

Владимир ГРАКУН

*Министерство сельского хозяйства  
и продовольствия Республики Беларусь,  
Минск, Республика Беларусь  
e-mail: Grakun@mshp.gov.by*

УДК 339.138.631.11

## **Электронные торговые площадки – эффективный инструмент повышения конкурентоспособности организаций АПК**

В статье рассмотрены теоретические и методологические основы процессов создания и функционирования электронных торговых площадок. Обоснованы цели, задачи, функции и виды последних с учетом специфики деятельности продавцов и покупателей, особенностей построения организационных и информационных систем управления. Изучена практика работы электронных торговых площадок в государствах, являющихся членами Евразийского экономического союза. Предложен авторский научный подход к повышению эффективности функционирования агропромышленного комплекса путем внедрения методов и стратегий электронного агробизнеса.

*Ключевые слова:* электронная торговая площадка, электронный бизнес, конкурентоспособность, организация, агропромышленный комплекс, эффективность.

Vladimir GRAKUN

*Ministry of Agriculture and Food of the Republic  
of Belarus, Minsk, Republic of Belarus  
e-mail: Grakun@mshp.gov.by*

## **Electronic trading platforms – an effective tool to increase the competitiveness of agribusiness organizations**

The article discusses the theoretical and methodological foundations of the creation and operation of electronic trading platforms. Their goals, objectives, functions and types are justified, taking into account the specialization of the activities of sellers and buyers, the features of the construction of organizational and information management systems. The practice of electronic trading platforms in the member states of the Eurasian Economic Union is studied. The author's scientific approach to increase the efficiency of the functioning of the agro-industrial complex based on the introduction of methods and strategies of electronic agribusiness is proposed.

*Keywords:* electronic trading platform, electronic business, competitiveness, organization, agriculture, efficiency.

### **Введение**

Одним из условий повышения конкурентоспособности предприятий отечественного агропромышленного комплекса является активное внедрение электронных и информационных технологий. На современном этапе развития белорусского АПК в качестве эффективных инструментов ведения коммерческой деятельности на внутреннем и внешнем рынках выступают электронные торговые площадки (далее – ЭТП), позволяющие объединять в общем информационном пространстве поставщиков и потребителей продукции АПК, предоставлять им широкий спектр востребованных товаров, услуг и работ, а также предлагать комплексное дополнительное сервисное обслуживание.

В Республике Беларусь особое внимание уделяется развитию рынка «B2B» (business to business – бизнеса для бизнеса) и электронных торговых площадок. Для создания и функционирования последних в стране уже сформирована соответствующая нормативно-правовая база. Ее составляющими являются:

Закон Республики Беларусь «О государственных закупках товаров (работ, услуг»;  
Декрет Президента Республики Беларусь № 8 «О развитии цифровой экономики»;

Государственная программа развития цифровой экономики и информационного общества на 2016–2020 годы;

постановление Совета Министров Республики Беларусь «О совершенствовании отношений в области закупок товаров (работ, услуг) за счет собственных средств» и др. [1, 2, 3, 4].

Реализация положений, содержащихся в перечисленных документах, способствовала формированию в нашей стране информационных и маркетинговых торговых систем, специализирующихся на закупках материально-технических средств для ведения производственно-хозяйственной деятельности субъектов хозяйствования АПК, оптимизации банковских и финансовых услуг, продвижении сельскохозяйственных товаров на внутренний и внешний рынки.

Отметим, что новые ЭТП создаются с использованием передовых интернет-технологий, что позволяет им снабжать заинтересованные стороны общедоступной информацией о спросе, предложении и ценах на профильную продукцию, обеспечивать открытость процесса торговли, создавать благоприятные условия для ведения добросовестной конкуренции. Основными преимуществами электронных торговых площадок являются юридическая сила сделок, исключение личных контактов между заказчиками и поставщиками, отсутствие территориальной привязки.

Совершенствование теоретических и методологических основ создания и функционирования электронных торговых площадок, а также оценка их влияния на уровень производственной активности субъектов хозяйствования являются условиями повышения конкурентоспособности структур белорусского АПК.

## Материалы и методы

Исследование базируется на изучении и обобщении публикаций отечественных и зарубежных авторов, содержания действующей нормативно-правовой базы Республики Беларусь, официальных сайтов Министерства сельского хозяйства и продовольствия Республики Беларусь, Министерства антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь, ОАО «Белорусская универсальная товарная биржа», ИРУП «Национальный центр маркетинга и конъюнктуры цен». Используются методы системного и сравнительного анализа.

## Основная часть

Изучение и обобщение содержания ряда профильных источников показало, что различные авторы рассматривают электронную торговую площадку как место, где представлен широкий спектр продукции, в отношении которой любая организация может выступать в качестве как заказчика (получая возможность проводить электронные торги, аукционы, конкурсы, а также выдавать запросы о котировках и предложениях для оптимизации затрат), так и поставщика (участвуя в проводимых закупках, размещая информацию о предлагаемых продуктах и услугах). Укажем, что Всемирная торговая организация определяет данную категорию как специфическую форму торговли, новый способ покупки, продажи, распределения товаров и услуг [5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12].

В соответствии с п. 1 Закона Республики Беларусь «О государственных закупках товаров (работ, услуг)» ЭТП рассматривается как информационная торговая система, предназначенная для организации и проведения процедур государственных закупок в электронном формате, доступ к которой осуществляется через сайт в глобальной компьютерной сети Интернет. Данный документ также регулирует вопросы, связанные с созданием и функционированием электронных торговых площадок. Так, под аккредитацией на данных сайтах понимается предоставление операторами прав доступа для:

осуществления государственных закупок заказчиками и поставщиками;

участия в процедурах государственных закупок юридических или физических лиц, в том числе индивидуальных предпринимателей [1].

В техническом аспекте основными организационными моделями электронных торговых площадок являются:

сайт-каталог (агрегатор) – виртуальный каталог, объединяющий отдельные предложения большого числа продавцов. На нем покупатели имеют возможность сравнивать товары одновременно по многим параметрам (например цене, дате и условиям поставки, наличию и сути гарантий);

сайт-аукцион – место для распродажи товарных запасов, цены на которые не являются четко фиксированными, а устанавливаются в ходе торгов;

сайт-биржа – анонимная торговая площадка, позволяющая производителям осуществлять куплю-продажу реальных товаров на условиях немедленных поставок и оплаты.

Вне зависимости от организационной модели создания данных платформ основными функциональными направлениями деятельности электронной торговой площадки выступают:

информационное – обеспечение пользователей ЭТП актуальной и своевременной информацией, включающей перечень организаций, работающих на данной платформе;

маркетинговое – поиск покупателей и потребителей товаров, услуг и работ; предоставление информации о спросе, предложении и ценах на конкретную продукцию;

рекламное – размещение в едином информационном пространстве сведений об организациях-участниках;

торговое – осуществление полного комплекса разнообразных торгово-закупочных мероприятий, связанных с приобретением товаров и получением услуг;

аналитическое – сравнительный анализ различных показателей деятельности представленных организаций, позволяющий выбирать контрагентов для осуществления поставок, выполнения работ, оказания услуг;

защитное – ведение безопасного электронного документооборота с использованием сертифицированных средств криптографической защиты информации [11].

Выполненный нами анализ показал, что развитие электронных торговых площадок способствовало появлению различных их разновидностей. Предлагаемая классификация включает такие признаки ЭТП, как:

тип управления;

создатели и пользователи;

специализация участников;

субъекты сделок (см. рис.).

С учетом специализации деятельности участников ЭТП последние делят на:

вертикальные, объединяющие предприятия в рамках выбранной отрасли (например сельского хозяйства, обрабатывающей промышленности и т.д.) или поставщиков и дилеров из одной организации;

горизонтальные (межотраслевые) – созданные в рамках торговых, расчетных или аукционной систем группы организаций, принадлежащих к разным отраслям, но решающих общие задачи (например осуществляющих поиск и продажу сырья, материалов, оборудования и др.);

смешанные (сочетающие признаки вертикальных и горизонтальных).

Наряду с этим электронные торговые площадки могут создаваться продавцами (buyer-driven), покупателями (seller-driven), а также представителями третьей стороны (third-party-driven). В связи с этим выделяются площадки независимые, частные и отраслевые (принадлежащие специально созданным отраслевым консорциумам).

Изучение опыта создания и функционирования подобных структур в Республике Беларусь и государствах, входящих в Евразийский экономический союз, показало, что в данных странах численность функционирующих электронных торговых площадок различна. Наибольшее их количество имеется в Российской Федерации, причем самыми популярными являются принадлежащие ЗАО «Сбербанк-АСТ» и ООО «РТС-Тендер», на которые приходится соответственно 39% и 26% всех государственных закупок, осуществляемых в электронной форме. Республика Армения, Республика Казахстан и Кыргызская Республика имеют только по одному информационному ресурсу, специализирующемуся на государственных закупках (см. табл. 1).



Классификация электронных торговых площадок (выполнен автором на основании собственных исследований)

Таблица 1. Основные электронные торговые площадки в государствах – членах ЕАЭС (по состоянию на 01.01.2020)

Названия организаций или официальных порталов	Адреса электронных ресурсов
Республика Армения	
Информация о государственных закупках Армении	<a href="https://www.armeps.am">https://www.armeps.am</a>
Республика Беларусь	
ОАО «Белорусская универсальная товарная биржа»	Биржевые торги – <a href="http://www.butb.by">http://www.butb.by</a> , электронные аукционы и процедуры запросов ценовых предложений – <a href="http://zakupki.butb.by">http://zakupki.butb.by</a>
ИРУП «Национальный центр маркетинга и конъюнктуры цен»	<a href="http://www.icetrade.by">http://www.icetrade.by</a> , <a href="http://www.export.by">http://www.export.by</a> , электронные аукционы и процедуры запросов ценовых предложений – <a href="http://www.goszakupki.by">http://www.goszakupki.by</a>
Республика Казахстан	
Информация о государственных закупках Казахстана	<a href="http://www.goszakup.gov.kz">http://www.goszakup.gov.kz</a>

Названия организаций или официальных порталов	Адреса электронных ресурсов
Кыргызская Республика	
Официальный портал государственных закупок	<a href="http://zakupki.gov.kg">http://zakupki.gov.kg</a>
Российская Федерация	
Акционерное общество «Агентство по государственному заказу Республики Татарстан»	<a href="http://etp.zakazrf.ru">http://etp.zakazrf.ru</a>
Акционерное общество «Единая электронная торговая площадка»	<a href="http://roseltorg.ru">http://roseltorg.ru</a>
Акционерное общество «Российский аукционный дом»	<a href="https://gz.lot-online.ru">https://gz.lot-online.ru</a>
Акционерное общество «ТЭК-Торг»	<a href="http://www.tektorg.ru/">http://www.tektorg.ru/</a>
Акционерное общество «Электронные торговые системы»	<a href="http://www.etp-ets.ru">http://www.etp-ets.ru</a>
Закрытое акционерное общество «Сбербанк – Автоматизированная система торгов»	<a href="http://www.sberbank-ast.ru">http://www.sberbank-ast.ru</a>
Общество с ограниченной ответственностью «РТС-Тендер»	<a href="http://www.rts-tender.ru">http://www.rts-tender.ru</a>
Общество с ограниченной ответственностью «Электронная торговая площадка ГПБ»	<a href="http://etp.gpb.ru">http://etp.gpb.ru</a>

Примечание. Источник: [13].

В Республике Беларусь функционирует две электронные торговые площадки. Первая действует на базе ОАО «Белорусская универсальная товарная биржа» и в режиме онлайн проводит биржевые торги с применением электронной цифровой подписи. Положительным аспектом ее использования является то, что данная ЭТП – полноценная платформа, на которой можно продавать и покупать практически любые товары, размещая заявки на русском или английском языках. Эта площадка круглосуточно работает через Интернет, позволяя участвовать в торгах из любой точки мира. Достаточно разместить в торговой системе заявку на покупку или продажу, и информация о ней будет автоматически направлена тысячам потенциальных продавцов и покупателей. Второй отечественной электронной торговой площадкой является ИРУП «Национальный центр маркетинга и конъюнктуры цен». Данная структура оказывает ряд услуг в области маркетинга, проводит поиск бизнес-партнеров, выдает сертификаты открытого ключа проверки электронной цифровой подписи, производит информационное сопровождение государственных закупок, осуществляет оперативное информирование о закупках и продажах, оказывает информационно-рекламную поддержку, проводит образовательные и обучающие семинары [14, 15].

Развитие электронной коммерции, а также соответствующей инфраструктуры представляет практический интерес и для предприятий АПК Республики Беларусь. В настоящее время услугами электронных торговых площадок пользуется незначительная часть отечественных аграрных организаций, поскольку действующий механизм функционирования ЭТП требует проведения определенных изменений, в первую очередь касающихся совершенствования организационно-экономических взаимоотношений между субъектами хозяйствования.

В ходе проведенного исследования нами выявлены и систематизированы перечисленные далее риски, снижающие эффективность ведения электронного бизнеса, в том числе и в аграрной сфере:

1. Бухгалтерский учет и налогообложение в области электронной торговли имеют ряд специфических особенностей.
2. Личность партнера и подлинность электронных документов не всегда могут быть установлены с достаточной степенью достоверности.
3. Согласование условий нестандартных контрактов при обмене электронными документами часто оказывается труднее, чем при обычных переговорах.
4. Уровень развития инфраструктуры бизнеса (транспортной, логистической, сервисной и т.д.) недостаточен. В результате купить товар у поставщика из иного региона можно, но доставка этого товара может быть сопряжена с очень высокими издержками.
5. Отсутствует система оценки и измерения свойств предлагаемой продукции, адекватная новым условиям торговли, при которых у партнеров нет возможности визуально оценить качество товаров.

6. Имеют место инвестиционные и технологические сбои в электронной системе, которые могут полностью парализовать торги.

7. Практика электронной торговли не унифицирована. Требуется создать единый стандарт, регламентирующий процессы организации и проведения тендеров.

8. Степень «прозрачности» закупок и общий уровень культуры электронной торговли определяет человеческий фактор.

Нами предлагается рассматривать электронную торговую площадку как структуру, являющуюся посредником в сфере информационного обмена, обеспечивающую проведение сделок купли-продажи и предоставляющую гарантии их реализации участникам торгов.

Анализ, выполненный с использованием данных о функционировании агрохимического рынка Беларуси, показал, что на республиканском и областном уровнях недостаточно развита инфраструктура электронной торговли. Трансакционные связи и взаимоотношения между субъектами хозяйствования централизованно осуществляются через торгово-производственное объединение «Белресурсы», комитеты по сельскому хозяйству и продовольствию облисполкомов, а также через областные и районные агросервисы. Для повышения конкурентоспособности организаций АПК целесообразно в качестве рыночных инструментов использовать системы электронных коммуникаций. Алгоритм коммуникационно-рыночного организационно-экономического механизма агрохимического обеспечения сельскохозяйственных товаропроизводителей подробно изложен в материалах иного исследования, опубликованных ранее [16].

Экономическую основу функционирования ЭТП обеспечивает оплата каждой сделки (транзакции), то есть комиссионный сбор. В контексте дальнейшего обоснования предлагаемых подходов нами определено, что практика получения доходов от транзакций может быть организована разными способами, например путем взимания определенного процента или фиксированной суммы с транзакции на основе заказа на покупку или счет-фактуры. Кроме того, комиссию может оплатить продавец или покупатель. В этой связи электронные торговые площадки выполняют и такие функции, как продажа программного обеспечения, профессиональные услуги, размещение рекламы, организация подписки.

Для совершенствования агрохимического обеспечения сельскохозяйственных товаропроизводителей с учетом специализации участников электронных торгов нами предлагается на республиканском уровне создать электронную торговую площадку в форме торгового дома. При прогнозной оценке уровня эффективности данной структуры нами учтено влияние внешних и внутренних факторов (см. табл. 2).

**Таблица 2. Расчетная эффективность действующей на республиканском уровне электронной торговой площадки (торгового дома, специализирующегося на агрохимическом обеспечении сельскохозяйственных товаропроизводителей)**

Выгоды продавцов		Выгоды покупателей	
Виды транзакций	Эффективность, %	Виды транзакций	Эффективность, %
Снижение затрат, связанных с продажами	20–25	Снижение стоимости процесса закупок	20–25
Сокращение расходов на управление заказами	25–30	Снижение непроизводственных затрат	40–45
Увеличение числа покупателей и торговых сделок	40–45	Расширение ассортимента товара и услуг	1,5–2,0 раза
Увеличение размеров прибыли	15–20	Ценовая скидка	20–50

*Примечание.* Составлена автором на основании результатов собственных исследований.

Электронные торговые площадки позволяют:  
значительно уменьшить затраты рабочего времени и денежных средств на организацию и проведение закупок;

обеспечить прозрачность и открытость торгового процесса;

снабжать заинтересованных лиц информацией, касающейся конкретных сделок.

Использование услуг ЭТП направлено на повышение эффективности функционирования субъектов хозяйствования АПК и увеличение конкурентоспособности отечественной аграрной продукции, предлагаемой на внутреннем и внешнем рынках.

**Выводы**

В ходе исследования обоснованы теоретические и методологические основы процессов создания и функционирования электронных торговых площадок как эффективного инструмента, повышающего конкурентоспособность предприятий агропромышленного комплекса. Установлено, что ЭТП обеспечивают всех заинтересованных лиц актуальной информацией о товарах, услугах и работах, планируют и организуют электронные торги, являются посредниками при заключении сделок купли-продажи между сельхозорганизациями. Важными преимуществами исследуемых систем является прозрачность и открытость процесса закупок, а также значительное уменьшение различных бизнес-рисков, существенно повышающее эффективность работы участников торговых сделок.

С целью расширения сферы деятельности электронных торговых площадок и обоснования актуальности присутствия на них структур АПК предложены (на примере агрохимического рынка Республики Беларусь) подходы к вопросам совершенствования институциональной среды, формирования благоприятного бизнес-климата, наращивания производственно-экономического потенциала хозяйств, внедрения методов и стратегий электронного агробизнеса. Проведен расчет эффективности функционирования предлагаемой к созданию на республиканском уровне электронной торговой площадки (торгового дома, специализирующегося на агрохимическом обеспечении сельскохозяйственных товаропроизводителей).

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. О государственных закупках товаров (работ, услуг) [Электронный ресурс]: Закон Респ. Беларусь от 13 июля 2012 г. № 419-З: с изм. и доп. от 17 июля 2018 г. № 136-З // Нац. правовой Интернет-портал Респ. Беларусь. – Режим доступа: <http://www.pravo.by/document/?guid=3871&p0=h11200419>. – Дата доступа: 23.12.2019.
2. О развитии цифровой экономики [Электронный ресурс]: Декрет Президента Респ. Беларусь, 21 дек. 2017 г., № 8 // Официальный интернет-портал Президента Респ. Беларусь. – Режим доступа: [http://president.gov.by/ru/official\\_documents\\_ru/view/dekret-8-ot-21-dekabrja-2017-g-17716/](http://president.gov.by/ru/official_documents_ru/view/dekret-8-ot-21-dekabrja-2017-g-17716/). – Дата доступа: 21.12.2017.
3. Об утверждении Государственной программы развития цифровой экономики и информационного общества на 2016–2020 годы [Электронный ресурс]: постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 23 марта 2016 г., № 235: с изм. и доп. от 4 февр. 2020 г., № 86 // Нац. правовой Интернет-портал Респ. Беларусь. – Режим доступа: <http://www.pravo.by/document/?guid=3871&p0=C21600235>. – Дата доступа: 05.02.2020.
4. О совершенствовании отношений в области закупок товаров (работ, услуг) за счет собственных средств [Электронный ресурс]: постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 15 марта 2012 г., № 229: с изм. и доп. от 5 февр. 2020 г., № 74 // Нац. правовой Интернет-портал Респ. Беларусь. – Режим доступа: <http://www.pravo.by/document/?guid=3871&p0=C21200229>. – Дата доступа: 05.02.2020.
5. Дашков, А. П. Коммерция и технология торговли / А. П. Дашков, В. К. Памбухчиянц. – М.: Дашков и Ко, 2016. – 700 с.
6. Демина, Н. В. Виды электронных торговых площадок / Н. В. Демина, М. В. Чистова // Вестник экспертного совета. – 2018. – № 1–2. – С. 132–137.
7. Каманина, Р. В. Электронная торговля – ключевое направление экономического развития страны / Р. В. Каманина // Экономика и управление: проблемы, решения. – 2018. – № 8. – С. 14–21.
8. Киреенко, Н. Система мер по повышению эффективности сбыта сельскохозяйственной продукции и продовольствия в условиях развития интеграционных процессов / Н. Киреенко // Аграрная экономика. – 2018. – № 3. – С. 31–41.
9. Рыкова, М. А. Электронная торговля как развивающийся феномен в условиях современной рыночной экономики / М. А. Рыкова // Известия Института систем управления СГЭУ. – 2017. – № 2(16). – С. 261–265.
10. Шайдуллина, В. К. Состояние и перспективы электронной торговли в России / В. К. Шайдуллина // Вестник университета. – 2019. – № 4. – С. 118–123.
11. Электронная торговая площадка [Электронный ресурс] / Википедия: свободная энциклопедия. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/>. – Дата доступа: 05.02.2020.
12. Декларация о глобальной электронной коммерции ВТО [Электронный ресурс] / Всеросс. академия внешней торговли Мин-ва экономического развития Росс. Федерации. – Режим доступа: <http://www.vavt.ru/wto/wto/GlobalElectronicCommerce>. – Дата доступа: 01.02.2020.
13. Электронные торговые площадки [Электронный ресурс] / Мин-во антимонопольного регулирования и торговли Респ. Беларусь. – Режим доступа: <https://mart.gov.by/sites/mart/home/activities/regulation-tenders/e-trade.html>. – Дата доступа: 05.02.2020.
14. Государственные закупки [Электронный ресурс] / ОАО «Белорусская универсальная товарная биржа». – Режим доступа: <http://butb.by/госзакупки-и-торги-имуществом/государственные-закупки/>. – Дата доступа: 05.02.2020.
15. Национальный центр маркетинга и конъюнктуры цен [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ncmps.by>. – Дата доступа: 05.02.2020.
16. Гракун, В. Приоритетные направления совершенствования агрохимического обеспечения сельскохозяйственных товаропроизводителей / В. Гракун // Аграрная экономика. – 2018. – № 11. – С. 18–26.

*Поступила в редакцию 06.03. 2020*