

P.P. Taburchak, A.P. Taburchak, I.L. Kornilova
THE DEVELOPMENT OF ELECTRONIC TRADING
PLATFORMS IN THE RUSSIAN MARKET

Petr Taburchak – Head of the Management and Marketing Department, Saint-Petersburg State Institute of Technology (Technical University), Doctor of Economics, Professor, Honoured Worker of Science of the Russian Federation, Saint-Petersburg; **e-mail: frid4141@mail.ru**.

Aleksey Taburchak – Head of the Department of Business Informatics, Saint-Petersburg State Institute of Technology (Technical University), Doctor of Economics, Professor, Saint-Petersburg; **e-mail: frid4141@mail.ru**.

Irina Kornilova – Senior lecturer at the Department of Finance and Statistics, Saint-Petersburg State Institute of Technology (Technical University), PhD in Economics, Associate Professor, Saint-Petersburg; **e-mail: economics_faculty@tehnolog.edu.ru**.

The article focuses on specifics of creation and development of e-commerce in business environment and in the context of government contracting services by means of implementation of e-commerce technologies. Electronic Trading Platform (ETP) is a complex of information and technical solutions enabling customers and sellers to cooperate electronically at all stages of conclusion of a deal. Corporate portals in Russia not only successfully promote for extension of B2B on line trade but also have covered B2G segment.

The authors have defined the lines of development and basic trends of e-commerce in the Russian market with the conclusions drawn having been tested in the training process.

Keywords: *electronic trading platform; B2B business-models; B2G business-models; electronic auction; information portal; ERP solution for enterprises.*

П.П. Табурчак, А.П. Табурчак, И.Л. Корнилова
РАЗВИТИЕ ЭЛЕКТРОННО-ТОРГОВЫХ ПЛОЩАДОК
НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ

Петр Павлович Табурчак – зав. кафедрой менеджмента и маркетинга Санкт-Петербургского государственного технологического института (технического университета), доктор экономических наук, профессор, Заслуженный деятель науки РФ, г. Санкт-Петербург; **e-mail: frid4141@mail.ru**.

Алексей Петрович Табурчак – зав. кафедрой бизнес-информатики Санкт-Петербургского государственного технологического института (технического университета), доктор экономических наук, профессор, г. Санкт-Петербург; **e-mail: frid4141@mail.ru**.

Ирина Леонидовна Корнилова – доцент кафедры финансов и статистики Санкт-Петербургского государственного технологического института (технического университета), кандидат экономических наук, доцент, г. Санкт-Петербург; **e-mail: economics_faculty@tehnolog.edu.ru**.

В статье рассматриваются особенности формирования и развития электронной коммерции в бизнесе и в системе государственных закупок с применением технологий электронных торгов. Электронная торговая площадка (далее – ЭТП) – комплекс информационных и технических решений, обеспечивающий взаимодействие покупателя (заказчика) с продавцом (поставщиком) через электронные каналы связи на всех этапах заключения сделки. Корпоративные порталы в России успешно способствуют распространению не только B2B-торговли в режиме онлайн, но и начинают активно работать в сегменте B2G. Авторами статьи выделены направления развития и основные тенденции формирования электронной коммерции на российском рынке. Сделанные выводы прошли апробацию в учебном процессе.

Ключевые слова: *электронная торговая площадка; бизнес-модели B2B; бизнес-модели B2G; электронные аукционы; информационный портал; ERP-системы управления ресурсами предприятия.*

Совершенно очевидно, что основой любой торговли являются отношения покупателя и продавца. Современные электронные торговые площадки (далее – ЭТП), позволяющие успешно решать проблемы бизнес-модели B2B – «Бизнес для Бизнеса» – становятся все более популярными на российском рынке. Количество продаж, осуществляемое через ЭТП, неуклонно растет. В настоящее время электронные торги могут выполнять различные функции. Это может быть как сбор информации о закупочной деятельности, так и проведение электронных аукционов. Огромное влияние на развитие электронных площадок оказало то, что электронные аукционы были законодательно определены для размещения государственных заказов. Это привело к стремительному росту разработок в сегменте B2G – «Бизнес для Государства». Так как программное обеспечение для проведения электронных аукционов как коммерческих, так и государственных разрабатывают практически одни и те же специалисты, это повлияло и на развитие B2B-порталов, или электронных торговых площадок (ЭТП).

В сущности, любой интернет-ресурс, на котором заключаются сделки, можно считать ЭТП. Главная задача ЭТП – упростить общение между поставщиками и покупателями независимо от их отраслевой принадлежности, нахождения и размера. На данный момент функционируют три основных типа ЭТП.

Во-первых, это, так называемые, BUYER-DRIVEN. Такие площадки создают и поддерживают компании-покупатели для привлечения большого числа компаний-поставщиков. Это позволяет компаниям-покупателям расширить торговые контакты и сети поставок, что в конечном итоге оптимизирует процесс закупок.

Во-вторых, это SUPPLIER-DRIVEN ИЛИ SELLER-DRIVEN. В этом варианте ЭТП создают и обслуживают компании-продавцы. Понятно, что такие ЭТП создаются для создания и развития каналов сбыта продукции. Такие площадки обыч-

но создаются крупными компаниями или объединениями, заинтересованными в рынках сбыта компаний.

В-третьих, это THIRD-PARTY-DRIVEN. Площадки, создаваемые посредниками. Очевидно, что главная задача посредников – помочь покупателю и продавцу найти друг друга. Это самый многочисленный тип ЭТП. Такие площадки бывают отраслевые и многоотраслевые. Они функционируют не только в сегментах B2B и B2G, но могут также работать и в сегментах B2C – «Бизнес для Потребителя» и C2C «Потребитель для Потребителя».

Различают ЭТП с разными моделями взаимодействия участников сделки. Например, для продаж по каталогам в основном используют модели с фиксированными ценами, а для биржевой или аукционной торговли используют модель динамического ценообразования. Функционируют ЭТП, которые могут предоставлять сразу несколько типов взаимодействия, в этом случае выбор модели осуществляется потребителем.

Как уже упоминалось ранее, по фиксированным ценам работают онлайн-каталоги. В этом случае потребители могут сравнивать товар по различным параметрам. Каталоги позволяют потребителю познакомиться с большим количеством предложений от поставщиков. Для каталогов характерно большое количество небольших фирм, которые часто проводят сделки с недорогими товарами.

Аукционы в основном используются для проведения электронных закупок на тендерной основе. Цены на таких ЭТП устанавливаются во время торгов. Динамическое ценообразование используется также на ЭТП типа биржи. В этом случае цены быстро меняются в зависимости от спроса и предложения. ЭТП типа биржи позволяет регистрировать и проводить сделки в режиме реального времени, а также определять рыночные цены. В Сети функционируют огромное количество информационных порталов. Это и списки вакансий, и доски объявлений, и экономические новости, и т.д. и т.п. Однако к

ЭТП относят только те порталы, которые выполняют функции электронного каталога, аукциона или биржи.

Итак, подводя итог, можно сказать, что электронные торговые площадки значительно облегчают сотрудничество покупателей и продавцов и приносят им реальную выгоду. Предоставляемая ЭТП информация – это прогнозы спроса и предложения, отчеты об уровне запасов в различных звеньях сквозной цепочки поставок, а также оценки воздействия стоимости фьючерсных контрактов и других опционов на определенные поставки.

В то же время следует учитывать, что эффективность ЭТП во многом зависит от того, как активно ей пользуются участники рынка. Если фирмы используют портал просто для того, чтобы размещать свои объявления, а не ищут партнеров в бизнесе, то результат работы портала не принесет существенной выгоды. Кроме того, следует учесть, что современные разработки ЭТП, к сожалению, не приспособлены для управления отношениями между компанией и ее дилерами или дистрибьюторами. Решением этой проблемы может быть создание крупными фирмами собственных площадок, которые будут работать с сетью дистрибьюторов или дилеров. При разработке таких ЭТП следует учитывать, что необходимо обеспечить полноценную интеграцию с информационными системами компании. Любая современная компания использует в своей деятельности бухгалтерские информационные системы, ERP-системы управления ресурсами предприятия, и др. Современные ERP-системы позволяют предприятию планировать потребности в материалах и комплектующих, определять сроки и объемы поставок, которые обеспечат выполнение плана. Возможность регулирования наличия продукции, как излишков, так и дефицита, позволяет снизить издержки на ее хранение. Задачи регулирования процесса производства, реагирования на изменение спроса, оптимизации бизнес-процессов фирмы, сокращения затрат, контроля поставок и качества обслуживания клиентов – также могут быть решены в рамках функционирования

ERP-систем. Именно поэтому интеграция работы портала с работой информационных систем управления производственной компанией просто необходима. Разрабатывая портал сегмента B2B, можно не только автоматизировать торгово-закупочную цепочку компании, но и внедрить систему тендеров и аукционов. Особенно удобно использование B2B-портала для фирм дальних регионов, расположенных в других часовых поясах. Таким образом, корпоративные порталы сегмента B2B позволяют повышать качество торгово-закупочной деятельности и снижать затраты.

Особое внимание хотелось бы обратить на системы государственных закупок. В 2016 году открыта Единая информационная система (ЕИС) в сфере закупок (www.zakupki.gov.ru). Это основной портал, на котором функционирует система государственных закупок в нашей стране. Ее деятельность законодательно закреплена п. 9 ст. 3 Федерального закона от 05.04.2013 г. № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд». Кроме того, она определена постановлением Правительства от 30 сентября 2014 г. № 996 «О распределении полномочий между Министерством экономического развития и Федеральным казначейством при создании ЕИС», а также от 23 января 2015 г. № 36 «О порядке и сроках ввода в эксплуатацию ЕИС».

Главная цель создания этой информационной системы – сделать процессы закупок от их планирования до исполнения контрактов более прозрачными. Вся информация этой системы является открытой, достоверной, полной и предоставляется бесплатно. Разработало эту систему Минэкономразвития России. Ответственным за разработку и эксплуатацию системы является Федеральное казначейство. Эта система позволяет автоматизировать процесс закупок от размещения объявления до подведения итогов и исполнения контракта. Данные, вносимые в систему, обрабатываются автоматически, также автоматически формируется вся отчетность о ее работе. Весь документооборот

находится в открытом доступе. Ее создание обусловило, в конечном счете, создание единого информационного пространства в системе госзакупок, так как она связана с другими региональными информационными электронными площадками. С 1 января 2017 года на этом портале будут размещены все планы и графики государственных закупок.

Таким образом, можно смело сказать, что корпоративные порталы в России успешно способствуют распространению не только B2B-торговли в онлайн, но и начинают активно работать в сегменте B2G.

Традиционный формат общения с партнерами по бизнесу плавно переходит к электронному обороту информации и документов, и другой путь уже невозможен.

ЛИТЕРАТУРА

1. Доротин С.Н., Рыхтикова Н.А., Васильев А.О. Госзакупки. Законодательная основа, механизмы реализации, риск-ориентированная технология управления. М.: Форум, 2012. 232 с.

2. Рассел Дж., Кох Р. Электронная торговая площадка. М: VSD, 2013. 104 с.