

УДК 658.8

МЕСТО ТОРГОВЫХ ИНТЕРНЕТ-ПЛОЩАДОК В ТОВАРОПРОВОДЯЩЕЙ СЕТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Студент гр.10302112 Дударчик А.С.

Научный руководитель – канд. техн. наук, доц. Глубокий С.В.

Белорусский национальный технический университет

Минск, Беларусь

В условиях жесткой конкуренции создание товаропроводящей сети (ТПС) является залогом эффективности ведения бизнеса. К традиционным формам ТПС относятся прямой или самостоятельный сбыт (без посредников), сбыт через посредников и комбинированный (совместный) сбыт. Однако у предприятий по разным причинам возникает проблема невозможности быстрой наладки эффективной ТПС. Решить эту проблему можно с помощью инструментов сети Интернет, развитие которого вносит существенные изменения в современный взгляд на средства взаимодействия предприятий и их клиентов, так как он объединяет в себе интерактивный характер коммуникации и возможность персонализации взаимодействия. Ресурсы и сервисы сети Интернет способствуют низкозатратной реализации продукции, способствуют изучению спроса и существующих товарных рынков, а также являются эффективным и доступным инструментом рекламы. Министерство торговли Республики Беларусь называет электронную торговлю «одним из наиболее эффективных методов, позволяющих с минимальными затратами наращивать экспорт и диверсифицировать рынки сбыта. Это содействует продвижению продукции и дополняет возможности одноканальных схем экспорта» [1]. Работа на площадках может быть эффективным альтернативным инструментом экспортного продвижения производимых товаров и услуг, способствовать повышению эффективности работы отдела сбыта и маркетинга по продвижению на внешние рынки [2].

Формированию эффективной ТПС предприятия способствует внедрение торговых интернет-площадок (ТИП), которые представляют собой веб-сайты (интернет-порталы), формирующие торговое пространство для контрагентов сектора В2В (бизнес для бизнеса), и являются инструментами для осуществления торгово-закупочной деятельности в сети Интернет. В условиях глобализации ТИП при-

обретают большое значение, поскольку позволяют оперативно и без лишних затрат находить контрагентов из любой точки мира, недоступных через традиционные каналы продаж, и также быстро и надежно заключать контракт на поставку продукции. Разработанный механизм покупки и продажи на ТИП позволяет проводить транзакции в режиме реального времени и осуществлять полный комплекс торгово-закупочных мероприятий без географических и временных ограничений. Площадки делают возможным безопасный электронный документооборот, построенный с использованием сертифицированных средств криптографической защиты информации.

ТИП в форме сайтов-каталогов могут использоваться представительство организации. Сайт-каталог AllBiz.by предлагает своим клиентам создать веб-представительство, где будет размещена информация о предприятии (когда было создано, цель предприятия), контактные данные (телефон, факс, сайт, e-mail, адрес), товары, которые оно предлагает, и их группы, услуги, предоставляемые предприятием, схема проезда. Оформление такого веб-представительства на сайте AllBiz возлагается на усмотрение предприятия. Оно может повторять дизайн сайта предприятия. Также своим пользователям каталог AllBiz предоставляет возможность отслеживания географии контрагентов, предоставляет ежедневную статистику о количестве посещений представительства компании на AllBiz в личном кабинете. Организация может проследить, через какую поисковую систему пришли к ней ее контрагенты, посещение по страницам и регионам. Такая статистическая информация в будущем может помочь в вопросах совершенствования сайта предприятия. На сайте AllBiz.by за предприятием может быть закреплён персональный менеджер, который следит за ним и осуществляет коммуникации между предприятием и его руководителем, а также решает все возникающие проблемы и отвечает на все вопросы [3].

К ТИП также относятся сайты-биржи – анонимные торговые площадки, позволяющие производителям осуществлять куплю-продажу товаров на рынке немедленной поставки и платежа. Биржевые торги обеспечивают более широкое привлечение покупателей и продавцов, как с внешнего рынка, так и с внутреннего. Значительное количество биржевых сделок и география биржевой торговли сделали биржу важным инструментом ТПС.

Стоит отметить площадку ByExport.com, предназначенную для продвижения продукции белорусских предприятий, расширения их рынков сбыта, увеличения доли экспорта. Продвижение осуществляется с помощью таких инструментов интернет-маркетинга, как SEO-продвижение, работа с социальным трафиком, контекстная реклама, продвижение на значимых бизнес-порталах, промо в СМИ, а также путем посещения выставок и развития сети представителей на территории стран-импортеров [4].

Существует два способа внедрения торговых B2B-интернет-площадок на предприятии: создание собственной ТИП или присоединение к уже существующим. Для небольших компаний более выгодно пользоваться уже существующей площадкой, а более крупным предприятиям целесообразно создание собственной торговой интернет-площадки. Собственная ТИП защищена от утечки информации конкурентам, а также ее можно проинтегрировать с корпоративными программными продуктами, учетными, бухгалтерскими системами (например, 1С, SharePoint и т.п.) и бизнес-процессами. Собственная ТИП способствует увеличению прибыли и продаж предприятий за счет открытия новых каналов сбыта. Многие платформы для создания собственных ТИП способствуют увеличению прибыли и продажи за счет работы с ранее не охваченными категориями покупателей, поскольку обработка заказов может быть полностью автоматизирована.

Так, например, собственная ТИП, созданная на платформе [Agoga](http://Agoga.com), поможет клиентам предприятия значительно сократить операционные расходы, связанные с управлением закупками и оформлением заказа. Платформа [Agoga](http://Agoga.com) обладает возможностями, необходимыми для быстрого запуска эффективных B2B-систем: порталов поставщиков, торговых площадок, интернет-магазинов и систем управления товарным контентом [5]. B2B-портал поставщика автоматизирует прием и обработку оптовых заказов и документооборот по ним, круглосуточно поддерживает клиентов, предоставляет им цифровые каталоги и цены, адаптированные под клиентов. Каталог позволяет просматривать товары поставщика с действующими остатками на складе (синхронизируются с системой поставщика в режиме реального времени) и персональными ценами. Основная цель платформы для создания торговых площадок [Agoga](http://Agoga.com) – объединение множества поставщиков с контрагентами (клиентами, диле-

рами, дистрибьюторами) в едином торговом пространстве. Покупателям каталог поставщиков позволяет искать поставщиков и анализировать их условия работы. В кабинете покупателя можно найти поставщика и забронировать его товар. Для взаимодействия со сторонними площадками Агога предоставляет инструмент регулярной выгрузки товарного контента и товарных остатков в формате требуемого сервиса (интеграция с Ebay, ЯндексМаркет). Предприятие-продавец может загружать товары в торговую площадку, подключать к Агога учетную систему (1С) для автоматизированной выгрузки товарных предложений, остатков и цен, принимать и обрабатывать заказы от покупателей.

Электронная торговля посредством торговых B2B-интернет-площадок имеет важное значение для промышленных предприятий Беларуси. Имея выгодное географическое положение, предприятия республики могут эффективно взаимодействовать как с европейскими компаниями, так и осваивать азиатские рынки.

Литература

1. Министерство торговли Республики Беларусь: эффективный метод наращивания экспорта и диверсификации рынков сбыта. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.belta.by/economics/view/mintorg-elektronnaja-torgov-lja-effektivnyj-metod-naraschivaniya-eksporta-i-diversifikatsii-rynkov-sbyta-155325-2015>. Дата доступа: 12.01.2017.
2. Электронные торговые площадки. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://mogilev-region.gov.by/page/elektronnye_torgovy_e_ploshchadki. Дата доступа: 12.01.2017.
3. Бизнес-портал Беларуси. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.by.all.biz/>. Дата доступа: 12.01.2017.
4. Вуехпорт.com познакомит мир с белорусскими товарами. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://naviny.by/gubrics/economic/2016/01/25/ic_articles_113_190800. Дата доступа: 12.01.2017.
5. Centrobit. Платформа B2B коммерции. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://centrobit.ru/>. Дата доступа: 12.01.2017.