Особенности и перспективы развития B2B – коммерции

Пшеничная Е.В.
Волгоградский Государственный Технический Университет
Волгоград, Россия
lena3000@mail.ru

За последние годы человечество накопило огромный опыт в использовании новейших информационных технологий в различных сферах бизнеса. В результате, себестоимость большинства товаров составляет все меньшую долю от их продажной цены. А доля непроизводственных затрат в цене товара сильно возросла. В связи с этим стремление производителей снизить непроизводственные расходы и затраты на распространение товаров и услуг, в сочетании с использованием новейших информационных технологий в области передачи и обработки информации, привело к активному развитию электронных систем управления предприятием, электронного документооборота, онлайновых торговых площадок межфирменной и розничной торговли. Бизнес все более и более становится электронным. Преимущества использования в своей работе B2B – систем осознали практически все торговые и дистрибуторские компании. А наличие системы B2B становится все более значительным фактором для дилеров при выборе поставщика.

Всемирный рост оборота рынка электронной B2B-коммерции не мог не отразиться на Российском IT – рынке и в настоящее время количество B2B-площадок уже более сотни, а ежегодный рост российского B2B-рынка превысил 200%.

В мире началась гонка по переносу бизнеса в Интернет. Но первоначальное впечатление о простоте развития эффективного бизнеса в Интернет, ошибочно. Технологии обычного бизнеса достаточно хорошо отработаны, но они совершенно неприменимы в Сети. Ведение бизнеса в Интернет требует совершенно новых подходов и нового мышления.

Электронная торговая площадка, или B2B-площадка (Business to business marketplace) - место, где заключаются сделки купли-продажи между предприятиями - покупателями и продавцами. Существуют разные виды площадок - закупочные, сбытовые, многоотраслевые, отраслевые и продуктовые площадки. Несмотря на то, что разные категории площадок имеют свои преимущества и недостатки, их общая отличительная черта - снижение издержек предприятий. Экономия от использования схем B2B может достигать 15% со стороны закупок и 20% со стороны сбыта.

Обслуживание клиентов является одной из важнейших и сложнейших задач компании. Этот процесс включает ответы на огромное число простых вопросов, обработку претензий, обеспечение технического обслуживания проданного оборудования. Удержание старого клиента обходится во много раз дешевле, чем привлечение нового. Использование Интернет, позволяет предлагать высококачественное обслуживание клиентов, снижая расходы на оплату труда большого количества специалистов.

Исполнение заказа также можно организовать через онлайновые службы B2B. В Интернет представлено достаточно много экспедиторских фирм, принимающих на себя все заботы по доставке товаров от продавцов к покупателям, включая складирование, транспортировку, оформление транспортных документов и т.д. Обычно они предоставляют заказчику возможность контролировать доставку в онлайновом режиме.

Системы электронной коммерции в российском секторе B2B развиваются на фоне экономического развития страны в целом. Рынок B2B в России находится на стадии становления и развивается более высокими темпами в сравнении с западным. В России сейчас наблюдается быстрый рост числа торговых площадок B2B.

Основные задачи, которые призваны решать B2B системы можно выделить в несколько групп:

1. Сокращение времени на обработку информации поступающей от клиентов.
2. Сокращение трудовых ресурсов необходимых для обработки запросов и заказов поступающих от клиентов.
3. Автоматизация процесса заказов, отгрузок, позволяющая клиенту самому выстраивать удобный для себя режим работы.
4. Возможность значительного увеличения количества клиентов, без привлечения дополнительных трудовых ресурсов.
5. Упрощение и доступность контроля за состоянием баланса со стороны клиентов.

Реализация многих важнейших задач с помощью системы B2B позволяет компаниям значительно оптимизировать работу, увеличить производительность и достичь преимущества перед конкурентами.

Руководители российских компаний более оптимистично, чем западные аналитики, смотрят в будущее сектора B2B в России. Так что, следует ожидать появления новых ресурсов B2B в Рунет. Но для этого необходимо преодолеть ряд препятствий, главными из которых являются недостаточная готовность большинства участников рынка к переменам и незавершенность законодательства об электронной коммерции.