

УДК 339.16.612.32:004

ВОЗМОЖНОСТИ И ОСОБЕННОСТИ ТОРГОВЫХ ИНТЕРНЕТ-ПЛОЩАДОК

студент гр. 103222 Дударчик А.С.

Научный руководитель - ст. преп. Лавренова О.А.

Белорусский национальный технический университет

Минск, Беларусь

Актуальность развития систем электронной торговли в секторе В2В для Республики Беларусь обусловлена не только необходимостью решения проблемы сбыта продукции, но и высокой эффективностью электронных технологий. Формированию цивилизованного, прозрачного, высокоорганизованного рынка во многом способствует внедрение торговых В2В интернет-площадок.

Торговые В2В интернет-площадки объединяют в одном информационном и торговом пространстве компании покупателей и продавцов. Как эффективный бизнес-инструмент интернет-площадка обеспечивает участникам возможность круглосуточной работы, глобализацию с минимальными инвестиционными вложениями, выступает как дополнительный низкокзатратный канал сбыта [1]. Компании-участники В2В торговых интернет-площадок получают ряд существенных преимуществ, ключевыми из которых являются: снижение издержек и рост доходов. Минимизация издержек для компании-продавца связана с возможностью адекватной оценки складских запасов, повышением точности прогноза сбыта, а для покупателя – с повышением качества выбора поставщиков при проведении закупок.

Для компаний-продавцов дополнительными преимуществами являются: быстрый поиск торгов; экономия средств на рекламе; прозрачность и открытость процесса продаж; честная конкуренция, исключая неценные методы ведения борьбы; участие в торгах без географических ограничений; снижение стоимости управления заказами; упрощенный документооборот и делопроизводство.

С точки зрения модели организации торгов В2В интернет-площадки делятся на 3 группы: сайты-каталоги, аукционы и биржи. Сайты-каталоги расширяют торговое пространство продавцам, повышают эффективность доступа к ним покупателей. Электронные аукционы изначально являлись типичным примером торгов в сек-

торе С2С, обеспечивая взаимодействие частных лиц. Для сектора В2В аукционы позволяют компаниям осуществлять оптовые закупки по сниженным ценам, для продавцов сокращают время оборота запасов и обеспечивают доступ к новым рынкам сбыта. Сайты-биржи позволяют компаниям участвовать в публичных торгах, обеспечивают прозрачное и объективное ценообразование.

Анализ проведения электронных торгов на крупнейшей белорусской площадке – Белорусской универсальной товарной бирже (БУТБ, <http://www.butb.by/>) свидетельствует о том, что в настоящее время БУТБ является одной из крупнейших товарных бирж не только в Республике Беларусь, но и в Восточной Европе. Это подтверждается фактом участия в торгах значительного количества иностранных компаний. С 2003 года и по состоянию на 31.12.2013 на БУТБ зарегистрировано 12975 компаний, в том числе 2774 нерезидента из 56 стран мира [3].

По данным [2] дополнительная выручка и финансовые средства резидентов Республики Беларусь, сэкономленные за счет роста экспортных и снижения закупочных цен на торгах БУТБ в 2012-2013 составили 1039,80 млрд белорусских рублей.

Вместе с тем, проведенный сравнительный анализ функциональных возможностей белорусских и зарубежных В2В интернет-площадок показывает, что зарубежные интернет-площадки предоставляют заинтересованным пользователям большой объем информации, в том числе аналитической и обучающей, что несомненно способствует увеличению числа участников интернет-площадок и расширению рынка электронной торговли.

Литература

1. E-marketplaces или виртуальные торговые площадки. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.e-commerce.ru/biz_tech/implementation/ b2b/ emarketplaces.html
2. Биржевой бюллетень № 1 (34) / ОАО «Белорусская универсальная товарная биржа» / январь 2014.
3. Статистика. Регулирование закупок. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://economy.gov.by/ru/regulation-public-procurement/statistika>.