УДК 004.62

**СЕРВИС ONLINE ПОИСКА ПОСТАВЩИКОВ
КАК СРЕДСТВО ОПТИМИЗАЦИИ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ
МАЛЫХ И СРЕДНИХ ПРЕДПРИЯТИЙ**

Новикова Александра Владимировна

канд. экон. наук, доцент,
доцент кафедры «Отраслевая экономика»
ФГБОУ ВО «Брянский государственный
технический университет»

Аннотация. Основными результатами исследования являются анализ рынка решений по поиску поставщиков, разработка концепции сайта для поиска поставщиков, адаптированного под потребности малого и микробизнеса, а также обоснование экономической эффективности проекта.

Ключевые слова: поставщики, покупатели, оптимизация, малый и средний бизнес, платформа.

**ONLINE SUPPLIER SEARCH SERVICE
AS A MEANS OF OPTIMIZING BUSINESS PROCESSES
SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES**

Novikova Alexandra Vladimirovna

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor

Abstract. The main results of the research are the analysis of the market of solutions for the search for suppliers, the development of a site concept for the

search for suppliers, adapted to the needs of small and micro-businesses, as well as the justification of the economic efficiency of the project.

Key words: suppliers, buyers, optimization, small and medium business, platform.

Объектом исследования выступают технологии поиска поставщиков онлайн, а предметом исследования – разработка платформы по быстрому и удобному поиску поставщиков товаров и услуг для малого и среднего бизнеса через интернет.

Цель исследования – проанализировать опыт эксплуатации уже имеющихся на рынке продуктов по поиску поставщиков, их особенности, достоинства и недостатки и предложить свое решение, учитывающее специфику работы с малым (в том числе микро-) и средним бизнесом.

К методам проведенного исследования можно отнести: сравнительный анализ и синтез, сбор и обработку статистических данных, моделирование, прогнозирование

Бизнес – это сложная система, и успех того или иного предприятия зависит от синергии множества факторов [1]. Одним из ключевых факторов является выбор подходящих поставщиков. Каким бы ни был бизнес: магазин, салон красоты, автосервис или даже небольшое производство, он рано или поздно сталкивается с проблемой поиска поставщиков материалов, услуг, оборудования.

В наше время эта проблема становится всё более актуальной. Согласно динамике социально-экономического развития Брянской области, количество малых и средних предприятий в 2018 году составило 13 200 единиц, а их суммарный оборот оценивается в 298,83 млрд рублей, что на 9,2% больше, чем в 2017 году. В 2017 году количество малых и средних предприятий составило 13 035 единиц, а оборот по всем видам

деятельности – 273,56 млрд. рублей, что на 20,2% больше, чем в 2016 году [2].

Для того чтобы найти статистику за 2019 год, обратимся к данным Брянскстата. Так, численность микропредприятий (юридические лица) составила 10245, а их оборот оценивается в 124,5 млрд рублей (+7% к уровню 2018 года). Численность малых предприятий составила 1370 единиц, а их суммарный оборот – 138,2 млрд рублей (+0,5% к уровню 2018 года). Таким образом, наблюдается устойчивый рост.

Однако в масштабах России ситуация с малым и средним бизнесом складывается не лучшим образом. Количество предприятий сокращается, а вклад в экономику падает. Согласно данным бизнес-портала РБК, главными проблемами предприниматели называют высокие издержки при работе с поставщиками товаров и услуг, а также высокие налоги и социальные отчисления.

К сожалению, не каждому предпринимателю хватает знаний и опыта для того, чтобы найти нужного поставщика, и при этом не разориться и не нарваться на мошенников [3].

На помощь приходят современные информационные технологии [4]. Предлагается создать онлайн платформу, которая поможет потребителям найти оптимального, то есть максимально подходящего по всем критериям поставщика, а поставщикам найти покупателей на свои товары и услуги.

Для достижения этой цели планируется решить ряд задач:

- 1) проанализировать уже имеющиеся на рынке продукты;
- 2) определить достоинства и недостатки этих продуктов, а также особенности работы с ними;
- 3) разработать концепцию собственного решения, основываясь на особенностях работы с малыми и средними предприятиями, учитывая опыт уже имеющихся систем;

4) обосновать экономическую эффективность проекта и спрогнозировать период окупаемости.

Научная новизна проекта заключается в комплексном исследовании рынка сервисов для поиска поставщиков и покупателей online, а также разработке принципиально нового решения, ориентированного на малый и средний бизнес. Реализация проекта позволит уменьшить издержки предпринимателей на поиск поставщиков для своего бизнеса, тем самым способствуя увеличению деловой активности сначала в Брянской области, которую предлагается рассматривать в качестве пилотного региона, а затем и по всей России.

1. Анализ конкурентной среды

По данным портала «supple.biz» в России насчитывается 1,3 млн поставщиков, работающих с юридическими лицами. Это очень много. При таком большом предложении бизнесу достаточно трудно найти подходящий вариант.

Сейчас процесс поиска поставщика необходимого товара или услуги у большинства малых и средних компаний происходит следующим образом: директор или специалист по закупкам через поисковую систему находит интересующие его предложения и обзванивает потенциальных поставщиков.

Есть и альтернативные варианты. Можно искать поставщика на различных выставках и форумах, но постоянно посещать такие мероприятия может себе позволить далеко не каждая компания в силу дороговизны. Можно искать поставщика в печатных изданиях (газетах, журналах, каталогах). Однако поиск всеми указанными способами – это достаточно долгий и трудоёмкий процесс, который к тому же не всегда приводит к желаемым результатам.

Большинство поставщиков на рынке – это посредники или дистрибьюторы. То есть организации, занимающиеся покупкой и

перепродажей товаров. Иногда товар проходит несколько итераций купли-продажи, чтобы в итоге попасть к конечному потребителю, поэтому одной из главных проблем является величина наценки на товар от многочисленных посредников [5].

Конечно, искать поставщика лучше напрямую, поскольку это более надежно и выгодно. Отечественный производитель представлен практически во всех секторах. Это может быть как малый и средний, так и крупный бизнес. Не секрет, что непосредственные производители предлагают более долгосрочное сотрудничество на более выгодных условиях, чем дистрибьюторы [6]. Однако, как правило, непосредственные производители напрямую с малым и средним бизнесом не работают, так как это экономически нецелесообразно. Крохотные заказы малого бизнеса незначительны в рамках промышленных объемов. Поэтому и возникает проблема поиска. В то же время выбор подходящего поставщика является одним из ключевых факторов эффективного функционирования предприятия [7].

В связи с этим особую важность для малых и средних предприятий приобретает проблема максимально удобного и быстрого поиска надёжных поставщиков напрямую без дистрибьюторов [8].

На данный момент в интернете существует несколько отечественных платформ, предоставляющих услуги по поиску поставщика online. Это «Доро», «Поставщики.ру», «ОптЛист». Рассмотрим каждую из них подробнее.

Доро – платформа поиска поставщиков для интернет-магазинов. Доро самостоятельно ищет поставщиков и отбирает по своим критериям «интересные» товары. Предпочтение отдается производителям и оптовым поставщикам.

Дропо самостоятельно заключает договоры с поставщиками, то есть является классическим дистрибьютором. Клиент в виде владельца небольшого интернет-магазина размещает у себя на сайте каталог товаров с сайта Дропо. Бесплатный пакет включает в себя каталог на 1000 товаров и выгрузку на сайт не более 10 товаров. Далее интернет-магазину остается только принять оплату у покупателя и передать ее Дропо. Всю дальнейшую работу с клиентом (доставка, обслуживание, возврат товара) ведет уже Дропо.

Однако есть нюансы. Интернет-магазин может работать только с Дропо, то есть параллельно работать ещё с несколькими платформами или поставщиками нельзя. К тому же появляется существенная наценка, иногда превышающая цену у оптового поставщика в 2 раза.

Проанализировав отзывы в интернете, выяснилось, что предприниматели часто жалуются на проблемы с доставкой товаров. Доставка или переносится, или сервис заявляет, что больше не работает с этим поставщиком (причем выясняется это уже после перевода платежа Дропо). В результате покупатели отказываются от заказа, а интернет-магазин несет как финансовые, так и репутационные издержки.

«Поставщики.ру» представляет собой платформу, позволяющую поставщикам и покупателям находить друг друга. Поставщики размещают на сайте свои товары, а покупатели – свои заказы. Платформа является посредником между поставщиком и покупателем и не несёт никаких обязательств.

Рассмотрим сайт со стороны покупателя. Товары отсортированы очень грубо, то есть присутствует общая категория, например «Мототовары», в которой представлено все, что теоретически относится к товарам для мотоциклов. Более точной сортировки, даже по региону, к сожалению, нет, что создает существенные неудобства. Поиск также не помогает, так как в

нем вообще отсутствует какая-либо сортировка. Платформа позволяет без регистрации узнать контактный номер поставщика, его сайт и электронный адрес, что является неоспоримым преимуществом. Сайт позволяет оставлять отзывы о товарах, но этим никто не пользуется. К тому же ни у продавцов, ни у товаров нет хотя бы простейшей рейтинговой системы [9].

Для того, чтобы разместить свой товар, необходимо пройти бесплатную регистрацию организации, после чего можно размещать неограниченное количество товаров в рамках выбранных категорий.

«ОптЛист» позволяет поставщикам размещать товары и услуги, а покупателям свои заказы. Платформа также является посредником.

Сначала рассмотрим сайт со стороны покупателя. Платформа нацелена на поиск непосредственно поставщиков, а не на поиск товаров, поэтому на сайте нет деления товаров по категориям и какого-либо поиска. То есть если клиенту нужны компьютерные колонки, то он ищет не сами колонки, а поставщика периферийного оборудования. Связаться с поставщиком можно только через сайт. Однако многие поставщики на сайт не заходили очень давно, то есть выяснить актуальную цену и как-то связаться с ними не представляется возможным. По многим поставщикам в интернете нет никакой информации, кроме данных о государственной регистрации, поэтому отсутствие на сайте рейтинговой системы – это большой недостаток.

Зарегистрироваться на сайте как поставщик можно бесплатно, однако позиция в поиске будет самой низкой, что делает регистрацию по сути бессмысленной. Для того чтобы подняться в рейтинге, нужно покупать подписку. Чем дороже подписка, тем выше место в рейтинге.

Таким образом, были изучены три наиболее популярных в Рунете сервиса по поиску поставщиков. При изучении подобных платформ был обнаружен ряд общих недостатков:

1) отсутствие качественного поиска по товарам: на всех сайтах товары очень грубо распределены по базовым категориям, а какая-либо сортировка внутри этих категорий отсутствует;

2) невозможность отсортировать поставщиков по региону, например, если клиент хочет найти поставщика в своем регионе и не платить за доставку;

3) отсутствие понятной рейтинговой системы и системы отзывов;

4) нет возможности сортировать товары (по цене, рейтингу);

5) нацеленность на крупные оптовые продажи [10].

Ко всему прочему, количество поставщиков на этих сайтах оставляет желать лучшего, и нацелены они в основном на крупный бизнес (минимальное количество заказываемого товара в среднем составляет от 1000 до 10000 ед.). Таким образом, можно сделать вывод о том, что вышеуказанные платформы не в полной мере подходят малому и среднему бизнесу.

В связи с этим предлагается создать всероссийский реестр поставщиков товаров и услуг в виде веб-сайта и мобильного приложения, в котором были бы устранены вышеуказанные недостатки. Это позволит малому и среднему бизнесу быстро находить наиболее выгодные для себя варианты всего за пару кликов.

2. Характеристика проекта

Для начала четко определим целевую аудиторию проекта. Это преимущественно микро- и малый бизнес, но сервис будет полезен и среднему бизнесу. Сфера деятельности предприятий не так важна. Платформа будет ориентирована на мелкие оптовые заказы.

Поставщик должен будет зарегистрировать свою компанию в системе. Перед тем, как разрешить поставщику публиковать свои предложения, будет проводиться его проверка по базам данных ЕГРЮЛ/ЕГРИП, ФНС, РОССТАТ, ПФР, ФСС (информацию предоставит сервис «ЗАЧЕСТНЫЙБИЗНЕС»).

У каждого поставщика будет своя страница. На этой странице будет размещаться краткая информация о компании, сведения о государственной регистрации, краткая статистическая информация (такую информацию предоставляет целый ряд сервисов, например «СБИС»), история работы с сервисом (дата регистрации, число выполненных заказов, средняя оценка от заказчиков). На этой же странице будет располагаться каталог товаров.

Для того, чтобы начать пользоваться сервисом, покупатель также должен будет зарегистрироваться в системе и пройти проверку. После этого появится возможность просматривать полную информацию о поставщике и вести с ним переписку. Если клиент захочет узнать полную информацию о поставщике, он должен будет приобрести подписку.

В предыдущем разделе к основным недостаткам уже существующих платформ было отнесено отсутствие отзывов и рейтинговой системы у товаров. Это планируется исправить. Для успешной работы рейтинговой системы каждый заказ должен быть зарегистрирован. Для этого после завершения сделки заказчик должен будет отметить факт совершения сделки на сайте. В целях соблюдения коммерческой тайны в системе необходимо будет оформить только сам факт совершения сделки по конкретному товару, без каких-либо подробностей. Поставщик должен подтвердить факт сделки. После этого заказчику будет предложено оценить по пятибалльной шкале качество товара и уровень сервиса поставщика. Оценка будет проводиться по нескольким критериям:

- 1) качество товара, соответствие заявленных характеристик реальным;
- 2) качество работы с поставщиком: честность и открытость поставщика, соблюдение условий договора, достоверность запрашиваемой информации и др.;
- 3) дополнительные услуги, например собственная служба доставки (если их нет, то этот пункт можно пропустить) или рассрочка;

4) соблюдение сроков поставки товара или услуги (соблюдение сроков передачи товара курьерской службе и т.д.).

Поставщику также будет предложено оценить своего покупателя. Оценка будет проводиться по нескольким критериям:

1) качество работы с клиентом: честность и открытость клиента, соблюдение условий договора, достоверность запрашиваемой информации и др.;

2) соблюдение сроков оплаты: своевременность проведения платежа, отсутствие просрочки;

3) дополнительные преимущества работы с клиентом, например, оплата в день совершения сделки и т.д.

Рейтинговая система является основой платформы, выгодно отличающей её от конкурентов, поэтому требование оставлять отзыв для каждого заказа будет обязательным условием работы с платформой. У каждого товара, поставщика и покупателя будет свой рейтинг, что позволит существенно сократить время и затраты на поиск надёжного поставщика и качественного товара или услуги, а продавцам существенно сэкономить время и нервы и сразу отказываться от сотрудничества с «нерадивым» клиентом.

Важным недостатком уже существующих платформ является отсутствие качественного поиска по товарам, то есть внутри основных категорий (например «Товары для сада и огорода») нет дополнительных подкатегорий (как в любом интернет-магазине). То есть в разделе «Товары для сада и огорода» будет представлено все: и лопаты, и триммеры, и качели, и семена. Это очень неудобно и непрактично. Поиск не исправляет ситуацию. Например, клиенту нужны доски длиной в 1 метр. Поиск по запросу «доска 1 метр» скорее всего не даст результата, а на некоторых платформах (например «ОптЛист») в принципе отсутствует поиск по товарам. В связи с чем

планируется создать полноценный каталог товаров, как в крупных интернет-магазинах (Ebay, Ozon). Плюс к этому добавить возможность сортировки товаров (по способу оплаты, региону, цене и т.д.).

При организации поиска предпочтение будет отдаваться региональным поставщикам. То есть первыми будут выводиться предложения именно от местных производителей и поставщиков.

К главным особенностям предлагаемой платформы можно отнести, во-первых, ориентацию на мелкий опт, а во-вторых, ориентацию на непосредственных производителей и дилеров, которые либо являются эксклюзивными представителями производителя в регионе, либо занимаются прямыми поставками из-за границы. Ориентация платформы на мелкий опт означает то, что в результатах поиска платформа будет отдавать предпочтение поставщикам, работающих с небольшими партиями товара (10-100 ед.).

Таким образом, предлагаемая методика организации поиска поможет существенно «продвинуть» небольших региональных производителей, а рейтинговая система позволит в значительной мере упростить процесс взаимодействия между поставщиком и заказчиком, что, несомненно, положительно скажется на динамике развития бизнеса, особенно в условиях всеобщей цифровизации и перевода бизнес-процессов в сеть.

Бизнес-модель проекта предлагается организовать следующим образом. Доступ к базе данных поставщиков для клиентов будет предоставляться по подписке. Для новых пользователей предусмотрен пробный период в 30 дней. Планируется возможность приобрести подписку на месяц, полгода и год. Для поставщиков регистрация и работа на сайте будет бесплатной в определённых границах. Плата будет взиматься за добавление новых сфер деятельности, сверх тех, что были указаны при

регистрации и при превышении количества выставленных товаров (больше 50).

3. Расчет экономической эффективности

Для реализации проекта планируется привлечение собственных средств и средств фонда Президентских грантов.

Реализация проекта требует значительных инвестиций. Примерная структура затрат по категориям представлена в табл. 1-3.

Таблица 1

**Смета разработки и создания проекта в виде сайта
(единовременные затраты)**

Наименование статьи расходов	Цена, тыс. руб.
Дизайн сайта (индивидуальный, 1 вариант)	15
Верстка сайта (адаптивная)	15
Система управления	5
Создание внутренней структуры сайта (более 100 страниц)	11,5
Регистрация пользователей (расширенная)	18
Акции и спецпредложения (со счетчиком обратного отсчета)	4
Каталог продукции	14
Онлайн-заказ или заявка	4

Продолжение таблицы 1

Мультивалютность (3 валюты)	4,5
Пересчет цен по курсу (синхронизация с ЦБ)	5
Импорт/экспорт контента	4
Поиск по каталогу (текстовый)	6
Модуль «рекомендованные товары»	3
Поиск по сайту (с подсказками)	6
Комментарии к публикациям (на основе плагинов ВК и Facebook)	2
Рейтинг публикаций	3,5
Отзывы	6,5
Онлайн-консультант	4
Рекламная система	3
Покупка сервера	150
Итого:	284

Таблица 2

Постоянные затраты

Наименование статьи расходов	Цена, тыс. руб.
ЗП системного администратора	35
Юридические услуги на аутсорсинге	40
Бухгалтерские услуги на аутсорсинге	30

Продолжение таблицы 2

Домен	2
З/п штатного программиста	50
Страховые взносы	2,567
Амортизация сервера (планируется замена раз в год)	12,5
Итого:	172,067

Таблица 3

Переменные затраты

Наименование статьи расходов	Цена, тыс. руб.
Реклама	500
Канцелярия	2
Маркетинг	200
Итого	702

Стоимость размещения продукции компании на сайте – 2,5 тыс. руб.

Планируемое количество размещений в месяц – 300.

Стоимость доступа по подписке – 500 руб./месяц.

Количество подписчиков в месяц – 400.

Планируемая выручка в месяц: 925 тыс. руб.

Далее рассчитаем срок окупаемости проекта.

Ежемесячная чистая прибыль: $(925\ 000 - 172\ 067 - 702\ 000) * 0,8 = 40\ 746,4$ руб.

Чистая прибыль в год: $40\ 746,4 * 12 = 488\ 956,8$ руб.

Если инвестиции в проект составляют 284 тыс. руб., срок окупаемости составит $284\ 000 / 488\ 956,8 = 7,2$ месяца.

Итак, каждый предприниматель сталкивается с проблемой поиска надежных поставщиков. Особенно остро эта проблема ощущается в текущей крайне нестабильной экономической обстановке. Поэтому важно оптимизировать все бизнес-процессы и сделать каждый аспект работы бизнеса максимально эффективным. К одному из ключевых направлений, остро нуждающихся в оптимизации, можно отнести построение процесса взаимоотношений с поставщиками.

В результате работы над проектом была предложена концепция сайта, где представители микро-, малого и среднего бизнеса могли бы найти подходящего под их критерии поставщика товаров и услуг. Кроме того, сайт позволит самим поставщикам находить клиентов с минимальными рисками.

Проведенный анализ показал, что имеющиеся на текущий момент платформы не в полной мере удовлетворяют требованиям микро- и малого бизнеса. К основным недостаткам этих платформ можно отнести: отсутствие качественного поиска по товарам, невозможность отсортировать поставщиков по региону, отсутствие понятной рейтинговой системы и системы отзывов, невозможность сортировки товаров, и самое главное – нацеленность на крупные оптовые продажи.

Концепция предлагаемого проекта предполагает решение вышеуказанных проблем. Качественная организация поиска, нацеленность на работу с региональными поставщиками и мелкооптовыми партиями товаров, а также разработка рейтинговой системы должны привлечь внимание широкого круга предпринимателей из разных отраслей экономики.

В связи с тем, что проект направлен на оптимизацию одного из самых сложных и трудозатратных аспектов работы бизнеса, его внедрение позволит бизнесу существенно сократить риски, и тем самым подстегнет к развитию малый и средний бизнес не только в Брянской области, которая рассматривается в качестве пилотного региона, но и во всей России.

Список литературы

1. Исайченкова, В. В. Укрепление стратегической позиции предприятия с помощью механизма оптимизации бизнес-процессов / В. В. Исайченкова // European Social Science Journal. – 2014. – № 10-2 (49). – С. 59-66.
2. Прогноз социально-экономического развития Брянской области на 2019 год и на плановый период 2020 и 2021 годов. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.bryanskobl.ru/economy-forecast-until-2019> (дата обращения 20.07.2021).
3. Новикова, А. В. Развитие электронной коммерции как фактор глобализации отечественной экономики / А. В. Новикова, О. И. Митина // Экономика в условиях социально-техногенного развития мира [Текст] + [Электронный ресурс]: материалы II Международной междисциплинарной научной конференции по фундаментальным и прикладным проблемам современного социально-экономического и экономико-экологического развития (5 октября 2017 г., г. Брянск, БГТУ совместно с РАН): в 2 т. / под ред. Е.А. Дергачевой. – Брянск: БГТУ, 2017. – Т.2. – 530 с. – С. 80-86.
4. Исайченкова, В. В. Использование современных информационных технологий при оценке бизнес-процессов промышленных предприятий / В. В. Исайченкова, С. П. Новиков // Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. – 2017. – № 12 (59). – С. 310-312.
5. Новикова, А. В. Состояние и перспективы развития электронной торговли в Российской Федерации / А. В. Новикова, А. В. Крамарь // Вызовы цифровой экономики: условия, ключевые институты, инфраструктура: сборник статей I Всероссийской научно-практической конференции (г. Брянск, 21-22 марта 2018 г.) [Электронный ресурс]. Брянск: Брян. гос. инженерно-технол. ун-т. 2018. – 288 с. – С. 245-249.

6. Борисенко, М. А. Логистическая инфраструктура как ключевое конкурентное преимущество современного предприятия / М. А. Борисенко, В. В. Исайченкова // Цифровая логистика - интегрированный подход: Материалы X Всероссийской научно-практической конференции. – Брянск, 2020. –С. 90-93.

7. Новикова, А. В. Формирование конкурентной стратегии промышленного предприятия на основе использования преимущественно процессно-ориентированного подхода: Дисс. на соискание степени к.э.н. – Орёл, 2006. – 170 с.

8. Шпиленок А. Ю. Цифровизация как новый вектор экономического роста в России / А. Ю. Шпиленок, С. П. Новиков // Вызовы цифровой экономики: итоги и новые тренды. Сборник статей II Всероссийской научно-практической конференции. – 2019. – С. 665-670.

9. Мхитарян, С. В. Маркетинговое управление поставками : учебное пособие / С. В. Мхитарян. — Москва : Евразийский открытый институт, 2016. — 136 с. — ISBN 978-5-374-00468-7. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/10766.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

10. Палагин, Ю. И. Логистика - планирование и управление материальными потоками : учебное пособие / Ю. И. Палагин. — 2-е изд. — Санкт-Петербург : Политехника, 2020. — 288 с. — ISBN 978-5-7325-1084-3. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/94836.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

© А.В. Новикова, 2021