

## **СОСТОЯНИЕ И ВОЗМОЖНОСТИ РАЗВИТИЯ E-COMMERCE НА РЫНКАХ ТОВАРОВ ПРОИЗВОДСТВЕННО-ТЕХНИЧЕСКОГО НАЗНАЧЕНИЯ**

По данным исследовательского центра Deloitte, 90 % покупателей в B2B активно используют онлайн-ресурсы для изучения промышленной продукции. За постпандемийный 2021 г. сектор B2B электронной коммерции значительно вырос, предоставляя компаниям новые возможности для улучшения процессов закупок и сбыта товаров. Однако исследование о покупателях этого сегмента за 2022 г. показало, что более 90 % бизнес-клиентов все еще сталкиваются с проблемами при организации закупок онлайн, а примерно половина электронных торговых площадок для коммерческих закупок не соответствуют ожиданиям покупателей. Анализируя динамику развития электронной коммерции B2B-сектора в России, можно сделать вывод: Россия повторяет опыт США, Европы и Китая с отставанием в 5–7 лет; а выручка от B2B-продаж товаров в России к 2024 г. прогнозирует достичь уровня 50 млрд долл. США [1].

В Российской Федерации выделяют несколько вариантов электронных торговых площадок по назначению и характеристике субъектности: для размещения государственного заказа или по ФЗ-223; реализации имущества должников; коммерческих заказчиков. Электронные торговые площадки для коммерческих поставщиков делятся на два типа: 1) специализированные площадки, созданные под нужды определенного предприятия; 2) многопрофильные площадки. Основными игроками в E-com на рынке товаров производственно-технического назначения являются производители, дистрибьюторы и дилеры.

Электронная коммерция в B2B позволяет реализовать следующие процессы и операции максимально быстро и прозрачно для сторон сделки: наладить связь с потенциальными клиентами; предоставить весь комплект необходимой для принятия коммерческого решения документации в электронном формате; провести коммерческую сделку; осуществить поставку (с предоставлением возможности отслеживать этапы транспортировки); осуществить послепродажный сервис (от инструктирования в отношении технических характеристик товара, правил и особенностей эксплуатации до помощи в монтаже и наладке, дальнейшем обслуживании вплоть до оперативного реагирования на вопросы покупателей в процессе использования в хозяйственной деятельности); организовать и произвести электронную оплату покупки и т.д. [2].

Применение современных информационных технологий и цифровизация коммерческих процессов (закупочно-сбытовой деятельности) в условиях формирования единого информационного бизнес-пространства должны стать эффективными инструментами улучшения взаимодействия между участниками разнообразных товарных рынков [3].

### Источники

1. E-commerce в промышленности: анализ лидеров рынка [Электронный ресурс] // Uplab Digital & Design. — Режим доступа: <https://www.uplab.ru/blog/e-commerce-industry/>. — Дата доступа: 03.12.2023.

2. *Борщёв, В. Г.* Приоритеты цифровизации коммерческих закупок в условиях формирования единого информационного бизнес-пространства / В. Г. Борщёв, В. В. Ткач, С. Ю. Кожевникова // Изв. СПбГЭУ. — 2022. — № 3 (135). — С. 69–74.

3. *Кожевникова, С. Ю.* Трансформация коммерческих процессов как фактор повышения эффективности финансово-хозяйственной деятельности предприятий в условиях цифровизации бизнеса в контексте BANI-мира / С. Ю. Кожевникова // Экономическое развитие России: точка баланса в мировой экосистеме и инфраструктура будущего : материалы междунар. науч.-практ. конф., Краснодар, 17–20 мая 2022 г. : в 3 т. / Кубан. гос. ун-т. — Краснодар, 2022. — Т. 2. — С. 195–199.