

ЭЛЕКТРОННЫЕ ОПТОВЫЕ УСЛУГИ: ПРЕИМУЩЕСТВА И ПЕРСПЕКТИВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ

Рубан Ольга Викторовна

кандидат экономических наук
доцент кафедры торгового дела и маркетинга
Сибирский федеральный университет

Ruban Olga Victorovna

candidate of economic Sciences
associate Professor of the Trade Business and
Marketing Department
Siberian Federal University
Krasnoyarsk, Russia
farafa@mail.ru

Волошин Андрей Владимирович

кандидат экономических наук
доцент кафедры торгового дела и маркетинга
Сибирский федеральный университет

Voloshin Andrey Vladimirovich

candidate of economic Sciences
associate Professor of the Trade Business and
Marketing Department
Siberian Federal University
Krasnoyarsk, Russia
a_voloshin2010@hotmail.com

Суслова Юлия Юрьевна

доктор экономических наук, профессор
заведующий кафедрой торгового дела и
маркетинга
Сибирский федеральный университет

Suslova Julia Jur'evna

doctor of Economics, Professor
head of the Trade Business and Marketing
Department
Siberian Federal University
Krasnoyarsk, Russia
Sokol-151@yandex.ru

Аннотация.

В представленной работе показано, что применение сервисов определяет ключевую роль в процессе формирования конкурентной экономики нового типа, основанной на информационных технологиях, и состоит в инновации взаимовыгодных коммерческих взаимодействий. В аспекте основных тенденций развития товаро-денежных отношений исследованы качественные и количественные изменения содержания, форм и механизма организации деятельности. Поиск современных бизнес-технологий предопределил развитие электронного оптового рынка, возможность повышения удобства сервиса ведения бизнеса. Субъекты данного сектора сферы товарного обращения подтверждают эффективность формирования хозяйственных связей в сегменте торговых онлайн-услуг и перспективность электронного бизнеса.

Анализ организации электронной рыночной торговли позволил установить основные тенденции её развития, выявить особенности партнерских взаимодействий, их установления и осуществления торговых процедур в онлайн-режиме посредством электронного документооборота.

В результате проведенного исследования авторы установили причины увеличения участников электронных торговых площадок, изменения товарной структуры в секторе корпоративных закупок, механизм снижения закупочных цен посредством электронных торгов, возможности оптимизации затрат и повышения эффективности управленческих процессов в организации за счет улучшения сервисной автоматизации бизнес-процессов купли-продажи в условиях конкуренции.

Сопоставив количество проведенных торгов и сумму заключенных сделок, отмечено, что большее количество торгов приходится на потребительские товары, при этом средняя стоимость сделки наименьшая, и высокая сумма сделок составляет на оказание услуг при наименьшем показателе удельного веса проведенных торгов.

Авторами исследования проведен анализ возможных коммерческих и технологических рисков, обозначены основные мошеннические схемы в сфере электронной торговли и меры, направленные на предупреждение или исключение определенных факторов риска и условий неопределенности результата.

В работе на основе мнений специалистов отмечаются перспективные направления развития электронного рынка, сервисов электронной оптовой торговли за счет создания собственных электронных торговых площадок крупными промышленными корпорациями, а также использование функционала информационно-коммуникационной сети во внутрикорпоративном взаимодействии в крупных холдингах. Объединение возможностей площадок секторов корпоративных и государственных закупок, запуска совместного сервиса для проведения электронных торгов при сохранении выстроенных бизнес-процессов позволит повысить эффективность коммерческой деятельности участвующих организаций.

Annotation.

Ключевые слова: коммерческая деятельность, оптовая торговля, онлайн-сервис, корпоративные закупки и продажи, электронная торговая площадка.

Keywords: commercial activity, wholesale trade, online service, corporate purchases and sales, electronic trading platform.

Введение (Introduction)

Осуществление коммерческой деятельности хозяйствующими субъектами предполагает ежедневное принятие решений, направленных на повышение эффективности бизнеса. Достижение цели невозможно без информационных технологий и сервисов, использование которых направлено на оптимизацию каналов закупок-сбыта продукции, снижение издержек, связанных с поиском коммерческой информации, налаживанием взаимодействий, заключением сделок, выполнением торговых процедур.

Экономическая ситуация и особенности функционирования обуславливают стремление продавцов и покупателей использовать электронные средства коммуникации, которые постоянно совершенствуются, что в свою очередь определяет развитие электронной торговли. Одним из эффективных инструментов ведения бизнеса и формой проведения закупок являются электронные торги, сопровождаемые определенными сервисами.

Современное состояние электронной оптовой торговли характеризуется увеличением количества участников и заключенных сделок в секторе корпоративных закупок, востребованностью передовых сервисных технологий.

Материалы и методы (Materials and Methods)

В основе исследования находится специфическая область экономических отношений, связанных с развитием электронной оптовой торговли, использующей современные научно-технические достижения в информационно-коммуникационной системе.

Материалы, представленные на официальных сайтах электронных центров, позволили обозначить особенности коммерческой деятельности на B2B-рынках, проведения электронных торгов, технологии торговых процедур, субъектов электронной оптовой торговли. Большое значение для выявления тенденций развития данного сектора сферы товарного обращения имеют сведения, представленные в отчетах коммерческих электронных торговых площадок. Эти показатели подтверждают эффективность осуществления бизнес-операций продавцами и покупателями в электронной форме, полезность онлайн-сервиса.

В результате анализа данных, опубликованных на официальных сайтах электронных торговых площадок, получили отраслевую структуру электронных закупок, структуру участников электронных торгов по региональному расположению, обозначили удельные веса участников электронных торгов Сибирского федерального округа с выделением доли компаний Красноярского края, провели анализ торгов по отраслям в разрезе количества заключенных сделок и их средней стоимости.

Результат (Results)

Развитие электронного оптового рынка инициируется процессами глобализации, интеграции и кооперации бизнес-структур. Электронная торговля - совокупность экономических отношений по поводу купли-продажи товаров, продукции, сырья в электронной форме на взаимовыгодной основе. B2B – сфера обмена, в которой продавцами и покупателями являются юридические лица. Это оптовая торговля в информационно-коммуникационной сети Интернет, представляющаяся как торговля товарами, которые приобретаются не для конечного использования, а для перепродажи либо продукцией производственно-технического назначения для использования в производстве в качестве сырья и материалов или других нужд, применения для оказания услуг.

В настоящее время B2B это эффективная система электронной коммерции для корпоративных закупок и продаж широкого ассортимента товаров, продукции предприятий, относящимися к различным экономическим отраслям.

Основной задачей систем B2B является формирование взаимодействий между хозяйствующими субъектами, поддержание и защита каналов обмена информацией, координация действий всех участников товарного обращения и их совместное развитие.

Система информационно-технических решений, направленных на обеспечение взаимодействий заказчика (покупателя) с поставщиком

(продавцом) посредством сети Интернет от начальной стадии формирования взаимоотношений, заключения контракта, контроля поставки товаров является электронной торговой площадкой. Это сфера торговых онлайн-услуг, сайт в интернете. Торговые площадки B2B по правилам создания выделяют независимые, отраслевые, коммерческие. По форме взаимодействий и возможностей выделяют электронные каталоги, электронные биржи, электронные аукционы (торги). Они могут различаться по функционалу и комбинациям функций на одной площадке.

Коммерческая деятельность на B2B-рынке осуществляется в условиях конкуренции. При выборе партнеров значимыми критериями становятся имидж и репутация компании, а презентация рассматривается как информационный материал. Независимая площадка привлекает потенциальных исполнителей и заказчиков, создает для всех равные конкурентные условия, удобные электронные бланки позволяют подготовить необходимые документы.

Под термином «B2B» - «business to business» – «бизнес для бизнеса» понимается торговая деятельность компаний посредством взаимного ресурсного обеспечения функционирования предприятий и оказания услуг, а также товарами, продукцией производственно-технического назначения, предназначенными для производства других товаров, товарами для профессионального использования.

Ежегодно количество заказчиков и поставщиков, принимающих участие в электронных торгах, увеличивается, тем самым происходит пополнение информационной базы товарных предложений, доступ к которым имеют все участники. Среди продавцов и покупателей, взаимодействующих в сфере электронного рынка, зарегистрированы как отечественные фирмы, так и зарубежные компании. Торговые процедуры и операции проводятся в онлайн-режиме посредством электронного документооборота.

Электронные торговые площадки позволяют внедрять решения для ведения и проверки справочника закупаемых товаров и услуг, состоящий у многих компаний из сотни тысяч ассортиментных позиций. При корпоративных закупках электронные площадки представляют участникам возможность организации тендеров, которые в последнее время становятся популярными среди крупных компаний и выгодной формой проведения торговых операций. В ходе практического познания наработки умений, навыков, получения знаний.

Работая в личном кабинете электронной площадки, возможно провести аналитику спроса на предоставляемые товары, услуги, анализ динамики собственных продаж компании, оценить рентабельность товаров, определить величину спроса, планировать торговлю, а также принимать обоснованные решения по развитию бизнеса без дополнительных затрат. В рабочей зоне электронной площадки экономический агент осуществляет мониторинг действий конкурентов, имеет доступ к финансовым сервисам в режиме онлайн, в том числе онлайн-факторинг, лизинг; получает помощь в ежедневной работе: юридическую помощь, комплексное сопровождение торгов; отслеживает сделки, платежи, соблюдение графиков поставок. В зависимости от начальной

цены заказчик может выбрать форму участия в электронных торгах: конкурс, аукцион, запрос котировок или запрос предложений. Одним из важных нововведений стало то, что поставщик загружает заявку в трех частях одновременно: 1) техническое предложение и согласие на условия закупочной документации; 2) информация о поставщике: лицензии, выписки из реестров и др.; 3) цены товаров или услуг. Заказчик объявляет тендер на закупку, контрагенты автоматически получают приглашение к участию в профильных закупках.

Представленные особенности осуществления электронных торгов позволяют судить о том, что рынок B2B чувствителен к новациям. В связи с этим постоянно совершенствуются информационно-телекоммуникационные технологии в рамках автоматизации партнерских отношений. С этой целью актуализируются решения в области оптимизации VI-технологий. В их возможности входят интеграция информационной системы участников торгов с IT-сервисом электронной площадки, маркетинговые аспекты; организация взаимоотношений с контрагентами: поиск поставщиков, согласование с контрагентами спецификаций, сроков и условий поставок, сопутствующие услуги. Данные технологии, обеспечивающие электронные торги, позволяют обеим сторонам сделки быть равноправными партнерами.

Развитие B2B на сегодняшний день является перспективной сферой электронной коммерции в России, обеспечивая создание новых коммерческих связей между российскими производителями, а также значительно облегчая процесс приобретения материалов и оборудования предприятиями внутри страны по сравнению с импортированием тех же материалов и оборудования от иностранных поставщиков. Как отмечают специалисты, закупщики не владеют английским языком или каким-либо другим иностранным языком, что ограничивает деловое сотрудничество и основным аспектом в развитии взаимодействия с поставщиками становится географический фактор. В международном аспекте данная бизнес-модель позволяет российским производителям более активно участвовать в сделках на мировом рынке.

В России стартовые условия для развития оптовой электронной торговли имеют существенные особенности. С одной стороны, инфраструктурные и общеэкономические факторы, характерные для всех сегментов экономики, существенно осложняют процесс внедрения электронного бизнеса в существующую организацию коммерческой деятельности, с другой - практическая реализация B2B-решений при определенных условиях может оказаться особенно эффективной именно для отечественных предприятий в перспективном периоде.

Эффективное управление существенно влияет на успех большинства компаний и обуславливает целенаправленный, системный характер организации коммерческой деятельности. Задачи планирования потребностей в товарах, материалах, оценка равномерности и ритмичности поставок, акцент на качество определяют направления совершенствования процесса закупок. Планирование и составление графиков поставок, поступления и размещения товарных запасов является значимой функцией управления закупками. Умение

закупщиков своевременно и точно реагировать на рыночные изменения обуславливает рационально построенную систему закупок.

Процесс управления закупками ориентирован на разработку мероприятий по улучшению финансового состояния компании, обеспечению равномерности и ритмичности поставок, взаимодействия с поставщиками, повышения скорости реакции организации на рыночные перемены, а так же использование конкурентных преимуществ и особенностей коммерческой деятельности в развитии компании.

Концепция управления закупками представляет собой процессы непосредственной интеграции разнородных информационных потоков от функциональных подразделений компании, проектов по снижению издержек, а так же рационализацию взаимодействий участников. Специалисты отмечают, что применяемые информационные технологии должны обеспечить не только автоматизацию определенного процесса закупки, но и его оптимизацию с целью перевода на качественно новый уровень.

В 2018 г. российские компании совершили более одного миллиона торгов по электронным закупкам на площадке B2B-Center. За период функционирования площадки заказчики закупили товаров и услуг на 15,2 трлн рублей, 385482 компаний, работающих в системе. Среди иностранных участников – 1893 компании из Китая [6].

Оператор площадки B2B-Center является коммерческой организацией, созданной в организационно-правовой форме публичного акционерного общества. Данной компании принадлежит электронная площадка. Она оборудована функциональными программно-техническими средствами, и обеспечивает проведение конкурентных закупок в электронной форме в соответствии с законодательством Российской Федерации, в частности с положениями о закупках заказчиков и нормами Закона № 223-ФЗ [2]. Плата взимается только с победителя торгов не более 2 тыс. рублей.

Участники электронных торгов, поставщики должны пройти аккредитацию по правилам закона №44-ФЗ «О контрактной системе», который регулирует государственные закупки.

Наиболее активно к использованию B2B-решений подошли электроэнергетические холдинги и компании. Удельный вес данных участников составил 27% от общего количества закупок и 34 % от объема закупок в целом на площадке. Сочетание благоприятных экономических, инфраструктурных и управленческих факторов в этой отрасли практически уникально для российской экономики.

Объемы закупок добывающих и сервисных компаний нефтяной и газовой отрасли составили 15%, и 4% от общего количества закупок. В последние годы вдвое увеличили объемы электронных закупок телекоммуникационные компании, на их долю приходилось 12% от общего объема закупок на площадке.

В отраслевой структуре покупаемой продукции и услуг наибольший удельный вес приходится на машиностроительный (20,7 %), строительный (17,5 %) и металлургический комплексы (10,9 %) (рис. 1).

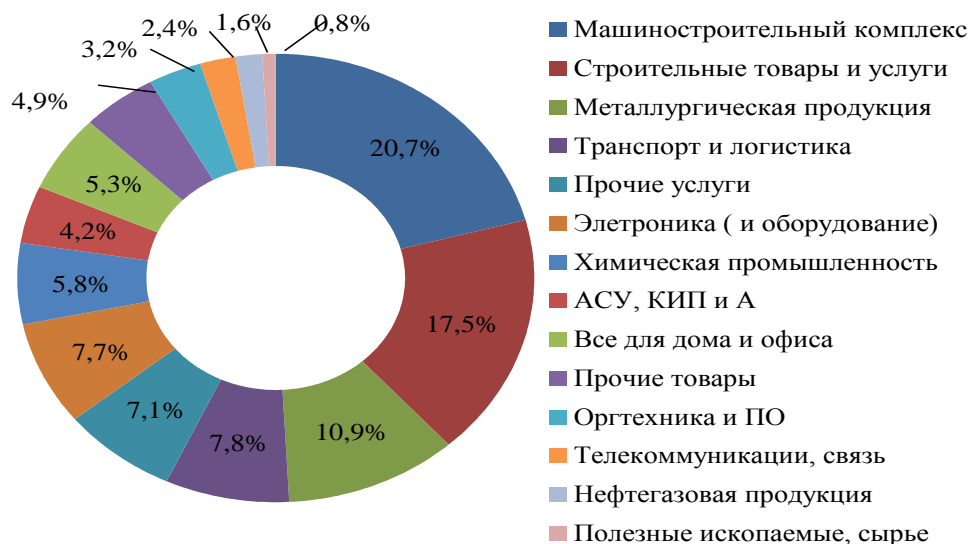


Рисунок 1 – Отраслевая структура электронных закупок в 2017 г.

За отчетный период совокупная доля закупок строительных товаров и услуг, металлургической и машиностроительной продукции увеличилась на 2 процентных пункта и составила 49,5 % [3].

Наибольшую долю государственного сегмента электронного рынка, а также в коммерческом сегменте занимают закупки строительных услуг, материалов; электрооборудования и машин; продукции металлургии.

Среди продукции машиностроительной отрасли покупатели совершали закуп оборудования для горнодобывающей промышленности, нефтепромыслового и бурового оборудования, устройств гидро- и пневмоавтоматики, станков.

Наибольшее количество торгов по купле-продаже строительных работ приходилось на услуги по проектированию инженерных сетей и коммуникаций, капитальному строительству, проектно-изыскательские и строительномонтажные работы.

Чаще всего в группе «продукция металлургии» производился закуп проката, труб и трубопроводной арматуры, метизов, листового металла.

Менеджеры электронной площадки B2B-Center отметили, что в первом полугодии 2018 г. увеличились доли в электронных торгах офисных товаров с 4,7 % до 5,3 %; компьютеров, оргтехники и программного обеспечения с 3,3 % до 3,7 % по сравнению с соответствующим периодом прошлого года.

По результатам анализа структуры участников электронных торгов по региональному расположению, получили, что наиболее активными являются компании Приволжского федерального округа – 39,3 % торговых процедур;

следующий – 21,7 % приходится на компании Центрального федерального округа и удельный вес организаций Уральского федерального округа составил 12,7 % торговых процедур (рис. 2).

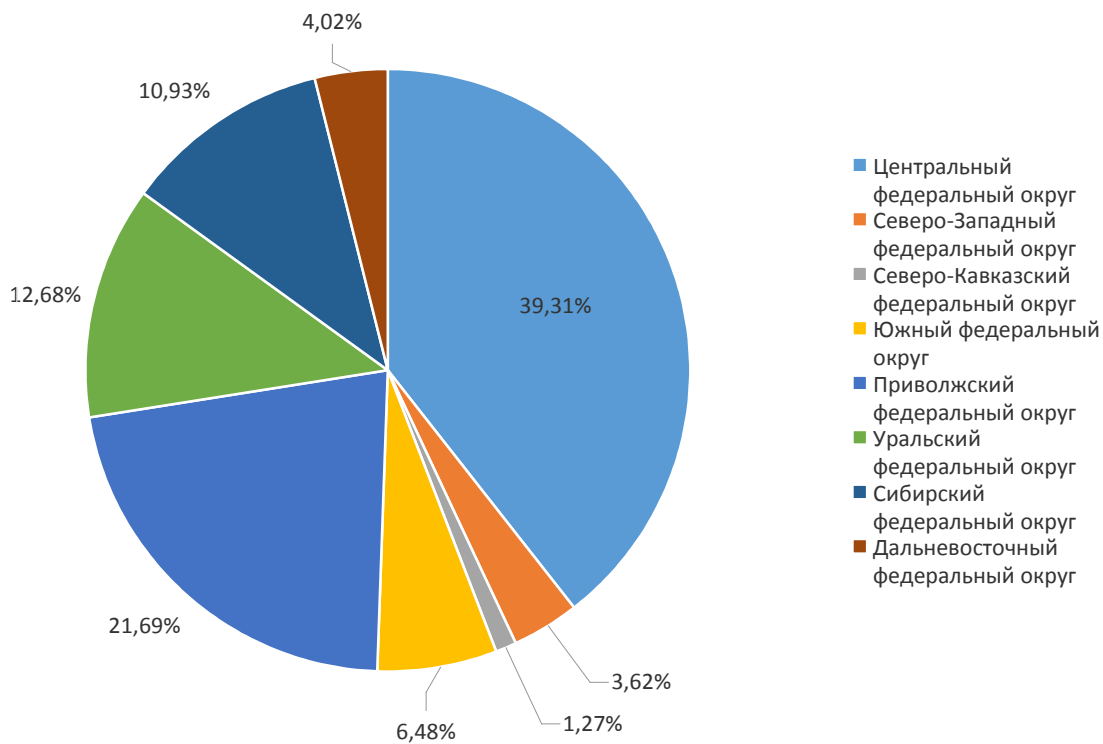


Рисунок 2 - Структура участников электронных торгов по региональному расположению

На долю компаний Сибирского федерального округа приходится 10,9 % от общего количества участников электронных торгов.

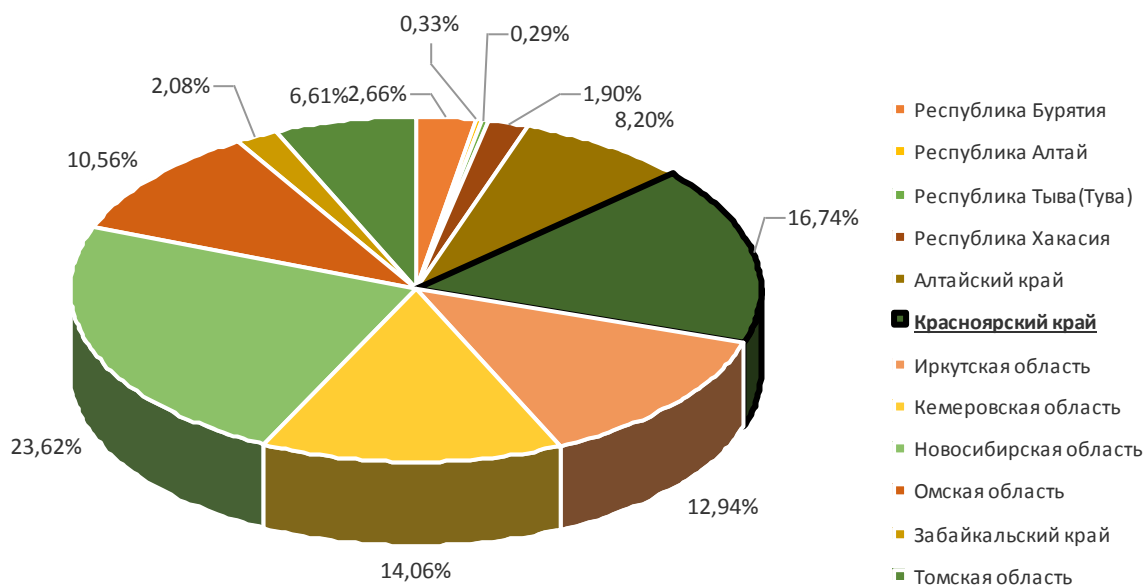


Рисунок 3 - Структура участников электронных торгов Сибирского федерального округа

Анализ участников электронной площадки Сибирского федерального округа за отчетный период показал, что компании Красноярского края занимают вторую позицию, после Новосибирской области. На их долю приходится 16,74 %. Новосибирские заказчики и поставщики составляют почти четверть (23,62 %) от количества участников исследуемого округа (рис.3).

В секторе корпоративных закупок произошел рост в 2,6 раза, сумма контрактов достигла 1,3 трлн. руб. Основной причиной данного явления является введение поправок об условиях участия в электронных торгах в федеральный закон № 223-ФЗ «О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц». Новые правила определяют только 15 % общего объема закупок крупных заказчиков у предприятий, входящих в Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства. Закон предусматривает право установления Правительством РФ перечня товаров, работ, услуг, закупки которых должны осуществляться в электронной форме.

Электронная торговая площадка обеспечивает взаимодействия участников торгов, выбор надежных поставщиков или покупателей товаров, продукции, средств производства, формирование деловых отношений.

Оптимизация затрат по закупке товаров зависит от степени адаптации организации к изменениям внешней среды. В целом расходы на приобретение товаров и услуг составляют до 70% совокупных затрат компании, поэтому руководители прекрасно знают о том, что оптимизация закупок может обеспечить повышение прибыли. Организация процесса управления закупками оказывает существенное влияние на деятельность предприятия, является

серьезным инструментом распределения материальных потоков и достижения стратегических целей. Современным направлением оптимизации затрат и повышения эффективности управленческих процессов в организации является автоматизация бизнес-процесса управления закупками на конкурентной основе.

По результатам исследования заключенных контрактов на электронной площадке контрагенты отметили снижение закупочных цен на товары до 17,5% и 24 % по работам, услугам, а также сокращение издержек на организацию закупочной деятельности от 50 % до 70 % по сравнению с прошлыми затратами на приобретение необходимых средств производства.

В результате анализа данных коммерческой торговой площадки B2B-Center, сумма торгов составила 7066,0 млрд. руб. и средняя стоимость заключенной сделки равна 10,5 млн. руб. (табл. 1).

Таблица 1 - Торги по отраслям на электронной торговой площадке B2B-Center

| Наименование | Количество торгов, ед. | Удельный вес, % | Сумма торгов, млрд. руб. | Удельный вес, % | Средняя стоимость торгов, млн. руб |
|--|------------------------|-----------------|--------------------------|-----------------|------------------------------------|
| Строительные услуги, реконструкция, ремонт | 216845 | 32,1 | 2412,0 | 34,1 | 11,2 |
| Одежда, спецодежда, обувь, ткани, средства индивидуальной защиты | 25123 | 37,2 | 176,7 | 2,5 | 7,1 |
| Машины и оборудование | 170112 | 25,2 | 1243,0 | 17,6 | 7,3 |
| Нефтегазовые продукты, топливо, ГСМ | 22317 | 3,3 | 241,7 | 3,4 | 10,9 |
| Электрооборудование, электроника | 114866 | 17,0 | 1121,0 | 15,9 | 9,8 |
| Полимерные материалы | 20859 | 3,1 | 249 | 3,5 | 12,0 |
| Транспорт | 91855 | 13,6 | 835,9 | 11,8 | 9,1 |
| Банковские, финансовые, маркетинговые, юридические, страховые услуги | 14545 | 2,1 | 786,6 | 11,1 | 54,1 |
| Итого | 676522 | 100 | 7066,0 | 100 | 10,5 |

Наибольший удельный вес приходится на куплю-продажу одежды, спецодежды, обуви, ткани, средств индивидуальной защиты (37,2 %), однако доля в торгах наименьшая – 2,5 %, при этом стоимость торгов – 7,1 млн. руб.

Специалисты отмечают возможности развития технологий B2B в топливно-энергетическом комплексе. Располагая хорошими стартовыми условиями для развития, интернет бизнеса, эти отрасли в силу специфики их структурной организации в настоящее время обладают ограниченными возможностями для масштабных открытых проектов в области электронного бизнеса в сфере сбыта. Однако вполне вероятно использование ими элементов B2B-решений во внутрикорпоративном взаимодействии в крупных холдингах, а также использование Интернета для закупок материалов и комплектующих. Кроме того, учитывая их высокий экспортный потенциал, предприятия

нефтяной и газовой промышленности могут быть заинтересованы в организации электронных торговых площадок для экспортных операций.

Барьером развития площадок отраслей экономики является недостаточное количество технико-расчетных инструментов для B2B-торговли. В итоге, при заключении контракта, контрагенты вынуждены обсуждать детали в процессе реальных переговоров.

В сфере электронной торговли, по мнению специалистов, существуют схемы мошенничества, среди них подделка документов; поставка продукции несколько с иными качественными характеристиками; отсутствие отраслевых периодических печатных изданий, интернет порталов, посвященных решениям в сфере B2B, также стремление крупных частных компаний к созданию собственных электронных торговых площадок [4]. Коммерческая деятельность осуществляется в условиях неопределенности результата, что предопределяет наличие рисков. В электронной оптовой торговле формируются технологические и коммерческие риски. Технологические риски обуславливаются неполадками в рабочем механизме торговой площадки, отсутствием связи между участниками торгов, возможной утечкой коммерческих секретов, вирусные атаки.

Снижение отрицательного влияния обеспечивается определенными мерами, направленными на предупреждение или исключения данных факторов риска, включая страхование. Одновременно в цепи поставок от производителя (изготовителя) до покупателя возникают различные бизнес-риски (коммерческие), связанные с неполным выполнением договорных обязательств, включая неоплаты или просрочки оплаты продукции, поставленной поставщиком в форме товарного кредита; снижения прибыли поставщиков. Для снижения этих видов рисков, заказчики могут потребовать финансовое обеспечение не более 2 % от начальной цены. Участник самостоятельно выбирает форму обеспечения: 1) резервирование денег на спецсчете в аккредитованном банке, или 2) банковская гарантия. В силу банковской гарантии банк, иное кредитное учреждение или страховая организация (гарант) дают по просьбе другого лица (принципала) письменное обязательство уплатить кредитору принципала (бенефициару) в соответствии с условиями даваемого гарантом обязательства денежную сумму по представлении бенефициаром письменного требования о ее уплате. Для исключения подделки некоторых документов случаи участия в закупках необходима усиленная квалифицированная электронная подпись, то есть должен быть сертификат, полученный в удостоверяющем центре.

При сохранении существующих темпов развития отечественной экономики и принятии законодательными органами нормативной базы, необходимой для развития B2B-решений, предполагается, что увеличится количество российских компаний активных участников оптового электронного бизнеса. В будущем году Правительство РФ планирует проводить аккредитацию поставщиков по госзакупку в Единой информационной системе, которая будет автоматически отправлять информацию на официальные электронные торговые площадки. По словам руководителя электронной

торговой площадки, внедрение в закупки искусственного интеллекта – основа инновационной экономики и драйвер эффективности российского бизнеса. Электронные площадки становятся привычным инструментом для большинства коммерческих и государственных компаний.

По результатам тестирования возможностей и функционала электронной торговой площадки металлургические комбинаты в ближайшее время переводят закупки по ремонту оборудования в электронную форму, позволяющая обеспечить конкурсные процедуры, автоматизировать сбор предложений от потенциальных подрядчиков и расширить партнерскую базу.

Торговая электронная площадка позволяет формировать на новом качественном уровне коммерческие связи между заказчиками и поставщиками, благоприятные возможности для партнерских отношений с целью получения взаимовыгоды.

Обсуждение (Discussion)

Проведенное исследование позволило обозначить повышение эффективности коммерческой деятельности посредством осуществления взаимодействий и проведения торговых процедур посредством электронной торговой площадки. Данное обстоятельство подтверждается тем, что ежегодно увеличивается число проведенных торгов по электронным закупкам, объемы закупаемой продукции при увеличении номенклатуры товарных позиций. Выявленная диспропорция между количеством проведенных торгов и средней стоимостью заключенных сделок позволяет отметить, что имеющийся потенциал функционала электронной торговой площадки недостаточно используется, имеется возможность расширения разнообразия участников, повышения качества сервисного обслуживания со стороны организатора электронной площадки. Она оборудована функциональными программно-техническими средствами, и обеспечивает проведение конкурентных закупок в электронной форме в соответствии с законодательством Российской Федерации. Важным аспектом государственного регулирования электронных закупок является внесение поправок об условиях участия в электронных торгах в федеральный закон № 223, а также право установления перечня закупаемых товаров, работ, услуг в электронной форме.

Увеличение количества заказчиков и поставщиков, принимающих участие в электронных торгах, обуславливает пополнение информационной товарной базы предложений, доступ к которым имеют все зарегистрированные участники, тем самым появляется возможность проведения тендеров при корпоративных закупках. Следует отметить, что оператор электронной площадки коммерческая организация, которая использует имущественный комплекс, существует вероятность утечки коммерческих секретов.

Важным аспектом государственного регулирования становится обеспечение конфиденциальности подачи заявок с целью исключения сговора и создания условий равной конкуренции участников торгов. В перспективе цифровизации закупок возникает потребность разработки превентивных мер

контроля и надзора в сфере корпоративного взаимодействия. Дальнейшее развитие электронной оптовой торговли предопределяет необходимость мер по устранению пробелов в правовом регулировании, в том числе в области защиты прав предпринимателей.

Выводы (Conclusion)

Электронная оптовая торговля – система экономических отношений по купле-продаже в электронной форме на взаимовыгодной основе. Данный вид человеческой деятельности обуславливается техническими инновациями, комплексным сервисным сопровождением и обслуживанием в онлайн-режиме взаимодействий. Субъектами электронного бизнеса являются юридические лица, выступающие в качестве продавцов (поставщики, исполнители) и покупателей (заказчики). Предметами, по которым формируются экономические взаимоотношения, выступают товары, работы, услуги, продукция производственно-технического назначения, которые удовлетворяют коммерческую необходимость в сырье, материалах или других хозяйственных нужд.

Коммерческий сервис организации процесса управления закупками оказывает существенное влияние на деятельность предприятия, является серьезным инструментом распределения материальных потоков и достижения стратегических целей.

Современным направлением оптимизации затрат и повышения эффективности управленческих решений в организации является улучшение сервисов автоматизации бизнес-процесса управления закупками на конкурентной основе. По результатам исследования заключенных контрактов на электронной площадке отмечается снижение закупочных цен на товары до 17,5% и 24 % по работам, услугам, а также сокращение издержек на организацию закупочной деятельности от 50 % до 70 % по сравнению с прошлыми полными затратами на приобретение необходимых средств производства, предметов труда.

Электронный рынок оценивается специалистами как потенциально перспективный. Стратегии развития электронной оптовой торговли в России направлены на снижение отрицательного воздействия факторов, тормозящих использование B2B-технологий отечественными компаниями при условии улучшения макроэкономической ситуации. Снижение барьеров для участников электронной торговли, выделяя предприятия малого и среднего бизнеса, предопределяет объединение возможностей площадок из сектора корпоративных и сектора государственных закупок, запуска совместного удобного сервиса для проведения электронных торгов при сохранении выстроенных бизнес-процессов.

Преимуществом партнерства является повышение конкурентности закупок за счет одновременного доступа продавцов и покупателей к информационным базам электронных площадок, осуществляя мониторинг коммерческих данных в режиме реального времени.

Оптовая электронная торговля активно развивается. Драйвером роста электронных торгов выступает не сегмент государственных закупок, как в предыдущие годы, а коммерческие электронные площадки. Этому способствует законодательство, включая нормативно-правовое обеспечение процесса электронной купли-продажи, совершенствование интеграции различных видов сервисов электронной коммерции.

Библиографический список (References)

1. ГОСТ 51303 – 2013 Торговля. Термины и определения. Электронный фонд правовой и нормативно-технической документации. - Электронный ресурс: Режим доступа <http://docs.cntd.ru/document/1200108793>
2. О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц: федер. закон от 18.07.2011 № 223-ФЗ (последняя редакция). Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_116964/
3. Показатели деятельности: Закупки российских компаний в 2016 г. [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://www.tadviser.ru/index.php/> .
4. Рынок b2b: его особенности работы [Электронный ресурс]: Режим доступа: <https://practicum-group.com/blogs/stati/rynok-b2b/>
5. Кутуков В. Корпоративные системы. В2В: Принципы построения и работы [Электронный ресурс]: Режим доступа: http://www.cfin.ru/itm/b2b_basic.shtml
6. Центр электронных торгов: официальный сайт [Электронный ресурс]: Режим доступа: <https://www.b2b-center.ru>
7. Единая информационная система в сфере закупок: официальный сайт [Электронный ресурс]: Режим доступа <http://www.zakupki.gov.ru>