

Бюрно Полина,
консультант, Keley Consulting, Франция,
pdugar@keley-cosulting.com

Дугар-Жабон Руслана Станиславовна,
к.э.н., доцент, Ангарский государственный технический университет,
e-mail: ruslanadugar@rambler.ru

ЦИФРОВЫЕ ПЛАТФОРМЫ НА РЫНКЕ B2B

Burnod P., Dugar-Zhabon R.S.

DIGITAL PLATFORMS IN THE B2B MARKET

Аннотация. Рассматривается опыт функционирования цифровых платформ на рынке B2B.

Ключевые слова: рынок B2B, цифровые платформы.

Abstract. The experience of functioning of digital platforms in the B2B market is considered.

Keywords: B2B market, digital platforms.

Электронные торговые площадки стали особенно актуальны в последнее время, которое характеризуется нестабильностью, связанной с пандемией и ее последствиями, а также политической ситуацией. Уже сейчас значительная часть бизнеса перешла в онлайн. Те предприятия, которые раньше не использовали подобные инструменты, в настоящее время испытывают определенные трудности. Особенно важной остается проблема сбыта для региональных компаний, для которых ограничены возможности поиска поставщиков и реализации продукции.

За рубежом успешно развиваются структуры, ориентированные на сегмент B2B. Особенности рынка B2B является продажи большими объемами, продукция зачастую является более дорогой, покупатели являются профессионалами в определенной сфере, решение о покупке принимает, как правило, несколько человек. Наиболее известна такая интернет платформа как американская B2B-платформа Thomas (www.thomasnet.com) специализирующаяся на поиске промышленных поставщиков. Самой большой международной платформой поиска B2B является европейская Europages (www.europages.com), на которой представлены 26 секторов сегмента B2B и более трех миллионов предприятий всех отраслей экономики.

Примером быстрорастущей компании, оказывающей услуги сегменту B2B, является французский маркетплейс Ankorstore (<https://www.ankorstore.com>), который продает и поставляет продукцию магазинам у дома. Ankorstore объединяет 200 000 розничных продавцов и 15 000 брендов по всей Европе. Ankorstore за свой счет финансирует доставку товара и организует факторинг. Деньги продавцу поступают сразу после заказа, а покупатели, которыми являются, как правило, малые и средние предприниматели, перечисляет средства через 30-60 дней. Учитывая то, что малое и среднее предпринима-

тельство является неотъемлемой частью экономики Франции и об этом свидетельствует их подавляющая доля от общего числа предприятий, высокий вклад в ВВП и занятость населения [2], у Ankorstore большие перспективы для развития. Уже сейчас Ankorstore является самой быстрорастущей европейской B2B-платформой и работает в 23 странах.

В Казахстане создана и успешно функционирует платформа электронной торговли для автоматизации товарооборота в сегменте B2B SmartSatu (<https://smartsatu.com>). Клиентская база компании включает в себя предприятия Казахстана, России, Республики Беларусь и Узбекистана, это свыше 200 поставщиков и более 10000 торговых точек.

В России существует сервис «на_полке» (<https://napolke.ru/>) – онлайн-платформа, помогающая закупать товары оптом по лучшим ценам, являющаяся частью экосистемы «Сбера».

B2B-платформы способствуют снижению затрат предприятий на маркетинг и рекламу, уменьшению транзакционных издержек на поиск поставщиков и покупателей, увеличению спроса на товары и услуги ввиду снижения цен для покупателей. По мнению отечественных исследователей, вклад в рост ВВП Китая маркетплейса Alibaba составляет порядка 1,1 % в год [1].

В условиях экономического кризиса целью сбыта и продвижения различных товаров и услуг является выход на новые рынки. Электронные торговые площадки способствуют этому процессу и влияют на развитие международной торговли, малых и средних предприятий, являются перспективными инновациями цифровой экономики. В России развитие интернет платформ особенно актуально для малого и среднего бизнеса, работающего в области сельского хозяйства и производства продуктов питания, торговли и других отраслей экономики страны.

ЛИТЕРАТУРА

1. **Жуков П.Е.** Оценка эффективности электронных торговых площадок B2B для стимулирования малых и средних предприятий и международной торговли / П.Е. Жуков. – DOI: 10.18334/се.12.12.39661. – Текст: электронный // Вестник Евразийской науки. – 2019. – № 3. – URL: <https://esj.today/PDF/68ECVN319.pdf> (дата обращения 05.03.2022).

2. **Официальный сайт Министерства Европы и иностранных дел Республики Франция.** – Текст: электронный. – URL: <https://www.diplomatie.gouv.fr> (дата обращения 09.03.2022).