

14. *Malhotra, A. Managing Crowds in Innovation Challenges / A. Malhotra, A. Majchrzak // California Management Review. – Vol. 56(4). – 2019. – P. 103–123.*

15. *A Labor Market that Works: Connecting Talent with Opportunity in the Digital Age / J. Manyika [et al.]. – New York: McKinsey & Company, 2019.*

16. *Boudreau, J. W. Will Hr's Grasp Match its Reach? An Estimable Profession Grown Complacent and Outpaced / J. W. Boudreau // Organizational Dynamics. – Vol. 43. – 2018. – P. 189–197.*

17. *Lawler, E. E. Global Trends in Human Resource Management: a Twenty-Year Analysis / E. E. Lawler, J. W. Boudreau // Stanford, CA: Stanford University Press. – 2019. – P. 145–184.*

(Дата подачи: 20.02.2023 г.)

Л. С. Климченя

Белорусский государственный
экономический университет, Минск

L. Klimchenia

Belarus State Economic University, Minsk

УДК 339:004.738.5(1-87)

ЦИФРОВЫЕ ТОРГОВЫЕ ПЛАТФОРМЫ: СУЩНОСТЬ И ПРАКТИКА ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ

DIGITAL TRADING PLATFORMS: THE ESSENCE AND PRACTICE OF FUNCTIONING

Торговля достаточно быстро реагирует на новые технологии, трансформируя базовые бизнес-процессы. Одним из результатов такой трансформации стало появление новых форм осуществления торговли – цифровых торговых платформ. В статье автор исследует условия работы на известных цифровых торговых платформах, выявляет особенности работы на крупнейших из них. По результатам исследования автором выявлено, что наибольший потенциал для белорусских субъектов хозяйствования в настоящее время предоставляет платформа «Wildberries».

Ключевые слова: электронная торговля; цифровая торговая платформа; цифровая платформа; онлайн-платформа; маркетплейс; параметры цифровых платформ.

Trade reacts quickly enough to new technologies, transforming basic business processes. One of the results of this transformation was the emergence of new forms of trading – digital trading platforms. In the article, the author explores the working conditions on well-known trading platforms, identifies the features of working on the largest digital platforms. According to the results of the research, the author revealed that the Wildberries platform currently provides the greatest potential for Belarusian business entities.

Keywords: e-trade; digital trading platform; digital platform; online platform; marketplace; parameters of digital platforms.

Высокие темпы цифровизации разных сфер деятельности и перехода к цифровой экономике изменяют традиционные подходы к организации

как продажи, так и покупки товаров. Все это обусловило появление и активное развитие (особенно в условиях пандемии) новой формы осуществления торговых операций, а именно электронной торговли. Причем в разных странах уровень проникновения электронной торговли в торговую сферу различный, что постоянно отмечает автор в своих публикациях [1, 2]. Так, «согласно данным Госстата Китая, в 2021 году объем розничных онлайн-продаж достиг 13,1 трлн юаней /около 1,9 трлн долл. США/ с приростом на 14,1 проц. в годовом выражении. При этом объем розничных продаж физических товаров на онлайн-платформах возрос на 12 проц. и составил 24,5 проц. от общего объема розничных продаж потребительских товаров в стране» [3]. По итогам 2022 года можно отметить, что «с января по ноябрь продажи выросли на 6,4 % и теперь обеспечивают рекордные 27,1 % от общего объема розницы по стране» [4]. Заметим, что, как отмечают авторы в приведенных публикациях, рост достигнут за счет доминирования цифровых торговых платформ.

На сегодняшний день, как отмечает ряд специалистов, мощнейшим цифровым ресурсом экономики являются цифровые платформы [5, 6]. В литературе цифровые платформы называют маркетплейсами, что стало заимствованным понятием.

В 2021 г. общий рынок маркетплейсов составлял порядка \$2,9 трлн и, по прогнозам RetailX, через пять лет превысит \$5 трлн. Большая часть этого роста, вероятно, будет обеспечена всего пятью игроками: Amazon, Alibaba, Pinduoduo, JD.com и Walmart [7].

Согласно определению Автономной некоммерческой организации (АНО) «Цифровая экономика»: «цифровая платформа или кросс-функциональная платформа – это система алгоритмизированных взаимовыгодных взаимоотношений значимого количества независимых участников отрасли экономики (или сферы деятельности), осуществляемых в единой информационной среде, приводящая к снижению транзакционных издержек за счет применения пакета цифровых технологий работы с данными и изменения системы разделения труда» [8].

Другими словами, цифровая платформа – это сложная информационная система, которая обеспечивает выполнение функций связи между участниками рынка, открыта для использования клиентами и партнерами, включая разработчиков приложений, поставщиков услуг и агентов.

По определению Массачусетского технологического института: «цифровая платформа – это платформа, использующая технологии для соединения людей, организаций и ресурсов в интерактивной экосистеме» [9].

В отчете Института экономической политики имени Е. Т. Гайдара «Цифровые экосистемы в России: эволюция, типология, подходы к регулированию» дается следующая трактовка исследуемой дефиниции: «это сервис взаимодействия двух и более типов экономических агентов, представляющий собой многосторонний рынок и реализованный посредством информационных технологий и доступа к сети «Интернет», и обеспечивающий

взаимовыгодные отношения между различными группами клиентов и платформой» [10].

Таким образом, в рамках данного исследования мы будем придерживаться трактовки, что цифровая платформа – это многосторонний рынок с детерминированными правилами для участников, обеспечивающий взаимовыгодные отношения между его участниками.

В рамках мирового рынка электронной торговли цифровые платформы, в том числе и торговые, сосредоточены в двух регионах: Северная Америка и Азия. При этом большее их количество зародилось в Азии, для стран которой характерно быстрое распространение информационных технологий (в первую очередь, Индия и Китай).

В рамках проводимого исследования выбраны 3 цифровые торговые платформы по критерию их оборота и масштаба деятельности.

Первая исследуемая цифровая торговая платформа – американская платформа «Amazon», основанная в 1994 г. как интернет-магазин. Согласно отчету международной консалтинговой компании Brand Finance, Amazon занял первое место в рейтинге самых дорогих брендов мира 2022 г., хотя его стоимость упала с 350 млрд до 299 млрд долларов (на 15 %).

В настоящее время на платформе работает более 3 миллионов продавцов, которые обеспечивают до 60 % продаж. Базовым требованием для начала работы на платформе выступает регистрация. Для этого используют сайт sell.amazon.com. Отметим, что гражданам России и Беларуси в настоящее время закрыт доступ для регистрации на площадке. Важный момент в работе – выбор тарифа плана продаж, от которого будут зависеть условия работы. Сравнительная характеристика тарифов планов продаж приведена в таблице 1.

Таблица 1

Сравнение вариантов тарифов плана продаж платформы «Amazon»*

Показатель	План продаж	
	Индивидуальный	Профессиональный
Стоимость, долл. США	0,99	39,99
Условия для выбора	<ul style="list-style-type: none"> • Планируемая реализация менее 40 товаров в месяц. • Первоначальные затраты низкие. • Не требуются «продвинутые» инструменты продаж или дополнительные программы. • Окончательно не принято решение по ассортименту реализуемых товаров 	<ul style="list-style-type: none"> • Планируемая реализация более 40 товаров в месяц. • Предоставляется доступ к передовым инструментам продаж. • Принимается заявка на дополнительные программы, такие как Amazon Business, Launchpad или Handmade. • Имеется успешный опыт электронной торговли

Примечание: *составлено автором на основе [11].

Параллельно с выбором плана продаж принимается решение о стратегии продаж, т. е. какие товары войдут в ассортимент. Возможно применение 2 стратегий: реселлинг или работа под собственным брендом (Private Label). Только после выбора тарифа по планам продаж и стратегии стоит переходить непосредственно к регистрации. «Amazon» предлагает регистрацию как в качестве нового продавца, так и использование своей уже существующей учетной записи клиента.

Для регистрации требуется предоставление следующей информации: юридический адрес электронной почты или учетная запись клиента «Amazon»; платежная кредитная карта; выданное государством национальное удостоверение личности (даже для юридического лица это должен быть паспорт лица, являющегося владельцем компании); налоговая информация; номер телефона; банковский счет для зачисления выручки от продаж.

Для эффективной работы продавца с аккаунтом у «Amazon» мобильное приложение для iOS и Android. Кроме того, «Amazon» заключила контракты с такими логистическими компаниями, как FedEx, DHL для уменьшения транспортных расходов, связанных с доставкой товаров.

Цифровая торговая платформа «AliExpress» была запущена в апреле 2010 г. Она работает на рынках более 220 стран и регионов, охватывая 30 отраслевых категорий.

Помимо регламентации регистрации данной цифровой торговой платформой сформированы требования к содержанию информации о товаре (создание карточки товара); логистике; платежам, маркетинговым инструментам и управлению учетной записью. Как показали результаты исследования, регистрация на «AliExpress» бесплатная. При этом необходимо разово заплатить 1500 долл. США в качестве комиссионного сбора с продавца и в дальнейшем уплачивать комиссионный сбор с каждой транзакции от 5 до 8 % (в зависимости от категории товара). Лучшее условие этой цифровой торговой платформы для продавцов – отсутствие косвенных платежей. Отметим также, что комиссионные сборы ежегодно возвращаются до 50 % или более при достижении определенной выручки от реализации товаров [12].

Работающим продавцам «AliExpress» предлагает широкую линейку маркетинговых инструментов: партнерские программы, скидки (на весь ассортимент товаров, включая временные), групповые покупки, рассылки по электронной почте, подписку на продавца, рекламные мероприятия и др. Так, в 2020 г. «AliExpress» запустила новый продукт «Merchant Growth», помогающий продавцам увеличивать реализацию товаров посредством рекомендаций по ускорению выполнения заказов, формированием навыков работы с магазином на торговой платформе, применению маркетинговых инструментов продвижения магазина продавца.

Отметим, что для рынка Российской Федерации создан отдельный субъект «AliExpress Россия» (совместное китайско-российское предприятие: Alibaba Group, Mail.ru Group и «Мегафона»), на площадке которого работают только российские продавцы.

Третья в исследовании цифровая торговая платформа «Wildberries» – универсальная цифровая торговая платформа, на которой представлено свыше 50 товарных категорий. В 2020 г. «Wildberries» занял первое место в рейтинге главных продавцов Рунета, опубликованном на страницах журнала Forbes [13].

Регистрация на данной торговой платформе считается одной из самых сложных среди отечественных и зарубежных цифровых торговых платформ. Регистрация осуществляется на портале partners.wb.ru. Предлагается 5-ступенчатая верификация, при которой требуется загрузить сканы ряда документов. Официальный срок рассмотрения заявки на регистрацию составляет 3 дня. Еще одно серьезное требование – только электронный документооборот (системы Диадок, СБИС, Synerdocs, Контур, Тензор).

Согласно размещенной на информационном ресурсе информации, предъявляются требования к подтверждению происхождения и качества выставляемого на цифровой торговой платформе товара. В качестве подтверждающих документов можно использовать: свидетельство государственной регистрации; декларации или сертификаты соответствия; пожарные сертификаты (если в характеристике продукции заявлено, что она попадает под техрегламент ТС № 43). Торговая платформа достаточно строго относится к точности указания данных, которые вносит продавец в карточки товаров. Если все требования удовлетворены и товар продавца принят на складе, то он становится доступным для покупки, а продавец – официальным поставщиком.

За свои услуги «Wildberries» берет вознаграждение, по сведениям с официального сайта, от 5 до 15 %. В начале недели на странице партнера размещается промежуточный отчет о продажах, после чего в течение 14 дней выплачиваются деньги на указанный им счет за минусом оплаты вознаграждения, скидок (относится и скидка постоянного покупателя), расходов на доставку, хранение, штрафов и других услуг.

По результатам исследования функционирования трех крупнейших цифровых торговых платформ сравним их по ряду параметров, которые актуальны для потенциальных продавцов, отразив результаты в таблице 2.

Таблица 2

Сравнительная характеристика исследуемых цифровых торговых платформ*

Параметр	«Amazon»	«AliExpress»	«Wildberries»
Страна происхождения	Соединенные Штаты Америки	Китайская Народная Республика	Российская Федерация
Комиссия платформы	Планы продаж: 0,99 с транзакции либо 39,99 долл. США в месяц. Сбор за продажу в зависимости от товара	Оплата 1500 долл. США единовременно, 5–8 % с каждой транзакции	От 5 до 15 % с транзакции, а также 0,44 долл. США за доставку товара до склада и возврат
Публикация карточки товара	Заполнение формы и при необходимости приобретение GTIN	Требуется заполнение формы	Заполнение и загрузка спецификации

Параметр	«Amazon»	«AliExpress»	«Wildberries»
Собственная логистика	FBA (отгрузка на склад «Amazon» некоего количества товара) и FBM (доставка собственными силами продавца)	FBM (доставка собственными силами продавца) либо отгрузка на склад платформы (через «AliExpress Shipping» и Cainiao»)	Для Беларуси отгрузка в сортировочный Центр Минск по факту заказа за счет продавца или собственными силами продавца
Партнерство	DHL, FedEx и другие	UPS, DHL, FedEx, TNT, EMS, SF и др.	Имеются, но не опубликованы
Получение выручки	Через платежные системы: PayPal, TransferWise	В течение 5–7 рабочих дней по факту подтверждения покупателем получения товара на счет Alipay	В течение 14 дней после размещения в личном кабинете продавца промежуточного отчета на расчетный счет, указанный при регистрации
Маркетинговые инструменты	Есть внутренние и внешние	Есть внутренние	Есть внутренние и внешние

Примечание: *составлено автором.

Из представленного в таблице 2 следует, что все три цифровые торговые платформы предлагают различные, но также в чем-то схожие между собой условия сотрудничества с продавцами (партнерами). Отметим, что любое партнерство с цифровыми торговыми платформами имеет как плюсы, так и минусы и требует периода адаптации. Цифровые торговые платформы позволяют повысить эффективность деятельности поставщиков по продаже товаров за счет цифровизации процессов взаимодействия с их потребителями. Лидирующие цифровые торговые платформы представляют продавцам свои большие аудитории, а также обеспечивают снижения непроизводственных затрат за счет сокращения времени на коммуникации с покупателями.

При выборе платформ важно начинать с перечня стран, субъекты хозяйствования которых допускаются к работе на цифровых торговых платформах. Так, особенностью «AliExpress» является то, что она открыта для ограниченного круга стран, так как для того, чтобы предоставить доступ к цифровой торговой платформе представителям из других стран необходимо как минимум построить там хотя бы один склад/сортировочный пункт. В настоящее время «AliExpress» для белорусских поставщиков, предпринимателей, самозанятых не представляет возможности выйти на китайский рынок.

С учетом изложенных выше особенностей работы на исследуемых цифровых торговых платформах отметим, что наибольший потенциал для белорусских субъектов хозяйствования в настоящее время предоставляет платформа «Wildberries». Самостоятельно разобравшись в предлагаемом алгоритме работы, продавец может результативно работать на данной цифровой торговой платформе.

Список использованных источников

1. *Климченя, Л. С.* Электронная торговля: понятие и сущность: Цифровое управление государством и бизнесом: Сборник докладов межд. форума (Москва, 15 марта 2022 г.). – М.: Государственный университет управления. – С. 151–155.
2. *Климченя, Л. С.* Цифровая трансформация экономики как результат цифровой трансформации бизнес-процессов / Л. С. Климченя // Научные труды РИВШ. – Минск: РИВШ, 2021. – С. 178–185.
3. В Китае наблюдается стабильный рост новых драйверов экономического развития [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://russian.people.com.cn/n3/2022/0901/c31518-10142547>. – Дата доступа: 08.12.2022.
4. Китай: что происходило в 2022 году и как это отразилось на экономическом развитии страны [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vc.ru/u/1169368-china-professionals/573338-kitay-chto-proishodilo-v-2022-godu-i-kak-eto-otrazilos-na-ekonomicheskom-razviti-i-stranu>. – Дата доступа: 28.01.2023.
5. *Поддубная, О. Н.* Теоретические и концептуальные подходы к моделированию экономической динамики в контексте цифровой трансформации / О. Н. Поддубная // Бело-русский экономический журнал. – 2020. – № 4. – С. 79–90.
6. Создание стоимости и получение выгод: последствия для развивающихся стран: Доклад о цифровой экономике ЮНКТАД [Электронный ресурс]. – 2019. – Режим доступа: https://unctad.org/system/files/official-document/der2019_overview_ru.pdf. – Дата доступа: 05.11.2022.
7. Рынок европейских маркетплейсов: аналитика RetailX [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://e-pepper.ru/news/rynok-evropeyskikh-marketpleysov-analitika-retailx.html>. – Дата доступа: 20.01.2023.
8. Подходы к определению и типизации цифровых платформ. Проект АНО «Цифровая экономика» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://files.data-economy.ru/digital_platforms_project.pdf. – Дата доступа: 05.11.2022.
9. *Eastwood, B.* Return of platforms (and how to not fail at building one) [Electronic resource] / B. Eastwood – 2016. – Mode of access: <https://mitsloan.mit.edu/ideas-made-to-matter/return-platforms-and-how-to-not-fail-building-one>. – Date of access: 05.11.2022.
10. Цифровые экосистемы в России: эволюция, типология, подходы к регулированию [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.iep.ru/files/news/Issledovanie_jekosistem_Otchet.pdf. – Дата доступа: 28.01.2023.
11. How to Start Selling on Amazon [Electronic resource]. – Mode of access: <https://sell.amazon.com/sell.html>. – Date of access: 21.01.2023.
12. *Ahmed, A.* Your Ultimate Guide to Sell on AliExpress [Electronic resource]. – 2021. – Mode of access: <https://cutt.ly/7bFjTju>. – Date of access: 17.01.2023.
13. 10 главных продавцов Рунета. Рейтинг Forbes [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.forbes.ru/biznes-photogallery/393349-10-glavnyh-prodavcov-runeta-reyting-forbes>. – Дата доступа: 28.01.2023.

(Дата подачи: 23.02.2023 г.)