

ТРЕНДЫ МАРКЕТПЛЕЙСОВ В ЭПОХУ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

Д. Д. Данилова, Д. Н. Собалевская

ddanilova2107@gmail.com, westikd@yandex.by;

Научный руководитель – Е. В. Сошникова, старший преподаватель

В статье проводится анализ функционирования маркетплейсов в Республике Беларусь: рынок электронной коммерции, доля онлайн-продаж. Рассматривается электронная коммерция как новый сегмент мировой торговли, ее текущее состояние и место в мировой экономике. На основании проведенного анализа предложены рекомендации по улучшению уровня развития маркетплейсов в Республике Беларусь.

Ключевые слова: маркетплейсы; электронные платежные системы; селлеры; электронная коммерция; площадка; электронный бизнес.

Электронная коммерция, способствующая ускорению обмена информацией и росту мировой торговли, является одним из основных глобальных трендов экономического развития.

Пандемия коронавируса в 2020 году дала мощный толчок развитию маркетплейсов, ввиду чего маркетплейсы оказались в новых реалиях, и приоритеты сменились в стороны отечественных изготовителей.

Электронная коммерция позволяет компаниям проводить трансграничные транзакции более эффективно и гибко, более тесно взаимодействовать с глобальными поставщиками и быстрее реагировать на запросы и ожидания клиентов. Компании могут выбирать своих поставщиков независимо от географических и политических границ и предлагать свои товары и услуги на мировом рынке [1].

Этап развития маркетплейсов в Республике Беларусь

Беларусь сейчас находится на ступени развития маркетплейсов, которую Китай прошел 7–8 лет назад, где на каждую, даже специфическую отрасль, есть свой маркетплейс: стоматология, строительная сфера, зоотовары и прочее, мы же, в свою очередь, только движемся в этом направлении. Основную долю рынка на данный момент делят несколько крупных игроков, крупнейшие из которых Wildberries и Ozon.

Главным образом, развитию маркетплейсов поспособствовала пандемия коронавируса. Маркетплейсы существовали задолго до сложной эпидемиологической ситуации, но именно в период пандемии покупатели все чаще стали использовать данный вид торговых

площадок: онлайн-шопинг доступен круглосуточно, покупки не отнимают много времени (с помощью фильтров процесс выбора становится удобным и понятным), для того, чтобы получить свою покупку не обязательно выходить из дома, к тому же, на маркетплейсе можно найти все: от продуктов питания до крупной техники. Таким образом, пандемия сформировала некий тренд на маркетплейсы [2].

В 2020 году белорусский рынок электронной коммерции показал рост на 40 % и составил 2,3 млрд рублей. Доля онлайн-продаж в розничном обороте страны составила 4,5 %. Спрос на медицинские товары и продукты питания больше всего вырос в сфере онлайн-торговли, при этом 60 % онлайн-заказов совершается через смартфон. Большинство граждан предпочитают совершать покупки в белорусских интернет-магазинах (85,4 %). Почти треть интернет-покупателей (31,8 %) приобретали товары в зарубежных интернет-магазинах.

Электронные платежные системы в Беларуси являются наиболее перспективным способом оплаты услуг с использованием Интернета. Наиболее широко представлены следующие электронные платежные системы в Беларуси – EasyPay, WebMoney, WEBPAY и другие. Среди них лидером по платежам является Visa (51,41 %), чуть меньше – Mastercard (47,84 %), а на третьем месте находится Maestro (бренд Mastercard) – 0,75 %.

Если говорить о сегментах бизнеса, в которых платежные карты использовались чаще всего, то можно выделить следующие:

- Азартные игры и игра на фондовой бирже – 33,07 % от общего оборота;
- Доставка еды из ресторанов и магазинов – 11,55 %;
- Покупка товаров на рынках с доставкой на дом – 8,15 %;
- Онлайн-покупка и оплата товаров из сферы электроники и бытовой техники магазины бытовой техники – 6,74%;
- Оплата услуг сотовой связи через Интернет – 6,26 %.

Самые популярные ниши товаров на маркетплейсах в 2023 году

Безусловно, самыми популярными категориями товаров являются бытовые: одежда, обувь, аксессуары, детские товары, парфюмерия и бытовая химия. Но важно также отметить, что в последнее время появился тренд на крупную технику. Товары данной категории стремительно набирают популярность [2].

Wildberries и Озон — две топовых торговых площадки. По итогам первого полугодия прошлого года на них пришлось свыше 68 % онлайн-заказов.

Согласно исследованию Data Insight, ТОП-5 самых представленных продавцами ниш на белорусских онлайн-платформах в середине прошлого года выглядел следующим образом:

- Товары для дачи и дома;
- Детская категория;
- Одежда и обувь для взрослых;
- Электроника и бытовая техника;
- Автоаксессуары.

Селлеры обычно начинают продажи на Wildberries и Ozon, так как это самые крупные игроки на рынке, у них отработанная схема работы с селлерами и понятная, простая политика для выхода на торговую площадку. Статистика показывает, что подавляющее большинство селлеров сначала заходят на Wildberries (там самая понятная и прозрачная политика при работе с селлерами), там они захватывают часть аудитории, а потом уже масштабируют свою торговлю на Ozon и затем постепенно на другие площадки в зависимости от товарных групп. Есть ниши товаров, которые не так хорошо заходят на Wildberries, а лучше на Ozon, поэтому селлеры видят смысл присутствия на обеих площадках [3].

Развитие маркетплейсов в будущем

Развитие маркетплейсов будет происходить по двум направлениям: стандартному и узкоспециализированному. Стандартное направление подразумевает собой рост селлеров на крупных площадках до 85 %. Также будут наращивать обороты узкоспециализированные маркетплейсы, как это происходит Китае.

Стоит также отметить, что сегодняшний день на старте находятся маркетплейсы для сферы B2B. Есть вероятность, что к 2025 году начнется активное использование маркетплейсов в качестве эффективного инструмента для ведения бизнеса в оптовом сегменте.

Несмотря на свой стремительный рост, рынок электронной коммерции в Беларуси все еще далек от насыщения. Доля рынка электронной коммерции в Республике Беларусь по-прежнему не превышает 2 % от общего розничного товарооборота, в то время как средние показатели в развитых странах достигают 10–15 % [4].

Библиографические ссылки

1. Белова Ю. А. American and Chinese practices in e-commerce development in the Republic of Belarus // Современный механизм функционирования торгового бизнеса и туристической индустрии: реальность и перспективы: материалы

VI Международной научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых. 2022. С. 437-439.

2. Что продавать на маркетплейсах в 2023 году. Тренды Озон и Вайлдберриз [Электронный ресурс] // Xway – Официальный операционный партнёр маркетплейсов и разработчик технологических решений: [сайт]. [2014]. URL: <https://xway.ru/blog/trendi-tovarov-dlya-prodazhi-na-marketpleisah-v-2023-godu/> (дата обращения: 14.05.2023).
3. Rutko D., Miliutina V. International Experience in the Development of Electronic Commerce and Its Application in the Republic of Belarus. 2022. Issue 3. P. 473–484.
4. Постановление Совета директоров Национального банка Республики Беларусь от 29 декабря 2007 г. № 414 [Электронный ресурс] // Эталон online : [сайт]. [2006]. URL: <https://etalonline.by/document/?regnum=b20817968> (дата обращения 12.05.2023).