

УДК 339.16.012.23

ЭЛЕКТРОННЫЕ ТОРГОВЫЕ ПЛОЩАДКИ В ЛОГИСТИКЕ
ELECTRONIC SALES IN LOGISTICS

Грудинская У.А., Зданович В.В.

Научный руководитель – Гамзюк О.В., ассистент
Белорусский государственный экономический университет,
г. Минск, Беларусь

grudinskayaul03@mail.ru, zdanovich.vika1003@gmail.com

U. Grudinskaya, V. Zdanovich

Supervisor – Gamzук O., Assistant

Belarussian state economic university, Minsk, Belarus

Аннотация. В данной статье изучены особенности функционирования электронных торговых площадок, в том числе белорусских, и их влияние на логистику.

Abstract. This article examines the features of the functioning of electronic trading platforms, including Belarusian ones, and their impact on logistics.

Ключевые слова: логистика, электронные торги, торговые площадки.

Key words: logistics, electronic trading, trading platforms.

Введение.

Пандемия и удаленная работа стали драйвером цифровизации транспортно-логистической отрасли. Электронные торги сегодня – это современный способ торговли между сторонами электронного взаимодействия: организаторами заказа (заказчиками) на поставку товаров или услуг и участниками размещения заказа (поставщиками), и осуществляемый на специализированных торговых площадках, размещенных в сети Интернет, регулируемый нормами государственного законодательства. Участниками электронных торгов могут быть органы государственной власти, коммерческие организации, физические лица. Как правило, проведение электронных торгов обеспечивают электронные торговые площадки (ЭТП) [1].

Основная часть.

По состоянию на январь 2021 года 95% всех перевозок ведущих логистических компаний оформляется при помощи электронной торговой площадки, основной задачей которой является оптимизация взаимодействия с партнерами-грузоперевозчиками. При этом трудозатраты логистов компаний снизились на 40%.

На ЭТП пользователей обеспечивают следующим сервисом: авторизация участников; создание и поддержка фирменных каталогов; поиск продавцов, покупателей, материально-технических ресурсов (МТР); проведение тендеров, аукционов и других видов конкурсов в режиме on-line; маркетинговый и конъюнктурный анализ; предконтрактная и контрактная подготовка; проведение оплат поставщикам и контроль поставок. Торговая площадка фактически предоставляет все функции, необходимые для обеспечения сбыта и снабжения. Таким образом, место на торговой площадке представляет собой автоматизированное рабочее место (АРМ) специалиста по сбыту или снабжению.

Работа на торговой площадке является, как правило, платной. Причем на некоторых торговых площадках взимается комиссия от проводимых операций (транзакций). На других площадках доступ оплачивается фиксированной суммой, не зависящей от проводимых операций. При этом стоимость работы на торговой площадке несопоставимо ниже стоимости создания своего Internet-магазина или своей электронной службы снабжения.

Выделим преимущества работы на электронных торговых площадках для экспортеров и импортеров:

- прозрачность и открытость процесса торгов, исключаящие работу недобросовестных сотрудников со «своими» фирмами-поставщиками и неценовые методы ведения конкурентной борьбы, а также наличие равных возможностей у всех участников конкурсных торгов;

- отсутствие необходимости онлайн-присутствия представителей экспортера и импортера, когда мобильное участие в торгах доступно из любой точки мира;

- сокращение транзакционных издержек по сравнению с экспортом по схемам традиционной торговли.

В то же время, при работе на электронных торговых площадках существуют и определенные риски, которые можно разделить на технологические и коммерческие риски. К технологическим рискам относятся некачественная связь провайдера, вероятность взлома средств криптозащиты и внутренней атаки на базы данных торговых площадок, утечка конфиденциальной информации и т.д. Для импортеров существуют коммерческие риски несоответствия качества продукции и утраты доверия к экспортеру, отсутствия доступа к послепродажному обслуживанию, расхождения контрактной цены с рыночными показателями и др. Коммерческими рисками для экспортера являются потеря контроля над ценообразованием, возможная конкуренция со стороны посредников, усложнение логистики, снижение прибыли и добавленной стоимости.

Затрагивая наши реалии, можно проследить эффективность работы электронной торговой площадки на примере иностранных компаний, таких как B2B-Center, Ticontract.

B2B-Center – российская ИТ-компания, которая занимается разработкой программного обеспечения для корпоративных закупок и продаж. Основным продуктом компании – одноименная электронная торговая площадка. Главный офис компании расположен в Москве, офисы также есть в Минске, Брянске. B2B-Center – основной игрок рынка электронных торгов, ведущая интернет-площадка для корпоративных закупок и продаж, одна из крупнейших интернет-компаний России, которой уже 15 лет. Их основным продуктом пользуются более 300 000 компаний из более 100 стран мира. B2B-Center развивает собственную электронную торговую площадку, в том числе с использованием технологии искусственного интеллекта. На ней ежедневно проводится свыше 6500 торгов – это коммерческие тендеры и закупки госкомпаний [2].

Среди недостатков российских электронных торговых площадок можно выделить низкий уровень технической подготовленности площадок и их пользователей, недостаточный уровень взаимного доверия партнеров по сделкам.

Ticontract - конкурсная площадка для заключения логистических контрактов. Ticontract помогает ускорить и структурирует проведение транспортных тендеров. Электронная закупка транспортных услуг

обеспечивает поиск в интернете поставщиков логистических услуг и снижение административной нагрузки. Технология Ticontract предназначена для электронного поиска поставщиков и упрощает информационное взаимодействие с участниками тендеров, экономит время. Все участники тендеров постоянно информируются, нет нужды в запросах, проведение транспортных тендеров проходит ровно [3].

Что касается Беларуси, были утверждены электронные торговые площадки для государственных закупок товаров, работ, услуг. Как сообщает пресс-служба правительства, соответствующее постановление Совета министров №395 подписано 15 июня 2019 г. [6].

Согласно документу, электронными торговыми площадками для проведения на них открытых конкурсов, электронных аукционов и процедур запроса ценовых предложений являются электронная торговая площадка Национального центра маркетинга и конъюнктуры цен и электронная торговая площадка Белорусской универсальной товарной биржи.

Национальный центр маркетинга и конъюнктуры цен располагает сплоченной командой профессионалов – компетентных специалистов в области внешнеэкономической деятельности, менеджмента и маркетинга, высокотехнологичной базой для выполнения работ. В структуре предприятия действуют филиалы в гг. Бресте, Витебске, Гомеле, Гродно, Лиде и Могилеве. Также центр сотрудничает с загранучреждениями Республики Беларусь, отраслевыми и региональными органами государственного управления по вопросам внешней торговли, изучения зарубежных рынков, выработки внешнеэкономической стратегии, взаимодействия с торговыми партнерами и т.п. [4].

Госзакупки с применением биржевых торгов проводятся на товарной бирже (Белорусская универсальная товарная биржа). Услуги организатора по проведению процедур госзакупок оплачиваются заказчиками или участниками таких процедур (кроме случая, когда организатором выступает госорган), а услуги оператора электронной торговой площадки - участниками таких процедур. При этом плата за данные услуги определяется организатором, оператором электронной торговой площадки исходя из размера их экономически обоснованных затрат (при рентабельности не более 5%).

Заключение.

Таким образом, основным преимуществом системы электронных торгов является экономия времени, а также минимизация и упрощение документооборота. Также стоит учитывать короткие сроки проведения подобных процедур и экономии средств на организацию. Все вышесказанное говорит о приоритетном влиянии электронных торгов на экономику, в частности, на развитие конкуренции, экономии бюджетных средств и публичность информации. Однако не стоит недооценивать трудностей их внедрения. Создатели площадок должны четко понимать, какие потребности своих потенциальных клиентов они смогут удовлетворить, какие преимущества в сравнении с традиционными методами торговли они могут предоставить пользователям, насколько сами пользователи готовы адаптироваться к новым технологиям ведения бизнеса.

Литература

1. Что такое электронные торги / Альфа Софт [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://alfav.ru/>. Дата обращения: 04.11.2021.
2. B2B-center. Официальный сайт [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.b2b-center.ru/>. Дата обращения: 04.11.2021.
3. Ticontract: закупка транспортных услуг эффективно и просто [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.transporeon.com/ru/onas/ticontract/>. Дата обращения: 04.11.2021.
4. Официальный сайт Национального центр маркетинга и конъюнктуры цен [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://ncmps.by/>. Дата обращения: 04.11.2021.
5. Электронные площадки торгов. Автоматизация документооборота, учета и управления в любых отраслях [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.abt.ru/info/articles/osvaivaem-ploshchadk>. Дата обращения: 04.11.2021.
6. Постановление Совета министров Республики Беларусь 15 июня 2019 г. № 395 «О реализации Закона Республики Беларусь «О внесении изменений и дополнений в Закон Республики Беларусь «О государственных закупках товаров (работ, услуг)» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.government.by/ru/solutions/3585>. Дата обращения: 05.11.2021.

Представлено 05.11.2021