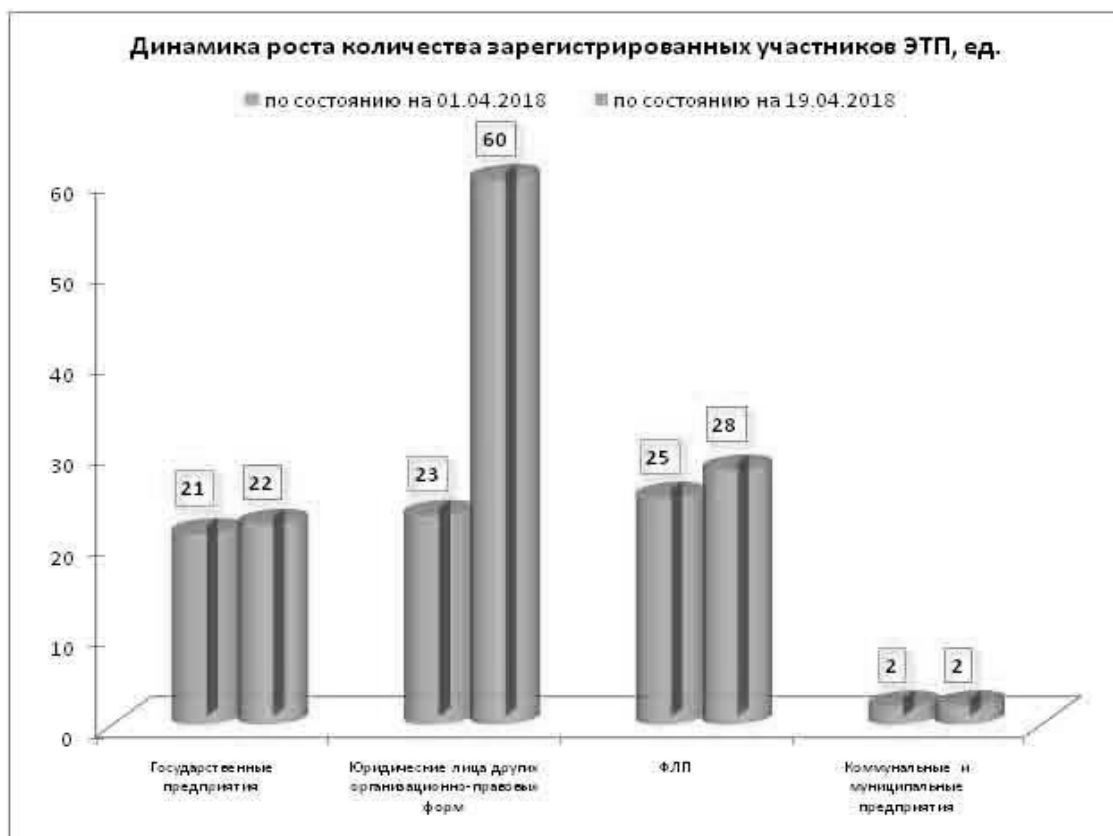
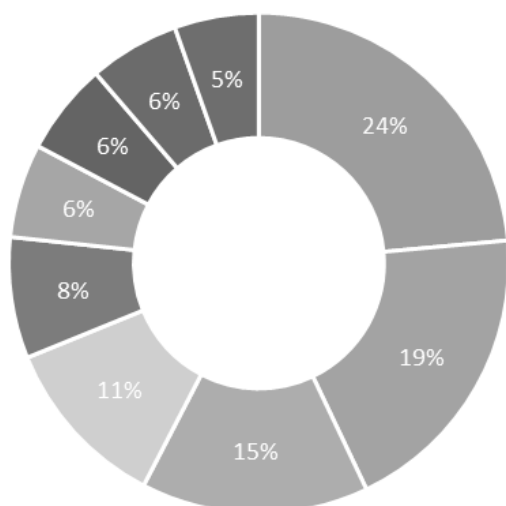


Рис. 4. Динамика роста количества зарегистрированных участников на электронных площадках



- «Электронная торгово-закупочная площадка ОАО «РЖД»
- Единая электронная торговая площадка
- ЭТП ГПБ
- B2B-Center
- ЭТП «ТЭК-Торг»
- РТС-тендер
- Фабрикант
- ЗАО «Сбербанк-АСТ»
- Электронная торговая площадка OTC-tender

Рис. 5. Доли электронных площадок по критерию количества лотов

**Количество заключенных контрактов в разрезе электронных площадок**



**Стоимость заключенных контрактов в разрезе электронных площадок, млн руб.**



Рис. 6. Доли электронных площадок по критерию количества заключенных договоров и контрактов

ООО «РТС-тендер», АО «Единая электронная торговая площадка», Российский аукционный дом, ЭТП Национальная Электронная Площадка, Агентство по Государственному заказу Республики Татарстан, Национальная электронная площадка АГЗ РТ.

2. Группы площадок (например, OTC RU, B2B, Норбит и другие).
3. Коммерческие торгово — закупочные системы (например, «АМС-Сервис», Аукционный Конкурсный Дом, ЭТП «KARTOTEKA /RU).
4. ЭТП по реализации имущества.
5. Международные торговые системы.

Статистика относительно информационных посредников приведена в разрезе электронных площадок за 2018 год. На рисунке 4 видно, что происходит увеличение количества зарегистрированных участников на электронных площадках, наиболее значительный рост характерен для предприятий различных организационно — правовых форм.

На рисунке 5 дана характеристика электронных торговых площадок по количеству размещаемых на них лотов. Показатель размещаемых лотов отражает степень удовлетворения спроса клиентов по конкретной электронной площадке.

### Процентное соотношение объемов размещения электронных аукционов на ЭТП



Рис. 7. Структура размещения заказов на проведение электронных аукционов

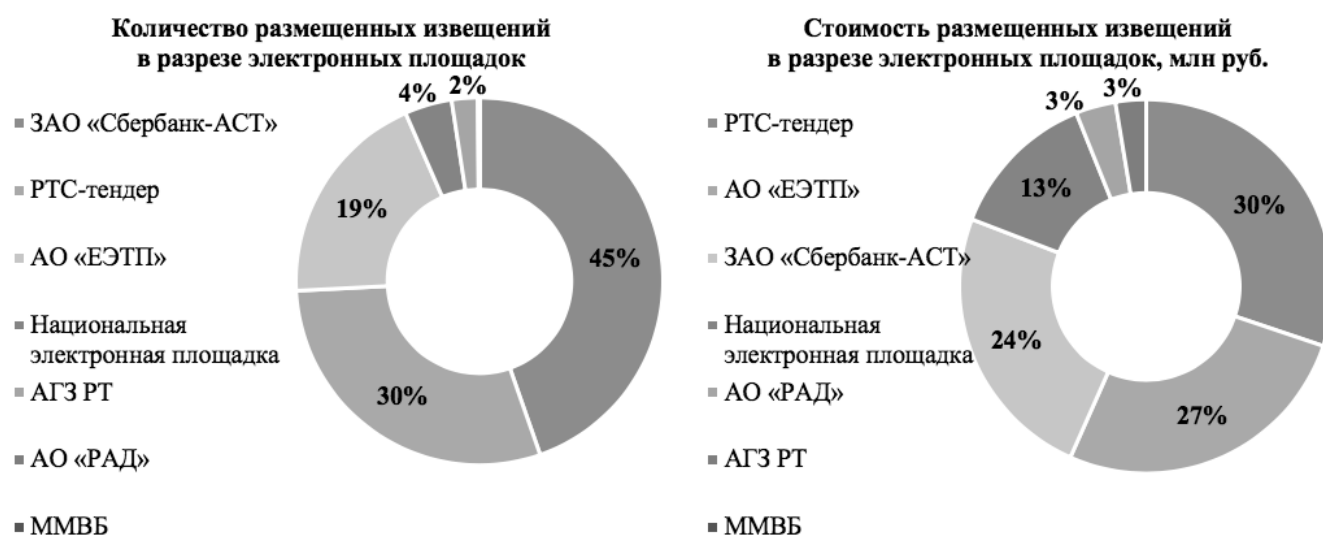


Рис. 8. Количество и стоимость заключенных контрактов в разрезе электронных площадок

Информационный посредник при организации своей деятельности может осуществлять ее в нескольких видах. Вид, отражает технологию организации деятельности информационного посредника в сети Интернет. В зависимости от видов различают: предприятия связи, операторы связи, сайты, страницы, домены, электронные и неторговые площадки.

Важным представляется соотношение электронных площадок в разрезе количества и стоимости заключенных контрактов. Это отражает степень удовлетворения спроса клиентов конкретной торговой площадкой.

Как видно из статистики, лидирующие позиции по всем трем показателям занимают крупные информа-

ционные посредники, электронные торговые площадки-ЗАО «Сбербанк-АСТ» и ООО «РТС-тендер», суммарно замещая около 70% соотношения показателей.

Наибольшим спросом на услуги электронных площадок пользуется такой способ закупки, как электронный аукцион. Это можно объяснить тем, что в системе государственных и муниципальных закупок внедрение цифровизации началось именно с этого способа закупки. Регламент регулирует понятие отобранных электронных площадок, операторы которых предложили лучшие проекты функционирования электронной площадки (предложение о проекте) для проведения открытых аукционов в электронной форме.

Таким образом, информационный посредник осуществляет управление информационными и финансовыми потоками между участниками информационного обмена для повышения его эффективности. Каждая электронная площадка стремится привлечь как можно больше заказчиков и поставщиков. Информация по количеству размещенных извещений и стоимости закупок представлена на рисунке 8.

Статистика подтверждает, что информация становится ценнейшим ресурсом в современной экономике. Ее перемещение и оказание информационных услуг становится более эффективным и востребованным, нежели работа в сфере добычи, производства и обращения товаров. В структуре активов компаний все больше растет доля нематериальных активов, таких как люди, идеи технологии, стратегии, объединения, несмотря на то, что данные активы тяжело поддаются оценке.

Таким образом, в настоящее время не только существуют специализированные инфопосредники (информационные «узлы», биржи, аукционы), но и начинается интеграция некоторых из них в так называемые «бизнес-узлы». Последние объединяют как производителей и потребителей товаров и услуг, так и компании, обеспечивающие многосторонний информационный обмен между участниками, при этом, каждый из этих элементов является неотъемлемой частью логистической цепи.

Посредник сферы обращения заменяется информационным посредником, который принимает информацию для размещения, либо передает от одного субъекта другому. Другими словами, ролью информационного посредника уже не является сводить стороны в одном месте. Роль информационного посредника заключается в налаживании взаимовыгодного для трех или для трех или более сторон информационного обмена, который стимулирует компании быстро и мгновенно адаптироваться к постоянно меняющимся условиям информационного рынка.

Рассматривая данные изменения, подтолкнувшие к образованию и развитию информационного рынка и электронного бизнеса, можно также судить об образовании и развитии информационно-посреднической среды, которая требует готовности бизнеса к цифровой трансформации. При этом должен сложиться зрелый технологический сектор, а также должен постоянно расти спрос на цифровые технологии со стороны бизнеса и бюджетной сферы.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Официальный портал «ЗакупкиHelp» [Сайт]. Режим доступа: <http://zakupkihelp.ru/> (дата обращения 18.09.2019 г.).
2. Семенихин, В.В. «Посреднические услуги», 3-е издание, переработанное и дополненное, М: «ГроссМедиа», «РОСБУХ», 2018 г.
3. Федеральный закон от 26.07.2006 г. № 135-ФЗ (ред. от 18.07.2019 г.) «О защите конкуренции».
4. Что такое цифровая экономика? Тренды, компетенции, измерения. Доклад НИИ ВШЭ к XX Апрельской международной научной конференции по проблемам развития экономики и общества. Москва, 9–12 апреля 2019 г. М.: Издательский дом ВШЭ, 2019 г.

© Андрианова Наталья Викторовна ( andri.nv@mail.ru ).

Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»