

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ C2C МАРКЕТПЛЕЙСОВ В РОССИИ**Озеров Никита Сергеевич**

магистрант Санкт-Петербургского Государственного Экономического Университета, РФ, г. Санкт-Петербург

На сегодняшний день маркетплейсы являются одним из локомотивов роста мировой электронной торговли. По данным известного издания, около 300 тысяч человек в России живут за счет того, что продают на C2C рынке. На сегодняшний день средний чек покупки в C2C сегменте оценивается в 3250 рублей, в то время как средний чек в сегменте B2C равен 4300 рублей.

Чаще всего, в C2C сегменте продаются товары, бывшие в употреблении (около 65% от общей массы). Около 23%- новые товары, которые не устроили собственника, примерно 7% продают вещи, приобретенные специально для перепродажи.

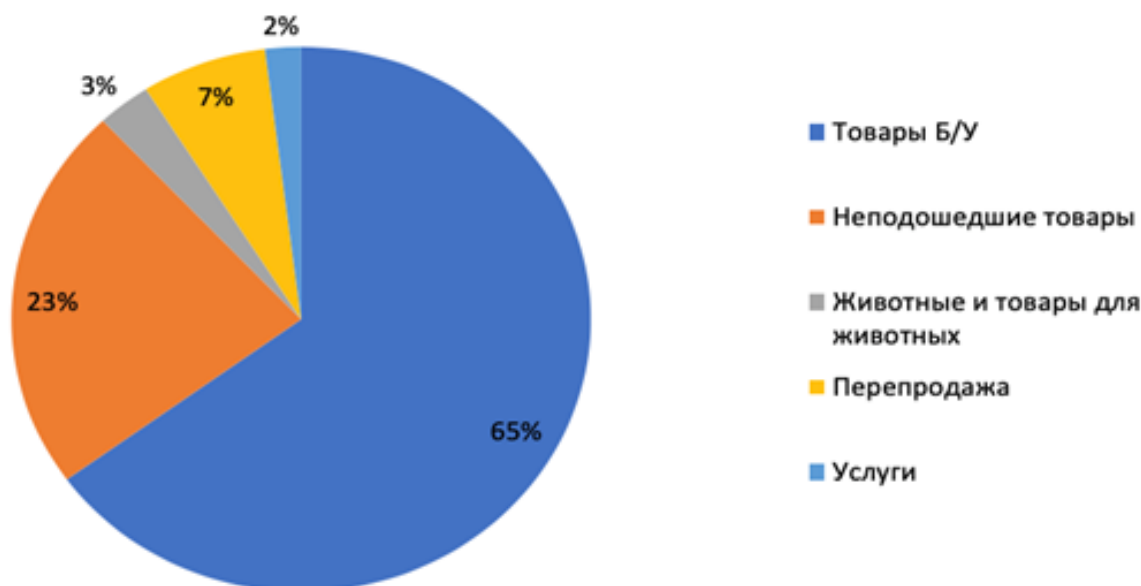
Распределение продаж C2C маркетплейсов в России по типам товаров

Рисунок 1. «Распределение продаж C2C маркетплейсов в России по типам товаров»

Концепция C2C используется не только для коммерции, а так же для всех маркетинговых и деловых мероприятий среди потребителей. Существует множество важных функциональных

возможностей рынка C2C, которые постоянно развиваются.

В основе C2C маркетинга лежит выстраивание деловых отношений среди потребителей, выступающих на рынке в качестве продавцов и покупателей товаров и услуг. Одной из главных отличительных особенностей маркетинга в сфере C2C справедливо считается его непрофессиональный характер. Основной функцией является продвижение и сбыт товара или услуги.

Огромное значение в C2C маркетинге принадлежит построению доверительных отношений среди клиентов, для этого используются такие инструменты, как демонстрация товара или результат услуги, использование рекомендаций других клиентов.

На данный момент некоторые социальные сети, такие как Instagram, совершают шаги в сторону маркетплейсов. В данной социальной сети появляются все больше функций для электронной торговли (иконка приобретение товара или линк для связи с продавцом). Также Facebook анонсировала открытие в России сервис «Marketplace», где пользователи могут выставлять частные объявления о своих товарах.

Одной из главных тенденций развития C2C маркетплейсов на данный момент является оптимизация всех ресурсов под мобильные устройства поскольку 53% всех онлайн покупок совершаются через смартфоны, у покупок через приложения самая активная аудитория, высокая лояльность, высокая конверсия.

Рынок торговли между частными лицами в интернете вырос на 92,5% за 2 года (2017-2019гг.)

В 2017 году было совершено около 90 млн. сделок, а в 2019 это число выросло до 177 млн. сделок. Количество продавцов увеличилось с 8млн. до 13,9млн., а покупателей с 10млн до 11,8 млн. соответственно.

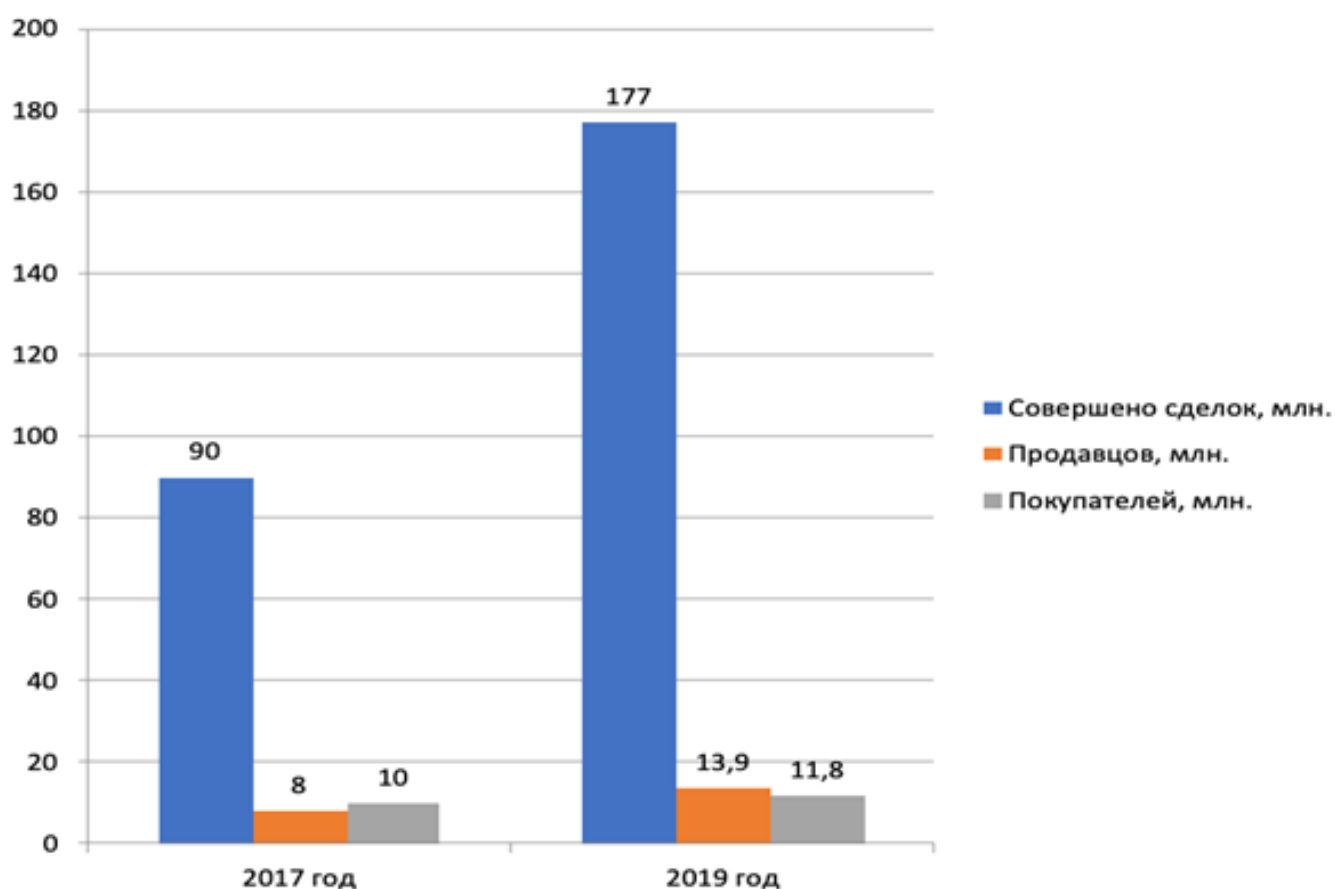


Рисунок 2. «Динамика C2C продаж за 2017 и 2019 годы»

Исходя из данных таблицы, можно сделать вывод, что количество сделок увеличилось почти в 2 раза, количество продавцов увеличилось на 78%, а количество покупателей увеличилось на 18%.

Так же можно отметить рост межрегиональной торговли. Главным центром средоточия продавцов является Северо-Западный Федеральный Округ, на втором месте расположился Приволжский ФО, на третьем месте находится Южный ФО. Центральный ФО, как ни странно, занимает только четвертую позицию.

На Северо-Западе проникновение частной торговли в регионе с 2017 года выросло на 5%. При этом за последние два года существенно выросло проникновение частной интернет торговли в Центральном, Уральском и Сибирском ФО – на 5%, 5% и 8% соответственно.

Объем C2C сделок в интернете будет расти с каждым годом, благодаря сегментации товаров, приведенной выше, данный рынок практически не зависит от экономических кризисов и подъемов. Рост потребительского спроса и падение спроса на товары во время кризиса приводит только к росту участников рынка в C2C сегменте. Так же сегмент C2C продолжит расти из-за падения доходов населения. Часть населения не может позволить купить себе новый товар, они ищут возможность сэкономить, а основной операцией на данном рынке, является перепродажа товаров по заниженной цене. Количество таких сделок с каждым годом будет расти. Определенную степень развития C2C сегмента мы можем наблюдать уже сейчас.

Список литературы:

1. Кубкина Ю.С. Электронная коммерция: роль, понятие, направления развития // Terraeconomicus. - 2016. - Т. 10. №2. Ч. 2. - С. 52.
2. Статистика пользователей интернета в мире. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.bizhit.ru/index/>
3. Шишкин Ю. Десять трендов онлайн-ритейла на 2019-2020 годы. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://vc.ru/trade/59300-desyat-trendov-onlayn-riteyla-na-2019-2020-gody>.