

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-415-6-16>

РОЗВИТОК КОРПОРАТИВНИХ ЗАКУПІВЕЛЬ У СЕРЕДОВИЩІ Е-КОМЕРЦІЇ

У сучасних умовах ринкової динаміки, геополітичного напруження та глобальної інформатизації, моделі електронної комерції B2B (business to business) та B2G (business to government) стають дедалі привабливішими для реалізації корпоративних закупівель, особливо у міжнародних корпораціях. Обидві моделі є своєрідними формами взаємодії сучасної електронної комерції, які є драйверами ринку закупівель, однак мають свої унікальні особливості.

Модель B2B (операції «Бізнес-Бізнес») фокусується на транзакціях між підприємствами та бізнесами, де товари та послуги продаються одній компанії іншій для використання у їхній власній діяльності або для перепродажу. У сфері закупівель та постачання модель B2B може охоплювати різні етапи ланцюжка постачання, включаючи виробництво, дистрибуцію та обслуговування підприємства.

Водночас, модель B2G (операції «Бізнес-Державний сектор») спрямована на публічні закупівлі, тобто укладення угод та транзакції між бізнесами та урядовими організаціями. Це може включати постачання товарів та послуг для державних проєктів або послуг, призначених для державних потреб. Масштаб цієї моделі ширший, адже B2G може охоплювати великі та складні процеси закупівель, де урядові структури реалізують закупівельну діяльність для забезпечення своїх функцій та послуг для громадян.

При цьому обидві моделі взаємодіють з ринком закупівель через постачання та замовлення товарів і послуг. В середовищі цифрової економіки існує багато електронних платформ, які спеціалізуються на обслуговуванні B2B та B2G транзакцій, де підприємства можуть розміщувати свої товари та послуги для потенційних покупців, які можуть бути іншими компаніями або урядовими організаціями [1]. Щодо конкурентного тиску, то обидві моделі стикаються з ним, і

важливо для підприємств пропонувати конкурентоспроможні ціни та якість товарів або послуг. Тут відіграє важливу роль принцип цифровізації «Прозорість та Відкритість». Фактично, ринок закупівель сприяє прозорості та відкритості у відносинах між бізнесами та урядовими установами.

В цілому, моделі B2B та B2G взаємодіють з ринком закупівель, надаючи підприємствам можливість розширити свою діяльність, забезпечити постачання товарів та послуг та взаємодіяти з різними видами покупців, включаючи інші компанії та урядові організації.

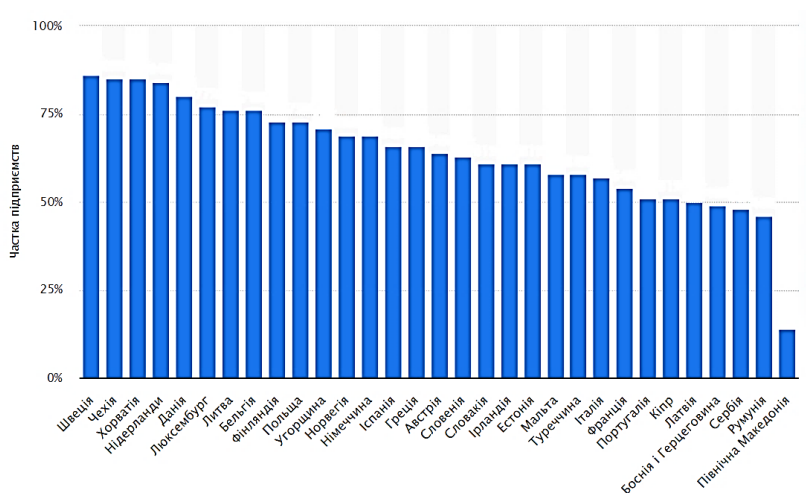


Рис. 1. Частка підприємств ЄС в моделях B2B та B2G, які здійснюють закупівлі і продажі через Інтернет-ресурси, 2023

Джерело: сформовано автором в es.europa.eu/eurostat

Вибірково по країнам ЄС бачимо, що у 2023 році Швеція мала найвищу частку виробничих підприємств, які здійснюють продажі електронної комерції B2B та B2G через веб-сайт у Європейському Союзі з часткою приблизно 86 %. Друге та третє місця посіли Чехія та Хорватія, які мали однаковий відсоток акцій. Найнижчою часткою країни була Північна Македонія з відсотком приблизно 14 %, 32 % підприємств в Ісландії здійснювали продажі електронної комерції між бізнесом (B2B) та бізнесом для уряду (B2G) через веб-сайт. Друге місце посіли Бельгія, Данія та Чехія, кожна з яких мала частку в 19 % підприємств.

Така динаміка є значущим індикатором зростання цифрової трансформації на ринку закупівель. Збільшення використання цих моделей свідчить про те, що підприємства усе більше використовують потенціал інтернет-платформ для проведення бізнес-операцій і взаємодії як з іншими компаніями (B2B), так і з урядовими структурами (B2G). Цей тренд вказує на зростання електронної комерції та важливість цифрових каналів для ефективних процесів закупівель та продажів. За таких умов, компанії та урядові організації повинні активно адаптуватися до цифрових інновацій, щоб залишатися конкурентоспроможними та відповідати вимогам сучасного економічного середовища.

Зазначені моделі електронної комерції також сприяють підвищенню ефективності та оптимізації процесів управління ланцюжком постачання. В рамках B2B підприємства можуть встановлювати стратегічні партнерства з іншими компаніями, об'єднувати зусилля для інновацій та спільного розвитку продуктів [2]. У випадку B2G підприємства регулярно взаємодіють з урядовими організаціями, реагуючи на їхні потреби та вимоги. Технології електронного бізнесу допомагають впроваджувати автоматизовані системи управління, спрощуючи процеси замовлення, оплати та доставки [3]. Особливо важливою стає адаптація до цифрових інновацій та розвиток онлайн-каналів, що дозволяє підприємствам ефективно конкурувати на глобальному ринку закупівель та забезпечує різноманітність у способах взаємодії з різними клієнтами.

Важливим маркером такого динамічного розвитку ринку закупівель в системі е-комерції є масштабування сектору у цілому. За прогнозами науковців, світовий ринок електронної комерції у секторі B2B у 2026 році становитиме 163,2 трлн дол., а до 2056 році зросте до 921,2 трлн дол. [5].

Зважаючи на таку позитивну динаміку, для ринку закупівель відкриваються нові перспективи масштабування. Онлайн-маркетплейси та платформи, які імітують знайомі споживчі роздрібні веб-сайти або портали, стають все більш популярними серед покупців B2B у всьому світі [4].

Канали комунікаційного супроводу закупівельних процесів у цифровому середовищі такі (рис. 2).

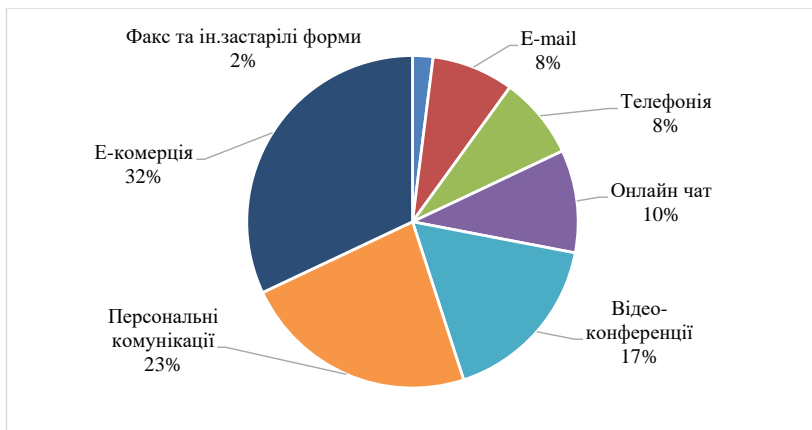


Рис. 2. Канали здійснення закупівель в моделях B2B та B2G

Джерело: складено автором на основі звітів McKinsey [5]

У цілому, 82% закупівельних процесів нині припадає на віддалену взаємодію. Усього 8% комунікацій відбувається через електронну пошту та телефонію, а 10% – через онлайн-чат. 17% продажів припадає на відеоконференцію, що стало ефективним інструментом налагодження бізнес-партнерств. Хоча варто зазначити, що в альтернативному дослідженні 23% менеджерів із закупівель назвали особисте спілкування найбільш ефективним.

Утім, наведена статистика свідчить про тенденцію до зростання використання цифрових технологій та електронної комерції у бізнес-середовищі. Для державних закупівель це може означати більшу прозорість та ефективність у проведенні тендерів та виборі постачальників [3]. Держави можуть використовувати цифрові технології для забезпечення чесності, конкурентоспроможності та максимізації вартості при закупівлях. З іншого боку, корпоративні закупівлі можуть переживати зростання глобальної конкуренції та розширювати свої можливості вибору постачальників із різних частин світу. Водночас, загальносвітовий тренд збільшення частки корпоративних закупівель в моделі B2B на ринку свідчить про перехід до більш ефективних та інноваційних методів ведення бізнесу. Компанії та урядові організації, використовуючи ці цифрові рішення, можуть забезпечити сталість та розвиток на ринку закупівель, сприяючи тим самим глобальному економічному зростанню та підвищенню ефективності управління ресурсами.

Література:

1. Lin S., Fu H., Lin A. Critical success factors and implementation strategies for B2B electronic procurement systems in the travel industry. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*. 2023. T. 14. № 4. P. 505–522. DOI: <https://doi.org/10.1108/jhtt-08-2021-0230>
2. Fedirko O., Fedirko N. Public Procurement Policy in the Implementation of the Digital Transformation Strategy: Priorities for the EU and for Ukraine. *The problems of economy*. 2023. Vol 3(57). P. 31–41. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-0712-2023-3-31-41>
3. Hochstetter J., Díaz J., Diéguez M., Espinosa R., Arango-López J., Cares C. Assessing Transparency in eGovernment Electronic Processes. *IEEE Access*. 2022. Vol. 10. P. 3074–3087. DOI <https://doi.org/10.1109/ACCESS.2021.3137799>.
4. Mietule I., Maksymova I., Holikova K. Key trends in the development of marketplaces as a trigger for the transformation of global business. *Society. Integration. Education. Proceedings of the International Scientific Conference*. 2019. T. 6. P. 374–386. DOI: <https://doi.org/10.17770/sie2019vol6.3883>
5. *Embracing the B2B Omnichannel Opportunity*. Ed. by McKinsey & Company, 2021. URL: <https://www.mckinsey.com/capabilities/growth-marketing-and-sales/our-insights/embracing-the-b2b-omnichannel-opportunity-in-2021>