

Организационные модели B2B торговых интернет-площадок

Лавренова О. А., Дударчик А.С.

Белорусский национальный технический университет

B2B торговые интернет-площадки представляют собой веб-сайты, формирующие торговое пространство для контрагентов сектора B2B, и являются инструментами для осуществления торгово-закупочной деятельности в сети интернет. Торговая интернет-площадка объединяет решения для продавцов и покупателей: от делового взаимодействия до интеграции с бизнес-процессами участников, обеспечивает условия для заключения и сопровождения сделок, минимизируя временные и материальные издержки. Анализ показывает, что в настоящее время существуют различные подходы к классификации B2B-торговых Интернет-площадок: по признаку специфики деятельности и специализации, отраслевой принадлежности, по признаку создания и управления. С позиции модели организации взаимодействия контрагентов все B2B-торговые Интернет-площадки делятся на три группы: каталоги, аукционы и биржи. Все они расширяют торговое пространство и повышают эффективность доступа к нему для предприятий – продавцов и покупателей. Сайты-каталоги предназначены для консолидации спроса покупателей и предложений продавцов. Покупатели получают возможность сравнивать продукцию по нескольким параметрам, выбирая наиболее значимые для конкретной закупки. Сайты-аукционы для сектора B2B в основном предназначены для ликвидации предприятиями излишков продукции. Цена на продукцию устанавливается покупателями непосредственно во время торгов. Предприятия-покупатели имеют возможность осуществлять оптовые закупки по ценам ниже среднерыночных. Сайты-биржи позволяют предприятиям участвовать в электронных торгах, обеспечивая открытость процесса биржевых торгов при полной анонимности их участников. Цены на товар формируются на основе фактических спроса и предложения, в прямой зависимости от рыночной конъюнктуры. Предприятия-продавцы получают возможности реализовать излишки продукции по рыночным ценам и снижать издержки на реализацию. С точки зрения создания и управления «независимые» интернет-площадки, создаваемые не продавцами или покупателями, а третьей стороной – посредником, являются наиболее безопасными при совершении и сопровождении сделок, снижают риски недобросовестного взаимодействия продавцов и покупателей, несоответствия качества поставляемой продукции, несвоевременной оплаты или поставки.