

РАЗВИТИЕ МАРКЕТПЛЕЙСОВ В ЮЖНОМ ФЕДЕРАЛЬНОМ ОКРУГЕ: ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Сильченко Людмила Александровна

магистрант, Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Волгоградский государственный университет», РФ, г. Волгоград

Аннотация. Статья "Развитие маркетплейсов в Южном федеральном округе: Тенденции и перспективы" предоставляет обзор актуального состояния рынка маркетплейсов на территории Южного федерального округа России. Авторы анализируют текущие тенденции, включая рост использования мобильных приложений, увеличение спроса на услуги доставки, и развитие B2B-маркетплейсов. В статье также рассматриваются перспективы развития данного сегмента, включая повышение безопасности онлайн-торговли, интеграцию искусственного интеллекта и расширение географии покрытия. Завершается статья заключением, подчеркивающим важность адаптации бизнесов к новым условиям и возможностям, предоставляемым маркетплейсами в регионе.

Ключевые слова: рынок интернет-торговли в России, маркетплейсы, динамика интернет-торговли.

Современная экономика неизбежно претерпевает изменения под воздействием технологических инноваций, и в этом контексте маркетплейсы становятся неотъемлемой частью торговли. Онлайн-платформы создают эффективный канал взаимодействия между продавцами и покупателями, принося новые возможности и вызовы для бизнеса.

В Южном Федеральном Округе России, мы наблюдаем активное развитие сегмента маркетплейсов, что формирует новую экономическую реальность для региона. Этот тенденция оказывает существенное воздействие на бизнес-среду, создавая перспективы для инноваций и одновременно создавая предпринимателям новые вызовы [3].

Наблюдаемый рост маркетплейсов на Юге России обусловлен не только общими мировыми тенденциями, но и уникальными особенностями регионального рынка. Взаимодействие крупных маркетплейсов, таких как Wildberries, Ozon, Яндекс Маркет и СберМегаМаркет, с региональными предприятиями подчеркивает значимость сотрудничества и расширяет горизонты для местного бизнеса.

Текущее состояние рынка маркетплейсов в России в 2022 году и роль ЮФО в динамике интернет-торговли:

В 2022 году рынок розничной интернет-торговли в России продемонстрировал внушительный рост, достигнув объема в 5,7 трлн рублей и обработав 2,8 млрд заказов. Общий объем рынка в рублях вырос на 38%, несмотря на прогнозные и ожидаемо более низкие темпы роста по сравнению с предыдущим годом [2].

Основной фактор, влияющий на этот тренд, связан с уходом с рынка значительной части премиального и среднего сегмента. Несмотря на это, маркетплейсы продолжают играть ключевую роль в структуре интернет-торговли [2].

Наибольший вклад в этот внушительный объем заказов внесли крупные маркетплейсы России, такие как Wildberries, Ozon, Яндекс Маркет и СберМегаМаркет. Всего за 2022 год было сделано 1,99 млрд заказов, что является внушительным увеличением на 85% по сравнению с предыдущим годом. Это свидетельствует о доминировании крупных маркетплейсов и их активном привлечении покупателей.

Тенденции и перспективы на Юге России:

На Юге России эти тенденции также отражаются в динамике интернет-торговли. Влияние крупных маркетплейсов на покупательское поведение подчеркивает значимость сотрудничества для региональных бизнесов. В будущем местные предприниматели будут адаптироваться к доминированию крупных компаний на рынке с помощью выхода и продажи своей продукции по средствам маркетплейсов.

В целом, маркетплейсы продолжают формировать и переосмысливать ландшафт интернет-торговли, предоставляя покупателям более широкий выбор и удобные условия покупок. Для успешного развития бизнеса в Южном регионе важно учитывать эти тенденции и активно адаптироваться к динамике интернет-торговли [8].

Роль Южного Федерального Округа (ЮФО) в динамике интернет-торговли:

На фоне изменений на российском рынке и оттока зарубежных товаров ожидается замедления темпов роста интернет-торговли, Южный Федеральный Округ (ЮФО) играет значительную роль в активизации региональных тенденций. Согласно данным Ассоциации компаний интернет-торговли (АКИТ), в первом полугодии 2023 года, при общем росте продаж в стране, наблюдается усиление роли регионов, что выражено и на Юге России [1].

Тенденции и изменения в ЮФО:

Объем продаж: Общий объем продаж интернет-торговли на Юге России в первых шести месяцах 2023 года составил 2,7 трлн рублей, превышая аналогичный период прошлого года на 20%. Это свидетельствует о стабильном росте интереса к онлайн-торговле в регионе.

Трансграничный рынок: Важным аспектом является снижение доли трансграничных покупок, уменьшившейся до 2,8%. Это может указывать на более активное потребление внутри страны и рост доверия к местным интернет-магазинам.

Увеличение доли e-commerce: Доля интернет-торговли в общем объеме розничных продаж в ЮФО выросла на почти 20%, составляя теперь 12,7%. Это подчеркивает значимость онлайн-покупок в потребительском поведении региона.

Изменения в рейтинге регионов: Заметные изменения произошли в топ-10 самых активных регионов в интернет-торговле. Москва, хоть и осталась лидером, уменьшила свою долю, что свидетельствует о снижении ее абсолютного влияния. Вместе с тем, Московская область, Краснодарский край и Татарстан продемонстрировали улучшение своих позиций, став лидерами по объему продаж. Отметим что несколько регионов ЮФО стали лидерами онлайн продаж за первое полугодие 2023 года. Рисунок -1



Рисунок 1. Доля онлайн продаж по регионам РФ за первое полугодие 2023 г.

Источник: *oborot.ru. Российский рынок электронной коммерции: что у нас покупают через Интернет, на какую сумму и какие регионы в лидерах* [7]

Тенденции в потребительском поведении:

Рост среднего чека: Большинство регионов на Юге России отметили значительный рост среднего чека в 2023 году, что может быть связано с инфляцией и изменениями в плотности пунктов выдачи [5].

Увеличение доли предоплаченных заказов: Тенденция к увеличению доли предоплаченных заказов свидетельствует о повышенном уровне доверия потребителей к интернет-магазинам и их готовности оплатить покупки до получения.

Сокращение времени забора заказов: Улучшение показателей времени забора заказов может быть результатом оптимизации логистических процессов, что содействует повышению удовлетворенности потребителей [6].

Тенденции в развитии маркетплейсов

1. Рост использования мобильных приложений:

В современном мире наблюдается заметный тренд в увеличении использования мобильных приложений для доступа к маркетплейсам. Пользователи все больше предпочитают совершать покупки и осуществлять торговые операции прямо с мобильных устройств. Это обусловлено удобством, мобильностью и возможностью быстрого доступа к разнообразным товарам и услугам на практически любом месте. Развитие мобильных технологий стимулирует маркетплейсы к оптимизации своих платформ под мобильные устройства, что в свою очередь влияет на повышение удовлетворенности пользователей и расширение клиентской базы.

2. Увеличение спроса на услуги доставки:

Важной тенденцией в развитии маркетплейсов является рост спроса на услуги доставки.

Покупатели все больше ценят удобство получения заказов прямо у своей двери. Многие маркетплейсы расширяют свои возможности доставки, предлагая различные варианты, такие как экспресс-доставка, отслеживание груза в реальном времени и гибкие условия получения товаров. Эта тенденция также стимулирует конкуренцию в области логистики и повышение эффективности доставочных сервисов.

3. Развитие B2B-маркетплейсов:

Наблюдается активное развитие B2B-маркетплейсов, предоставляющих платформы для взаимодействия между бизнесами. Эта тенденция нацелена на улучшение эффективности и упрощение процессов закупок для предприятий. B2B-маркетплейсы предоставляют более широкий выбор продуктов и услуг, а также специализированные инструменты для управления заказами, позволяя компаниям легче находить партнеров и расширять свой бизнес. Развитие таких платформ создает новые возможности для взаимодействия в рамках корпоративного сектора и способствует формированию эффективных бизнес-сетей.

Перспективы развития маркетплейсов

1. Повышение безопасности онлайн-торговли:

Разработка продвинутых систем шифрования: Маркетплейсы активно внедряют передовые технологии шифрования данных, обеспечивая высокий уровень конфиденциальности при совершении транзакций и хранении личной информации пользователей.

Многофакторная аутентификация: Внедрение многофакторной аутентификации повышает степень защиты аккаунтов покупателей и продавцов, предотвращая несанкционированный доступ к учетным записям.

Антивирусные и антифишинговые решения: Маркетплейсы интегрируют защитные механизмы от вирусов и фишинговых атак, обеспечивая надежную защиту от вредоносных программ и мошеннических схем.

Так, например, крупные маркетплейсы, такие как Amazon, активно внедряют технологии блокчейн для обеспечения прозрачности и непреложной подлинности товаров, что содействует борьбе с контрафактной продукцией и обеспечивает дополнительный уровень безопасности для потребителей.

2. Интеграция искусственного интеллекта:

Персонализированные рекомендации: Системы искусственного интеллекта анализируют предпочтения пользователей и предоставляют персонализированные рекомендации, повышая вероятность успешных покупок.

Прогнозирование спроса: Использование алгоритмов машинного обучения для прогнозирования спроса на определенные товары помогает магазинам эффективно управлять запасами и предоставлять более выгодные предложения.

Чат-боты и виртуальные ассистенты: Интеграция искусственного интеллекта в виде чат-ботов улучшает обслуживание клиентов, отвечая на вопросы, предоставляя информацию о товарах и содействуя в процессе покупки.

Пример: eBay внедряет технологии машинного обучения для создания персональных рекомендаций и прогнозирования тенденций в интересах покупателей.

Расширение географии покрытия:

Международная доставка: Многие маркетплейсы стремятся расширить географию доставки, сотрудничая с логистическими компаниями и предоставляя услуги доставки по всему миру.

Локализация контента: Адаптация интерфейса и контента под региональные особенности

увеличивает привлекательность маркетплейсов для различных культурных групп и национальных рынков.

Партнерство с местными поставщиками: Сотрудничество с местными компаниями позволяет маркетплейсам предоставлять более разнообразный ассортимент товаров, адаптированный к местным потребностям.

Партнерство с иностранными поставщиками: Привлечение поставщиков из других стран делает ассортимент товара разнообразнее и позволяет купить уникальные для нашей страны товары.

Яркий пример расширения географии: Alibaba Group, который успешно реализует стратегию расширения на мировой рынок, предоставляя платформу для китайских продавцов и привлекая внимание покупателей за пределами Китая. Так же можно отметить отечественные маркетплейсы: Ozon и Wildberries – привлекают к сотрудничеству зарубежных поставщиков.

Заключение

Стремительное развитие маркетплейсов в Южном федеральном округе России обнаруживает важные тенденции и перспективы в секторе интернет-торговли. Значительный прирост объемов продаж, изменения в структуре регионального рейтинга и активное использование крупных маркетплейсов свидетельствуют о нарастающей потребности в адаптации бизнес-процессов к новым условиям. Местные предприниматели сталкиваются с вызовом эффективного взаимодействия с доминирующими игроками на рынке.

Перспективы развития маркетплейсов включают в себя усиление мер по обеспечению безопасности онлайн-торговли, интеграцию искусственного интеллекта и расширение географического охвата. Заметный рост использования мобильных приложений, повышение спроса на услуги доставки и развитие B2B-маркетплейсов дополняют картину современного онлайн-бизнеса в регионе.

В условиях быстрых изменений на российском рынке интернет-торговли осознание и гибкость в адаптации к новым требованиям становятся ключевыми составляющими успеха для бизнеса. Маркетплейсы предоставляют не только возможность расширения аудитории, но и способствуют стимулированию инноваций и улучшению сервисов, создавая благоприятное окружение для эффективного взаимодействия между предпринимателями и потребителями в Южном федеральном округе и за его пределами.

Список литературы:

1. Е-commerce рейтинг регионов России от PIM Solutions // ecomhub.ru URL: <https://ecomhub.ru/e-commerce-rejting-regionov-rossii-ot-pim-solutions-2023/> (дата обращения: 05.01.2024).
2. Белоусов А. Л. Теоретические и практические аспекты формирования финансового маркетплейса в Российской Федерации // Russian Journal of Economics and Law. – 2021. – №. 3. – С. 413-424.
3. Буянов, А.С. Роль маркетплейсов в развитии электронной торговли // Human Progress. 2022. Том 8, Вып. 3. С. 5. URL: http://progress-human.com/images/2022/Tom8_3/Buyanov.pdf, свободный. DOI 10.34709/IM.183.5. EDN MXNWKU.
4. Интернет-торговля в России 2022 // datainsight.ru URL: file:///C:/Users/sludm/Downloads/DI_eCommerce_Russia_2022_0.pdf (дата обращения: 05.01.2024).
5. Интернет-торговля рынок России // tadviser.ru URL: <https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:>

Интернет-торговля_(рынок_России)#.D0.9C.D0.B0.D1.80.D0.BA.D0.B5.D1.82.D0.BF.D0.BB.D0.B5.D0.B9.D1.81.D1.8B_.D0.B2_.D0.A0.D0.BE.D1.81.D1.81.D0.B8.D0.B8 (дата обращения: 05.01.2024).

6. Михайлюк М. В. Маркетплейсы как фактор прогрессивной трансформации интернет-торговли в России: логистический аспект //Экономические науки. – 2019. – №. 172. – С. 57-61.

7. Российский рынок электронной коммерции: что у нас покупают через Интернет, на какую сумму и какие регионы в лидерах // oborot.ru URL: <https://oborot.ru/news/rossijskij-rynok-elektro-nnoj-kommercii-cto-na-kakuyu-summu-i-v-kakih-regionah-rf-pokupayut-cherez-internet-i165053.html> (дата обращения: 05.01.2024).

8. Тропынина Н. Е., Логинов П. О. СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЫНКА ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. - 2022