

Козикова Дарья Александровна
Санкт-Петербургский государственный экономический университет
Винокуров Олег Владимирович
Санкт-Петербургский государственный экономический университет
Мазин Андрей Сергеевич
Санкт-Петербургский государственный экономический университет

Цифровые B2B-платформы для поиска поставщиков: функционал, модели взаимодействия и сравнительный анализ агрегаторов в условиях геоэкономической фрагментации

Аннотация. Статья посвящена анализу цифровых B2B-платформ как инструмента стратегического поиска поставщиков и снижения транзакционных издержек в условиях усложнения глобальных цепочек поставок. Рассматриваются ключевые функции B2B-агрегаторов: поиск и фильтрация поставщиков по отраслевым, географическим и ценовым параметрам, RFQ-механизмы автоматизации тендерных процедур, а также инструменты формирования доверия между контрагентами — рейтинги, верификация и отзывы. Отдельное внимание уделяется роли платформ в стандартизации закупочных процессов и сокращении времени выхода на нового поставщика. Выполнен сравнительный анализ ведущих международных и российских агрегаторов с точки зрения функциональных возможностей и рыночного охвата. Показано, что глобальные платформы обеспечивают широкий масштаб предложения, однако требуют развитого риск-менеджмента при работе с зарубежными контрагентами, тогда как региональные площадки выигрывают за счёт знания локальной специфики и отлаженной логистической инфраструктуры.

Ключевые слова: агрегаторы поставщиков, цифровые закупки, платформенное управление, транзакционные издержки, риск-менеджмент, геоэкономическая фрагментация.

Kozikova Daria Alexandrovna
Saint Petersburg State University of Economics
Vinokurov Oleg Vladimirovich
Saint Petersburg State University of Economics
Mazin Andrey Sergeevich
Saint Petersburg State University of Economics

Digital B2B Platforms for Supplier Search: Functionality, Interaction Models and Comparative Analysis of Aggregators Under Geo-Economic Fragmentation

Abstract. The article focuses on the analysis of digital B2B platforms as a tool for strategic sourcing and reducing transaction costs in the context of complex global supply chains. It examines the key features of B2B aggregators, including the search and filtering of suppliers based on industry, geography, and pricing criteria, the automation of RFQ procedures, and the use of trust-building mechanisms such as ratings, verification, and reviews. The article also highlights the role of platforms in standardizing procurement processes and reducing the time it takes to find new suppliers. A comparative analysis of leading international and Russian aggregators has been performed in terms of functionality and market coverage. It has been shown that global platforms provide a wide range of offerings, but require advanced risk management when working with foreign counterparties, while regional platforms benefit from their knowledge of local specifics and well-established logistics infrastructure.

Keywords: supplier aggregators, digital procurement, platform governance, transaction costs, risk management, geo-economic fragmentation.

Введение

Период 2022–2026 гг. в России характеризуется усложнением внешнеэкономической среды и ростом неопределённости в закупках: усилились ограничения по расчётам и логистике, выросла волатильность сроков поставок, возросла значимость диверсификации контрагентов. Цифровые B2B-платформы и агрегаторы поставщиков трансформировались из дополнительного канала в инфраструктурную среду, через которую компании находят альтернативных поставщиков, сравнивают условия и ускоряют цикл принятия решений.

Исследования подчёркивают, что цифровизация цепочек поставок повышает устойчивость благодаря прозрачности информации и ускорению координации, однако эффект зависит от зрелости управленческих практик [2]. На уровне платформ ключевым становится управление экосистемой: при росте числа участников возрастает ценность сетевого эффекта, но одновременно растут риски оппортунизма [1]. Анализ B2B-агрегаторов должен включать не только описание предложений, но и оценку механизмов доверия и интенсивности использования.

Цель и исследовательский вопрос

Цель исследования – выявить, каким образом цифровые B2B-платформы обеспечивают эффективность поиска поставщиков и снижение транзакционных издержек, а также сопоставить международные, региональные и российские агрегаторы по масштабу, вовлечённости аудитории и институциональным особенностям. Исследовательский вопрос: какие функции B2B-платформ наиболее значимы для снижения транзакционных издержек и как различаются агрегаторы по масштабу и модели взаимодействия.

Платформы как инфраструктура поиска поставщиков

Бизнес использует агрегатор поставщиков ради управляемого набора преимуществ. Во-первых, это ускорение первичного поиска и фильтрации: рубрикаторы, категории, атрибуты поставщика снижают издержки на сбор информации. Во-вторых, стандартизация коммуникации: RFQ-механика, размещение закупок, чаты уменьшают потери времени и упрощают сравнение ofert. В-третьих, элементы доверия: аудит поставщиков, статусы «проверенных», рейтинги частично компенсируют информационную асимметрию [1; 4].

Платформа не отменяет контроль, а переносит его в другое место. Результат цифровой трансформации закупок определяется тем, как компания выстраивает риск-ориентированный процесс: проверку поставщика, тестовые партии, контроль качества [3]. Выбор платформы является частью стратегии закупочного риск-менеджмента, а эффективная модель использования предполагает комбинирование площадок: глобальные – для расширения пула производителей, региональные и локальные – для оперативности и предсказуемости.

Сравнительный анализ агрегаторов

Для сравнительного анализа отобраны платформы, представляющие различные модели B2B-взаимодействия: международные (Made-in-China.com [4], IndiaMART.com [5]), региональные СНГ (Satu.kz [6], Deal.by [7], Uzum Market [8]) и российские (Optlist.ru [9], Поставщики.ру [10], Avito Бизнес [11], Supl.biz [12]). Критериями отбора выступили масштаб аудитории, доступность открытых данных, мультикатегорийность и значимость для практики МСП. Анализ базировался на данных Similarweb (ноябрь 2025 – январь 2026), официальных материалах платформ и открытых аналитических источниках.

Международные платформы демонстрируют наибольший масштаб: Made-in-China.com агрегирует свыше 110 млн единиц товарной информации при среднемесечном трафике 17,8 млн визитов, IndiaMART – около 54,4 млн визитов при глубине просмотра более 5 страниц за сессию [4; 5]. Модель поведения на глобальных платформах

«каталожная»: пользователи используют площадку для первичного отбора, а ключевые этапы – переговоры, контрактование, логистику – переносят во внешние контуры.

Региональные площадки формируют ценность за счёт близости рынка: Satu.kz – 2,3 млн визитов (Казахстан 83%), Deal.by – 1,5 млн (Беларусь 85%) [6; 7]. Uzum Market (Узбекистан) представляет экосистемную модель с инфраструктурой «последней мили»: 19 млн заказов, ~1 000 пунктов выдачи [8].

Российские агрегаторы отличаются низким порогом входа и открытыми контактами. Optlist.ru (388 тыс. визитов/мес., 43 тыс. поставщиков) [9], Поставщики.ру (164 тыс. визитов, 71 тыс. компаний) [10], Supl.biz (1,76 млн поставщиков, 2,15 млн заказов) [12] обеспечивают быстрый поиск без комиссий. Avito Бизнес (305,9 млн визитов/мес., 21 млн продавцов) является масштабной площадкой, особенно в «массовых» сегментах [11].

Принципиальное отличие российских площадок от глобальных состоит в модели монетизации и глубине верификации. Глобальные платформы инвестируют в аудит поставщиков силами международных инспекционных организаций, что повышает доверие, но увеличивает стоимость участия [4]. Российские агрегаторы делают ставку на массовость и доступность, перекладывая ответственность за проверку контрагента на покупателя.

Результаты сравнительного анализа обобщены в Таблице 1.

Таблица 1 – Сравнительный анализ B2B-платформ и агрегаторов поставщиков.

Платформа	Год	Функции	Товаров	Поставщиков	Трафик/мес.	Вовлеч.	Регион
Made-in-China	1998	Поиск, RFQ, аудит	110 млн	1,2 млн	17,8 млн	3 мин, 3,7 стр., 55%	Междунар.
IndiaMART	1996	Поиск, контакт	119 млн	5,9 млн	54,4 млн	4 мин, 5 стр., 45%	Индия
Satu.kz	2008	Поиск, связи	12 млн	н/д	2,3 млн	2:42, 3 стр., 48%	Казахстан
Deal.by	2008	Каталог	13 млн	н/д	1,5 млн	1:31, 2 стр., 54%	Беларусь
Uzum Market	2022	Экосистема, ПВЗ	>1 млн	14 тыс.	н/д	н/д	Узбекистан
Optlist.ru	2011	Каталог, закупки	>18 кат.	43 тыс.	388 тыс.	54 с, 3,9 стр., 39%	Россия/СНГ
Поставщики.ру	2011	Каталог, рейтинг	25 кат.	71 тыс.	164 тыс.	н/д	Россия
Avito Бизнес	2007	Аналитика, продвиж.	н/д	21 млн	305,9 млн	11 мин, 12 стр., 25%	Россия
Supl.biz	2013	Заявки, каталог	14,3 млн	1,76 млн	н/д	5:37, 4 стр., 40%	Россия/СНГ

Практические выводы для закупочной стратегии

Сопоставление выявляет три устойчивые логики использования агрегаторов. Первая – глобальный поиск производителей (Made-in-China.com, IndiaMART), где решающими становятся масштаб каталога и способность быстро собрать оферты, но требуется зрелый риск-менеджмент. Вторая – региональные площадки близких рынков (Satu.kz, Deal.by, Uzum Market), где ниже масштаб, но выше практическая применимость для быстрых поставок. Третья – российские агрегаторы, которые выигрывают простым входом и быстрыми коммуникациями, что важно для МСП.

С точки зрения управления рисками ключевой принцип – комбинирование каналов. Глобальные платформы позволяют расширить пул поставщиков, но требуют формализованной проверки; российские – обеспечивают скорость, но нуждаются в дисциплине работы с данными. Стратегически оправдана модель «портфельного поиска поставщиков», где разные платформы выполняют разные функции, а закупочная политика фиксирует критерии надёжности. Данные ЮНКТАД подтверждают, что цифровые платформы становятся ключевым фактором трансформации международной торговли [13].

Заключение

Цифровые B2B-платформы стали инфраструктурой современного поиска поставщиков. Международные агрегаторы обеспечивают широту предложения и доступ к производителям, региональные площадки – операционную близость, российские порталы – низкий порог входа и быстрые закупочные циклы.

Перспективные направления дальнейших исследований: количественная оценка эффекта от использования платформ; анализ механизмов доверия; моделирование оптимального «портфеля платформ» для компаний разного размера; методики риск-ориентированного внедрения цифровых закупочных инструментов в МСП.

Цифровые B2B-платформы и агрегаторы поставщиков становятся важным инструментом повышения эффективности закупочной деятельности. В условиях геоэкономической фрагментации использование таких платформ может рассматриваться как ключевой фактор повышения устойчивости и адаптивности закупочных стратегий компаний.

Список источников

1. Li W., Sun, C., Li, Y., Ertz, M. Effects of B2B e-commerce platform-governance mechanisms on seller firms' performance // Research in International Business and Finance. – 2024. – Vol. 67, Part B.
2. Zhao N., Hong, J., Lau, K. H. Impact of supply chain digitalization on supply chain resilience and performance // International Journal of Production Economics. – 2023. – Vol. 259.
3. Dudić Ž., Vrhovac, V., Vulcanović, S. [et al.]. A Risk-Aware Approach to Digital Procurement Transformation // Sustainability. – 2024. – Vol. 16, No. 3. – Art. 1283.
4. Made-in-China.com. About Us [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.made-in-china.com/aboutus/aboutmic/> (дата обращения: 01.03.2026).
5. Similarweb. indiamart.com Traffic Analytics (January 2026) [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.similarweb.com/website/indiamart.com/> (дата обращения: 01.03.2026).
6. АО «Российский экспортный центр». Satu.kz – профиль маркетплейса // портал «Мой экспорт» [Электронный ресурс]. – URL: <https://myexport.exportcenter.ru/> (дата обращения: 01.03.2026).
7. Similarweb. deal.by Traffic Analytics (January 2026) [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.similarweb.com/website/deal.by/> (дата обращения: 01.03.2026).
8. Uzum. Экосистема Uzum подводит итоги 2024 года (24.02.2025) [Электронный ресурс]. – URL: <https://uzum.com/ru/press-center/> (дата обращения: 01.03.2026).
9. Agregators. Торговая площадка Оптима [Электронный ресурс]. – URL: <https://agregators.ru/platform/optlist> (дата обращения: 28.02.2026).
10. Agregators. Торговая площадка Поставщики.Ру [Электронный ресурс]. – URL: <https://agregators.ru/platform/postavshhikiru> (дата обращения: 28.02.2026).
11. Similarweb. avito.ru Traffic Analytics (January 2026) [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.similarweb.com/website/avito.ru/> (дата обращения: 01.03.2026).
12. Supl. Платформа Supl.biz [Электронный ресурс]. – URL: <https://supl.biz/ru/> (дата обращения: 01.03.2026).

13. UNCTAD. Digital Economy Report 2024 [Электронный ресурс]. – Geneva: United Nations, 2024. – URL: https://unctad.org/system/files/official-document/der2024_en.pdf (дата обращения: 01.03.2026).

Сведения об авторах

Козикова Дарья Александровна, магистрант кафедры международного бизнеса Санкт-Петербургского государственного экономического университета, г. Санкт-Петербург, Российская Федерация.

Винокуров Олег Владимирович, магистрант кафедры международного бизнеса Санкт-Петербургского государственного экономического университета, г. Санкт-Петербург, Российская Федерация.

Мазин Андрей Сергеевич, магистрант кафедры международного бизнеса Санкт-Петербургского государственного экономического университета, г. Санкт-Петербург, Российская Федерация.

Information about the authors

Kozikova Daria Aleksandrovna, Master's student, Department of International Business, Saint Petersburg State University of Economics, Saint Petersburg, Russian Federation.

Vinokurov Oleg Vladimirovich, Master's student, Department of International Business, Saint Petersburg State University of Economics, Saint Petersburg, Russian Federation.

Mazin Andrey Sergeevich, Master's student, Department of International Business, Saint Petersburg State University of Economics, Saint Petersburg, Russian Federation.