Госзакупки через маркетплейсы: как сделать эксперимент эффективным для России

Аналитическая записка Международной ассоциации развития Маркетплейсов и Предпринимателей (МАРМП). Адресаты: Минфин России, ФАС России.

Октябрь, 2026 · Автор: А. Н. Молодых, генеральный директор МАРМП

Резюме

Госзакупки через маркетплейсы, новый и наиболее чувствительный для конкуренции сегмент цифровой торговли РФ. Эксперимент по 278-ФЗ (01.10.2026–30.09.2028) открывает его без механизмов, которые в мировой практике защищают от концентрации и обеспечивают учёт закупок у МСП.

1. **Масштаб.** В 2025 г. по 44-ФЗ размещено извещений на 13,6 трлн руб.; среднее число заявок на процедуру 2,44, 72% несостоявшихся закупок из-за единственной заявки. Малые закупки до 600 тыс. руб. около 20 млн контрактов и ~1,2 трлн руб. в год, до недавнего времени без единой цифровой среды.
2. **Что запущено.** Школы, детсады и колледжи покупают товары «с полки» через маркетплейсы по ч. 12 ст. 93 44-ФЗ. Допуск площадок по формальным критериям: реестр посреднических платформ (289-ФЗ), логистика в 45+ регионах, не менее двух поставщиков из перечня Минпросвещения. Дополнительных требований к безопасности товаров для детских учреждений сверх общих норм 44-ФЗ нет.
3. **Главный риск - концентрация.** Критерий «45 регионов», по оценкам экспертов, проходят 2–3 оператора (Ozon, Wildberries, Яндекс Маркет). В США в аналогичной программе GSA на Amazon Business пришлось 96% расходов в 2021–2022 фин. гг. Россия рискует повторить этот результат.
4. **Комиссия - скрытая цена для бюджета.** Совокупные издержки продавца на маркетплейсе достигают 35–40% цены; в госзакупке они перекладываются в цену контракта. Индийская государственная площадка GeM с августа 2024 г. не берёт плату за заказы до ₹1 млн (около 97% сделок), с более крупных — 0,30%.
5. **Мировая практика** (Индия, Корея, ЕС, США) сходится в трёх принципах: открытый и периодически пересматриваемый допуск площадок, раскрытие и ограничение комиссий, открытые данные о каждой закупке и учёт доли МСП.
6. **Связь с Программой МАРМП.** Эксперимент частично реализует п. 23.5 (приоритет платформ в госзакупках), но отбор идёт без обязательств перед продавцами (п. 23.6). Это расходится с логикой Программы и усиливает риски, описанные в Разделах VII, XVII, XIX.
7. **Вывод.** Направление верное, конструкцию нужно доработать до масштабирования на здравоохранение, культуру и спорт: условия допуска, связанные с честным отношением к продавцам, потолок комиссии, открытые данные и независимая оценка эксперимента к середине 2027 г. Модель эффективного применения в РФ, критерии с порогами, дорожная карта и восемь предложений МАРМП - в разделах ниже.

Рынок в цифрах

Розничный e-commerce и госзаказ сопоставимы по масштабу (13,4 трлн руб. онлайн-продаж и 13,6 трлн руб. извещений по 44-ФЗ в 2025 г.), но цифровая торговля с государством в формате маркетплейса только начинается. Главная структурная проблема госзаказа, слабая конкуренция, и именно её маркетплейсы могут либо снизить, либо закрепить.

Показатель	Значение	Источник
Рынок e-commerce РФ, 2025	13,4 трлн руб.	Data Insight (по Программе МАРМП, Раздел I)
Онлайн-продажи B2B + B2G, 2025 (оценка)	~2,0 трлн руб., +11% г/г; прогноз 4,2 трлн к 2030	Strategy Partners в «Коммерсанте»
Извещения по 44-ФЗ, 2025	13,6 трлн руб., +13,6%	Сводный отчёт Минфина за 2025 г. в изложении gkgz.ru
Среднее число заявок на процедуру	2,44 (2024 — 2,46)	там же
Несостоявшиеся закупки	>1,5 млн процедур на 8,35 трлн руб.; 72% — одна заявка	там же
Участников в реестре (ЕРУЗ)	935 тыс., +11%; самозанятых +30%	там же
Электронные малые закупки (ч. 12 ст. 93)	число +51%, стоимость +55% за год	там же
Закупки до 600 тыс. руб.	~20 млн контрактов, ~1,2 трлн руб. в год	Оценка Минфина, «Коммерсантъ»
Товары по 44-ФЗ + 223-ФЗ, 2025	4,97 трлн руб.; из них РФ/ЕАЭС — 3,7 трлн (75%)	Минпромторг, Интерфакс

Что из этого следует:

- **Конкуренция не растёт вместе с деньгами.** Объём извещений +13,6%, а число заявок на процедуру снижается. Для сравнения: Single Market Scoreboard ЕС считает тревожной долю процедур с одним участником уже выше 20%.
- **Малые закупки — естественная зона для маркетплейсов.** Стандартные товары, малые чеки, высокие транзакционные издержки тендера, именно там цифровая витрина даёт наибольший эффект.
- **Маркетплейсы уже идут в B2B.** Wildberries сообщал о росте числа бизнес-клиентов в 2,2 раза за три месяца (2025); госзаказ становится следующим рубежом их роста на фоне замедления розницы (п. 1.2 Программы: число продавцов в 2025 г. – 2%).

Эксперимент по 278-ФЗ: что запущено

С 1 октября 2026 г. до 30 сентября 2028 г. государственные и муниципальные образовательные организации могут покупать товары через маркетплейсы из перечня Правительства. Перечень будет утверждён после проверки Минфином — по нашей оценке, фактические закупки начнутся не раньше декабря 2026 г.

Параметр	Как устроено	Источник
Правовая основа	ФЗ от 04.08.2026 № 278-ФЗ; закупка у единственного поставщика в электронной форме (ч. 12 ст. 93 44-ФЗ)	gov-zakupki.ru
Заказчики	Детсады, школы, колледжи (государственные и муниципальные)	там же
Товары	Перечень средств обучения Минпросвещения: мебель, техника, оборудование	РИА Новости
Лимиты	Специальных лимитов нет, действует общий порядок ч. 12 ст. 93 (разъяснение Минфина): при электронной закупке товара — до 5 млн руб. на контракт; годовые ограничения — по ст. 93 44-ФЗ	ComNews, Про-Абилити
Допуск площадки (постановление Правительства, утверждено 03.10.2026)	Реестр посреднических цифровых платформ (289-ФЗ); логистика не менее чем в 45 субъектах; не менее 2 поставщиков из перечня	РИА Новости
Отбор	Документы — до 2 ноября, проверка Минфина — до конца ноября, затем утверждение Правительством	там же
Логистика	Поставка — через логистическую инфраструктуру оператора (ПВЗ)	Финконт
Контракт	Электронный: поставщик подписывает на площадке,	Про-Абилити

Параметр	Как устроено	Источник
	заказчик — в ЕИС, УКЭП; поставщик должен быть в ЕРУЗ	
Реальные кандидаты	Ozon, Wildberries, Яндекс Маркет (из реестра, где также Avito, AliExpress, Lamoda, Купер)	ComNews
Разъяснение Минфина	Порядок подтверждён письмом Минфина России от 08.09.2026 № 24-01-09/78733	ПРОГОСЗАКАЗ (ppt.ru)

Предыстория. В Рязанской области с 1 сентября 2025 г. школы закупают через региональную «Цифровую платформу поставщиков»: оформление за час вместо 7 дней, доставка за 8 дней вместо двух месяцев (Ростендер). К октябрю 2026 г. исполнено 17 контрактов (ComNews); данных об экономии бюджета в открытых источниках нет («Коммерсантъ»).

Чего в конструкции нет (по опубликованным материалам о законе и постановлении):

- требований к размеру и раскрытию комиссии площадки с поставщика;
- допуска нишевых и региональных площадок, не дотягивающих до 45 регионов (в т.ч. через чужую логистику);
- правил ранжирования предложений для госзаказчика (цена или реклама?) и запрета самопредпочтения;
- публичных критериев успеха эксперимента и независимой промежуточной оценки;
- учёта закупок у СМП и происхождения товара (нацрежим) на уровне карточки товара;
- дополнительного контроля качества и безопасности товаров для детей: карточку товара заполняет продавец, а проверки сертификатов и деклараций соответствия до показа её школе правила не требуют; по разъяснению Минфина, специальных особенностей закон не установил.

Мировые практики

В мире есть две модели: государственная витрина с частными продавцами (Индия, Корея) и допуск частных маркетплейсов (США, частично Китай). Россия выбрала вторую, и единственный крупный пример с открытыми данными - США показал сильную концентрацию.

Страна, инструмент	Модель	Результат	Урок для РФ
США, GSA Commercial Platforms (с 2020)	Частные площадки для микрозакупок по госкарте SmartPay	~40 ведомств, 55 тыс. покупателей, 300 тыс. заказов в год; Amazon Business — 96% расходов в 2021–2022	Без мер спрос уходит к лидеру. В 2024 г. GSA расширила пул до 8 площадок, 4 из них — малый бизнес; GAO потребовал учёта

Страна, инструмент	Модель	Результат	Урок для РФ
		фин. гг.	закупок у МСП
Индия, GeM (с 2016)	Государственная площадка-маркетплейс	FY26: ₹5 трлн; МСП — 73% активных продавцов и 68% заказов; ИИ нашёл ~90 тыс. дефектных карточек; экономия ~8%	Владелец витрины — государство: комиссия символическая, данные и ранжирование под контролем, МСП — квота 25%
Корея, KONEPS	Единая госсистема + каталог «торговый центр»	Рынок госзакупок около 209 трлн вон (около $154 млрд); 34 консультанта в 11 филиалах вводят МСП в систему	Сопровождение МСП — часть госполитики, а не дело площадки
ЕС, Директива 2014/24/EU	Динамические системы закупок (ст. 34), электронные каталоги (ст. 36)	Новые поставщики входят в систему в любой момент срока её действия	Допуск не закрывается на весь срок
Великобритания, Procurement Act 2023 (с 24.02.2025)	Dynamic markets вместо DPS	Единые правила допуска, обязанность учитывать барьеры для МСП	Постоянно открытый реестр площадок/поставщиков
Китай, электронные «магазины» центров госзакупок	Госвитрина, на которую частные платформы (JD.com и др.) выходят как поставщики	Данные о сделках остаются у государства	Гибрид: логистика частная, правила и данные — государственные

Общие принципы, которые необходимо перенять:

1. **Открытый допуск с пересмотром.** Критерии должны проверять способность доставить товар, а не масштаб собственной сети.
2. **Правила и данные — у государства.** Каждая сделка попадает в госсистему в стандартизированном виде (цена, продавец, СМП, происхождение).
3. **Цена доступа для продавца ограничена или раскрыта**, иначе её оплачивает бюджет.
4. **Ранжирование по цене и качеству**, без платного продвижения и самопредпочтения.
5. **Независимая оценка** (в США — GAO по поручению Конгресса).

Соотнесение с Программой МАРМП 2026–2035

Государство реализовало «привилегию» из п. 23.5, но не взяло «обязательства» из п. 23.6: доступ к госзаказу получают площадки с крупной логистикой, а не площадки, честные к продавцам. Это главное расхождение с логикой Программы.

Положение Программы	Что в эксперименте	Разрыв
п. 23.5 — приоритет платформ-партнёров в госзакупках	Допуск по формальным критериям (реестр, 45 регионов, 2 поставщика)	Направление совпало, механизм иной (фиксирует и сама Программа, Раздел XXVII)
п. 23.6 — обязательства платформ: раскрытие комиссий за 90 дней, без принудительных скидок, защита данных продавцов, страхование остатков	Не входят в условия допуска	Доступ к бюджетному спросу без встречных обязательств
Раздел VII — нишевые маркетплейсы, 500+ к 2030; п. 7.6 — B2B-ниши	Критерий 45 регионов исключает нишевые и региональные площадки (в т.ч. «Цифровую деревню» Амурской обл.)	Госспрос укрепляет лидеров, а не новых игроков
Раздел XVII — запрет самопредпочтения, прозрачное ранжирование	Правила выдачи для госзаказчика не заданы	Реклама и собственные товары площадки могут влиять на выбор заказчика
Разделы VII, XIX — поддержка МСП, реестр добросовестных продавцов	Учёт закупок у СМП через маркетплейс не описан	Как и в США до 2023 г., государство не увидит, кому ушли деньги
Раздел XX — 8 региональных хабов, реформа Почты России, мультибрендовые ПВЗ	Логистика — только собственная инфраструктура оператора	Национальная логистика могла бы открыть допуск нишевым площадкам
Раздел XVIII — KPI, «Индекс здоровья рынка» (п. 7.5)	Критерии успеха эксперимента не опубликованы	Итоги 2028 г. нечем измерить

Риски и экономическая логика

Маркетплейс выгоден бюджету, только если экономия на оформлении и доставке превышает комиссию, которую продавец закладывает в цену. При нынешних розничных ставках это условие не гарантировано.

Если продавцу нужно получить P_o за товар, а площадка удерживает долю t, цена для заказчика:

$P = P_o / (1 - t)$

При t = 10% цена выше на 11%, при t = 25% — на 33%, при t = 35% — на 54%. Совокупные издержки продавца на российских маркетплейсах оцениваются в 35–40% (ComNews). Часть их - реальная логистика, которую при прямой поставке всё равно оплачивает поставщик. Но рекламная составляющая и рента площадки ложатся на бюджет напрямую. Для сравнения: GeM даёт заказчикам ~8% экономии при символической плате продавца.

Риск	Механизм	Индикатор раннего предупреждения
Концентрация госспроса	Сетевой эффект + критерий 45 регионов; в США — 96% у одной площадки	Индекс Херфиндаля–Хиршмана по объёму закупок на площадках > 2 000
Переплата бюджета	Комиссия и реклама в цене (формула выше)	Цена одного товара на маркетплейсе выше медианы контрактов в ЕИС (по ЕККТ)
Вытеснение местных СМП	Региональный поставщик школы теряет прямой канал (предупреждение ТПП РФ)	Доля СМП и продавцов из того же региона в контрактах
Дробление и уход от конкурентных процедур	Удобный канал «единственного поставщика» до 5 млн руб.	Рост числа однотипных контрактов одного заказчика в месяц
Нацрежим и качество	Происхождение и сертификация товара декларирует продавец карточки	Доля карточек без проверенного реестрового номера Минпромторга
Зависимость от данных площадки	История спроса госзаказчиков сосредоточена у частного оператора	Полнота выгрузки в ЕИС (цель — 100% сделок)
Физические риски логистики	Пожары и атаки на склады; см. доклад МАРМП о страховании (п. 20.6, Риск 6)	Срыв сроков поставки в период начала учебного года
Перекрёстное субсидирование за счёт остальных продавцов	Площадка снижает тариф для госсегмента и компенсирует его ростом комиссий для продавцов других категорий; прямой защиты от этого 289-ФЗ не даёт (позиция МАРМП,	Изменение средних комиссий в категориях вне госсегмента после допуска площадки

Риск	Механизм	Индикатор раннего предупреждения
	ComNews, 06.10.2026)	

Порог HHI 2 000 - граница высокой концентрации в методике ФАС (приказ от 28.04.2010 № 220); в США руководство по слияниям 2023 г. использует 1 800. Три площадки с равными долями дают HHI ≈ 3 333 — то есть даже «идеально равная» тройка формирует высококонцентрированный рынок госспроса.

Устойчивость поставок: выводы из доклада МАРМП о страховании

Эксперимент привязывает госзаказ именно к той логистике, что летом 2026 г. оказалась самой уязвимой. Доклад «Кто застрахует инфраструктуру e-commerce…» (МАРМП, 29.09.2026) фиксирует: более 25 ударов по объектам маркетплейсов, 17–22% складских площадей Wildberries повреждено, ущерб ≈590–790 млрд руб., более 400 тыс. пострадавших продавцов. Из этого следуют три вещи для госзакупок.

1. **Риск гибели товара несёт поставщик, чаще всего — МСП.** До приёмки заказчиком товар в риске продавца; маркетплейсы признали атаки форс-мажором, а добровольные компенсации получили менее четверти пострадавших, в среднем ~20% стоимости. Поставщик госзаказа либо заложит риск в цену, либо не пойдёт в сегмент — и то и другое бьёт по цели эксперимента.
2. **Страховка уже стала частью цены.** Новые тарифы на риск БПЛА — ≈3,7–4,2% годовых от стоимости товара (Wildberries + «Росгосстрах», Ozon + «Ингосстрах»), при прежней рыночной ставке 0,4–1,2%. При хранении 60 дней это ≈ +0,6–0,7% к цене поставки. Само по себе немного, но добавляется к комиссии (формула выше), а при отказе страховщиков риск становится нестрахуемым.
3. **Критерий «собственная логистика в 45 регионах» расходится с п. 20.6 Программы.** Он поощряет масштаб одного оператора, а не распределённую сеть. Новые условия РНПК (лимит 10 млрд руб. на событие) покрывают ущерб мегахаба масштаба Коледино (≈78 млрд руб.) лишь примерно на одну восьмую. Для школ это риск срыва снабжения именно в июле–августе, когда идёт подготовка к учебному году.

Дополнительные предложения (к таблице ниже):

- **Минфин (в постановление Правительства):** в условия допуска площадки - групповое страхование товаров поставщиков госсегмента на хранении с выплатой не позднее 30 дней либо письменное раскрытие отсутствия покрытия (п. 23.6 Программы, раздел 5 доклада).
- **Минфин:** разъяснить, что утрата товара при атаке на склад оператора не влечёт одностороннего расторжения и включения поставщика в РНП; допустить резервную доставку вне инфраструктуры оператора.
- **Минфин (совместно с Минпросвещения):** мониторинг сроков поставки по эксперименту в июле–сентябре 2027 г. как ключевой показатель промежуточной оценки.

Модель эффективного применения в Российской Федерации

Эксперимент эффективен, если полная стоимость закупки для бюджета (цена + доставка + труд заказчика) снижается, а конкуренция, доля МСП и безопасность товаров растут. У России для этого уже есть готовая государственная инфраструктура: ЕИС, каталог ЕККТ, реестр участников ЕРУЗ, реестр платформ по 289-ФЗ, маркировка «Честный знак», реестр сертификатов Росаккредитации и 226 тыс. ПВЗ. Задача — соединить их с маркетплейсами по единым правилам, а не строить новое.

Роли в гибридной модели

Участник	Роль	Вклад в эффективность
Государство (Правительство, Минфин, Казначейство)	Правила и допуск площадок, данные о сделках в ЕИС, ценовые ориентиры по ЕККТ	Бюджет не зависит от одной площадки, цены сравнимы
Маркетплейсы	Витрина, логистика, платежи, проверка карточек	Скорость и широта выбора для заказчика
Поставщики (в т.ч. МСП и самозанятые)	Конкуренция ценой и качеством	Вместо 2,44 заявки на торги — десятки предложений на позицию
Контроль (ФАС, Роспотребнадзор, Росаккредитация)	Конкуренция между площадками, безопасность детских товаров	Нет концентрации и опасной продукции
Отраслевые объединения и саморегулирование (МАРМП и др.)	Независимый мониторинг, сигналы о нарушениях, досудебные споры	Обратная связь от продавцов до итоговой оценки

Критерии эффективности (предлагаемые пороги для промежуточной оценки в июле 2027 г.)

Критерий	Показатель	Порог	Источник данных
Цена	Отклонение цены от медианы контрактов ЕИС по тому же коду ЕККТ	не выше 0% в среднем	ЕИС
Скорость	Срок от заказа до приёмки	≤ 10 календарных дней (Рязань: 8 дней)	ЕИС, данные площадок
Конкуренция площадок	HHI по объёму; доля крупнейшей	HHI < 2 000; доля ≤ 50%	ЕИС, ФАС
Конкуренция продавцов	Предложений на позицию перечня Минпросвещения	≥ 3 на каждой площадке	Данные площадок

Критерий	Показатель	Порог	Источник данных
МСП	Доля СМП в стоимости контрактов; доля поставщиков из региона заказчика	≥ 25% (как квота ст. 30 44-ФЗ); регион — наблюдение	ЕИС, ЕРУЗ
Безопасность	Карточки с подтверждённым сертификатом/декларацией	100%	Росаккредитация, «Честный знак»
Надёжность	Поставки в срок, в т.ч. в июле–августе	≥ 95%	ЕИС (даты приёмки)
Расчёты	Срок выплаты поставщику площадкой	≤ 7 рабочих дней для СМП (как по 44-ФЗ)	Данные площадок
Прозрачность	Сделки в ЕИС в стандартном формате	100%	ЕИС

Оценка эффекта. Главный рычаг - эффективная ставка издержек продавца на площадке. По формуле из раздела о рисках, снижение ставки с 30% до 15% удешевляет товар для заказчика на 17,6% (0,70 / 0,85 = 0,824). На каждые 100 млрд руб. закупок это ≈ 17,6 млрд руб. экономии бюджета. Расчёт иллюстративный: фактические ставки в госсегменте и его объём станут известны только после запуска. Дополнительно бюджет экономит труд заказчиков: в Рязани оформление занимает час вместо 7 дней.

Дорожная карта внедрения 2026–2028

дорожная карта · 3 этапа, 1 контрольная точка · предложение МАРМП

Этапы совпадают со сроком эксперимента по 278-ФЗ. Контрольная точка поставлена на июль 2027 г., чтобы решение о расширении опиралось на данные полугода и проверку сезона подготовки к учебному году. После 2028 г. это ложится в этап «Рост и экспансия» (2028–2030) Программы МАРМП.

Предложения МАРМП

МАРМП предлагает восемь мер, которые превращают эксперимент в эффективный инструмент госзаказа. Первые три стоит принять до утверждения перечня площадок (конец ноября — декабрь 2026 г.): после запуска менять условия допуска значительно сложнее. Детализация по адресатам — в следующем разделе.

1. **Допуск в обмен на обязательства перед поставщиками.** Публичный тариф для госсегмента, без принудительных скидок, защита данных продавцов, выплата СМП не позднее 7 рабочих дней, групповое страхование товаров на хранении; льготный тариф госсегмента не компенсируется ростом комиссий для остальных продавцов (тарифы раскрываются по категориям). Это механизм Партнёрского статуса (п. 23.5–23.6 Программы), открытый для любой площадки.
2. **Открытый реестр площадок.** Ежегодный пересмотр перечня; вместо собственной логистики в 45 регионах — гарантированная доставка, в т.ч. через Почту России и мультибрендовые ПВЗ. Это открывает вход региональным и нишевым площадкам (Разделы VII, XX).
3. **Безопасность детских товаров.** В госсегменте — только карточки с сертификатом или декларацией, автоматически сверенными с реестром Росаккредитации; площадка снимает карточки с недействительными документами.
4. **Данные и честная витрина.** Каждая сделка в ЕИС по единому стандарту (код ЕККТ, цена, СМП, происхождение, комиссия); для госзаказчика предложения ранжируются по цене с доставкой и сроку, без рекламы и самопредпочтения.
5. **Устойчивость поставок.** Резервная доставка вне инфраструктуры оператора; гибель товара при атаке на склад не ведёт к включению поставщика в РНП (доклад МАРМП от 29.09.2026, п. 20.6 Программы).
6. **Публичные критерии и контрольная точка.** Критерии из таблицы выше утвердить и опубликовать; в июле 2027 г. - независимая оценка. Расширение только при выполнении порогов и поэтапно: первым - здравоохранение (стандартные медицинские товары), затем культура, спорт и часть строительных закупок; услуги социальной сферы не раньше, чем их удастся формализовать.
7. **Контроль концентрации.** Ежеквартальный мониторинг ФАС (HHI, CR3); при доле одной площадки свыше 50% , проверка её условий для поставщиков.
8. **Подготовка поставщиков МСП.** Региональные программы по работе в госсегменте маркетплейсов (ЕРУЗ, УКЭП, документы соответствия) в рамках «Цифрового старта» (п. 7.3, Раздел XXI); ориентир — сопровождение МСП в Корее.

Что готова сделать МАРМП: участвовать в рабочей группе Минфина по эксперименту; собирать обратную связь поставщиков и ежеквартально публиковать «Индекс здоровья рынка» по госсегменту (п. 7.5 Программы); проводить обучение поставщиков в регионах.

Предложения адресатам

Детализация предложений МАРМП по адресатам: одиннадцать мер для доработки эксперимента до его расширения на другие отрасли. Большинство вводится постановлением Правительства или приказом Минфина без изменения закона.

#	Адресат	Мера	Мировой ориентир	Раздел Программы
1	Минфин (через постановление Правительства)	Дополнить критерии допуска обязательствами перед продавцами: публичный тариф для госсегмента, без принудительных скидок, защита данных продавцов	GSA 2024: критерии по малому бизнесу и цепочкам поставок	п. 23.6, Раздел IV
2	Минфин (через постановление Правительства)	Заменить «собственная логистика в 45 регионах» на «гарантированная доставка в заявленные регионы», в т.ч. через Почту России, СДЭК и мультибрендовые ПВЗ; разрешить региональный допуск	ЕС: DPS; Китай: провинциальные электронные магазины	Разделы VII, XX
3	Минфин	Опубликовать критерии успеха и назначить независимую промежуточную оценку к июлю 2027 г. — до решения о	США: оценка GAO по поручению Конгресса	Раздел XVIII

#	Адресат	Мера	Мировой ориентир	Раздел Программы
		расширении на здравоохранение, культуру, спорт		
4	Минфин (при подготовке законопроекта)	При продлении эксперимента или переносе в 44-ФЗ закрепить открытый допуск площадок с ежегодным пересмотром перечня, а не закрытый список на весь срок	Великобритания: dynamic markets	Разделы XVI, XXVI
5	Минфин (в условия допуска площадок)	Нормы проекта второго пакета поправок к 289-ФЗ (выплаты за 30 дней, равные условия) распространить на поставщиков госсегмента; для СМП — срок не дольше оплаты по 44-ФЗ	—	Разделы IV, XIX
6	Минфин	Стандарт выгрузки каждой сделки в ЕИС: код ЕККТ, цена, продавец, статус СМП, страна происхождения, комиссия площадки; открытая публикация	Открытый стандарт данных OCDS; США: учёт покупок у малого бизнеса	Разделы XVI, XVIII
7	Минфин	Ранжировать	GeM: ИИ-	Разделы IX, XVII

#	Адресат	Мера	Мировой ориентир	Раздел Программы
		предложения для госзаказчика по цене с доставкой и сроку, без рекламных позиций; ценовой ориентир — медиана контрактов ЕИС	выявление нерыночных цен и дефектных карточек	
8	Минфин	Вести отдельную статистику в сводном отчёте о мониторинге закупок: объём, доли площадок, доля СМП и региональных поставщиков, ценовое отклонение от ЕИС	GeM: ежегодная публичная статистика	п. 7.5 «Индекс здоровья рынка»
9	ФАС	Ежеквартальный мониторинг концентрации госспроса (HHI, CR3) и порог автоматической проверки условий площадки при доле > 50%	Германия: §19a GWB; ЕС: DMA	Раздел XVII
10	ФАС	Распространить новые полномочия по 289-ФЗ (блокировки, равные условия выдачи) на	Китай: запрет «выбери одного»	Разделы IV, XVII

#	Адресат	Мера	Мировой ориентир	Раздел Программы
		госсегмент и проверять самопредпочтение собственных товаров площадки		
11	Минфин	Контроль безопасности товаров для детей: в госсегменте показывать только карточки с номером сертификата или декларации (ТР ТС 007/2011, 025/2012 и др.), автоматически сверенным с реестром Росаккредитации и маркировкой «Честный знак» там, где она обязательна; обязанность площадки снимать карточки с недействительными документами	ЕС: Регламент о безопасности продукции 2023/988 (GPSR) — обязанности онлайн-маркетплейсов; GeM: ИИ-проверка карточек	п. 7.3 (реестр добросовестных продавцов), Раздел IX

Рассуждение и вывод

Вывод: эксперимент нужно продолжать, но не расширять в нынешнем виде. Оптимальная модель - гибридная: правила, данные и допуск остаются за государством, а частные площадки конкурируют как каналы продаж и логистики. Это тот же принцип «статус в обмен на обязательства», что и в Разделе XXIII Программы, но распространённый на любую площадку.

Аргументы «за». Транзакционные издержки падают кратно: в Рязани контракт за час вместо 7 дней, доставка за 8 дней вместо двух месяцев; по данным RWB, в обычных госзакупках доставка занимает более 30 дней (ComNews). Школа получает витрину с множеством предложений вместо 2–3 заявок на торги. Это прямой ответ на главную болезнь госзаказа — 72% несостоявшихся закупок с одной заявкой.

Аргументы «против». Конкуренция продавцов внутри площадки не равна конкуренции между площадками. Если площадок 2–3, их рента становится налогом на бюджет: при комиссии 25% цена выше на треть. Опыт США (96% у одной площадки) показывает, что без мер рынок концентрируется даже при нескольких допущенных игроках.

Альтернативы. Чисто государственная витрина по образцу GeM дешевле для бюджета, но в РФ не имеет логистики, сопоставимой с сетью 226 тыс. ПВЗ маркетплейсов. Чисто частная модель (нынешний эксперимент) быстрее, но рискует концентрацией. Гибрид сочетает плюсы обеих и опирается на уже созданные ЕИС, ЕККТ и реестр по 289-ФЗ.

Для Программы МАРМП. Эксперимент подтверждает направление п. 23.5 Программы. Следующий шаг — дополнить доступ к госзаказу встречными обязательствами площадок перед поставщиками (п. 23.6). Окно для предложений до утверждения перечня площадок (конец ноября — декабрь 2026 г.) и до решения о расширении на здравоохранение.

Источники

- Экономическая программа развития e-commerce 2026–2035, МАРМП (ред. v6 от 05.10.2026)
- 278-ФЗ от 04.08.2026 — gov-zakupki.ru
- Правительство утвердило постановление о маркетплейсах для госзакупок — РИА Новости, 03.10.2026
- «Битва за миллиарды. Какие из маркетплейсов прорвутся в госзакупки для школ» — ComNews, 06.10.2026 (комментарий МАРМП, данные по Рязани, RWB, комиссиям)
- Закупки через маркетплейсы по 44-ФЗ — Про-Абилити
- Закупки «с полки» через маркетплейсы — Финконт
- Маркетплейсы в госзакупках 2026 — Ростендер
- Закупки-2025: больше денег, меньше конкуренции — gkgz.ru
- Минфин предложил стандартизировать закупки малого объёма — «Коммерсантъ»
- Малые госзакупки переходят на маркетплейсы: опыт Рязанской области — «Коммерсантъ»
- Рынок b2b-маркетплейсов вырастет до 2 трлн руб. — «Коммерсантъ»
- Закупки российских товаров в 2025 г. — Интерфакс
- GAO-23-106128: GSA Commercial Platforms Program
- Amazon Business dominates GSA marketplace spend — OPI
- GSA announces new pool of commercial platforms, 27.03.2024
- GeM records ₹18.4 trillion GMV — Business Standard
- SMEs gain ground in procurement market — Korea Herald
- Минфин разъяснил закупки на маркетплейсах для школ и садов (письмо от 08.09.2026 № 24-01-09/78733) — ppt.ru

- Правительство утвердило постановление о маркетплейсах для госзакупок образовательных организаций — government.ru
- GeM announces reduction in its transaction charges — PIB, Правительство Индии

Доклад МАРМП «Кто застрахует инфраструктуру e-commerce, если не страховой рынок» (сентябрь 2026 г., адресаты - Банк России и Комитет Совета Федерации по экономической политике) — цифры ущерба, тарифов и условий РНПК в разделе об устойчивости поставок приведены по нему.

Также использованы: Регламент ЕС 2023/988 о безопасности продукции, приказ ФАС России от 28.04.2010 № 220.

Об авторе

Алексей Николаевич Молодых - генеральный директор МАРМП, автор Экономической программы развития e-commerce России 2026–2035. В разное время занимал должность председателя совета директоров в трёх крупных государственных научно-исследовательских институтах России, в том числе в организациях, основанных в 1927, 1932 и 1951 годах. Выпускник Академии народного хозяйства при Правительстве РФ (MBA, международный бизнес).

Экономическая программа развития e-commerce России 2026–2035 зарегистрирована в репозитории Zenodo (ЦЕРН): DOI 10.5281/zenodo.20591462; препринт: DOI 10.5281/zenodo.21356534; OSF: DOI 10.17605/OSF.IO/9K4VG. Научная статья «Экономическая программа развития e-commerce в условиях реального времени» опубликована в журнале «Управление качеством» (2026, № 1; DOI 10.33920/pro-01-2601-10). SPIN-код автора в РИНЦ: 3427-5767.