

РЫНОК МАРКЕТПЛЕЙСОВ: В ЭПОХУ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ: АНАЛИЗ ВОЗМОЖНОСТЕЙ И ВЫЗОВОВ

Е. Р. Кургуз ¹⁾, А. И. Киселевич ²⁾

¹⁾ Белорусский государственный университет, пр. Независимости, 4, 220030, г. Минск, Беларусь, lizakurguz1@gmail.com

²⁾ Белорусский государственный университет, пр. Независимости, 4, 220030, г. Минск, Беларусь, Kisialevich@bsu.by

В данной статье анализируются возможности и вызовы, с которыми сталкиваются маркетплейсы как одни из основных игроков цифровой экономики. Авторы отмечают, что маркетплейсы открывают новые возможности для бизнеса, но сопряжены с определенными рисками. Целью исследования является комплексный анализ роли маркетплейсов в цифровой трансформации экономики и выработка рекомендаций по эффективному управлению этими платформами.

Ключевые слова: цифровая экономика; маркетплейс; онлайн-платформа; продажа товаров; технологии.

MARKETPLACE MARKET: IN THE AGE OF THE DIGITAL ECONOMY: ANALYSIS OF OPPORTUNITIES AND CHALLENGES

E. R. Kurhuz^a, A. I. Kisialevich^b

^aBelarusian State University, Niezaliežnasci Avenue, 4, 220030, Minsk, Republic of Belarus, lizakurguz1@gmail.com

^bBelarusian State University, Niezaliežnasci Avenue, 4, 220030, Minsk, Republic of Belarus, Kisialevich@bsu.by

This article analyzes the opportunities and challenges faced by marketplaces as the main players in the digital economy. The authors note that marketplaces open up new business opportunities, but are associated with significant risks. The purpose of the study is to comprehensively analyze the role of marketplaces in the economy of digital transformation and draw up recommendations for the effective management of platforms.

Keywords: digital economy; marketplace; online platform; sale of goods; technologies.

Неоспоримым фактом сегодня является то, что цифровые технологии трансформируют экономический ландшафт. В этом контексте маркетплейсы – многосторонние онлайн-платформы, объединяющие продавцов и покупателей – играют все более значимую роль.

Маркетплейс – это своеобразный онлайн-рынок, на котором продавцы и потребители с легкостью могут найти друг друга. Его преимущества в том, что потребитель может делать покупки из разных магазинов в одном месте, не выходя из дома.

По данным экспертов, маркетплейсы и онлайн-магазины посещаются 70% населения. По итогам 2023 года количество активных продавцов в Беларуси увеличилось почти вдвое и достигло 450 тыс. За 2023 год количество активных покупателей на маркетплейсах стало больше на треть – 46,1 млн человек против 35,2 млн годом ранее [1]. Исходя из представленных статистических данных сделан вывод, что жители Беларуси доверяют онлайн-платформам и используют их в качестве хороших посредников для совершения своих покупок. Наиболее популярными площадками в Беларуси являются Wildberries, OZON, AliExpress, Яндекс и другие. Примерное процентное соотношение маркетплейсов будет выглядеть следующим образом: Wildberries – 40%, OZON- 20%, AliExpress - 15%, 21 век – 10% и другие занимают оставшиеся 15% [2].

Данная технология имеет обширный потенциал для дальнейшего развития. Республика Беларусь активно развивает свой внутренний рынок, а также участвует в международной кооперации. Именно поэтому создание и продвижение онлайн-платформ и магазинов, помогают выйти на международную арену и создать продукт, который полностью соответствует спросу и трендам на мировом уровне. Это будет отличным решением и объектом для инвестирования.

Повышение эффективности бизнес также является одной из возможностей маркетплейсов. Такие платформы оптимизируют цепочки поставок, снижают транзакционные издержки и упрощают процесс поиска, заказа и доставки товаров [3].

Продавцы размещают свою продукцию, а потребители покупают, выбирая по вкусу, цвету, цене и качеству. Исходя из этой статистики, платформа обеспечивает сбор, анализ и систематизацию данных товаров как для производителей, так и для покупателей, что улучшает работу и сокращает издержки на привлечение опытных специалистов для сбора данных.

Повышение доступности рынка стимулирует конкуренцию, что, в свою очередь, ведет к улучшению качества товаров и услуг, снижению цен и расширению ассортимента.

Более того маркетплейсы дают большие возможности как для производителей, так и для покупателей. Он предоставляет удобный и простой интерфейс для покупателей, а также оперативную поддержку для производителей. Также для производителей это высокий покупательский

трафик, выход на новую целевую аудиторию, возможность использовать складские помещения маркетплейса, Drop-shipping и другие [4].

Однако также выделяется ряд вызовов, с которыми сталкиваются онлайн-платформы. Крупные маркетплейсы, обладающие значительными ресурсами и охватом, рискуют монополизировать рынок, что негативно отразится на конкуренции.

Накопление огромных массивов пользовательских данных на платформах маркетплейсов создает серьезные проблемы в области кибербезопасности и конфиденциальности. Пользователи все больше беспокоятся о возможной утечке или несанкционированном использовании их личной информации. Согласно опросу, 48% участников рынка сталкиваются с проблемами из-за ботов, 30% - с DDoS-атаками. Уязвимости от ускоренной разработки беспокоят 26%, ложные срабатывания - 17%. Дефицит ресурсов для кибербезопасности затрагивает 22%, поскольку бюджет на ИБ закладывают не все, а служба ИБ не успевает за изменениями киберугроз [4]. Обеспечение надежной защиты данных и кибербезопасность являются ключевым вызовом для индустрии маркетплейсов.

Быстрое развитие маркетплейсов требует совершенствования нормативно-правовой базы для обеспечения равных условий, защиты прав потребителей и регулирования монополистической практики.

В эпоху развития цифровых технологий рынок маркетплейсов открывает множество возможностей для расширения доступа к рынкам, повышения эффективности и усиления клиентоориентированности. Однако эти возможности сопряжены с серьезными вызовами, связанными с концентрацией рынка, защитой данных и справедливым распределением доходов. Для максимально эффективного использования преимуществ маркетплейсов необходимо тщательно прорабатывать механизмы регулирования и управления этими платформами.

Библиографические ссылки

1. Развитие маркетплейсов в Республике Беларусь. URL: <https://neg.by/novosti/otkryti/marketpleysy-v-belarusi-razvitie-burnoe-regulirovanie-na-podkhode/> (дата обращения: 24.05.2024).

2. Рейтинг маркетплейсов. URL: <https://insales.by/blogs/university/populyarnye-marketpleysy-v-belarusi> (дата обращения: 24.05.2024).

3. Особенности маркетплейсов. URL: <https://falconspace.ru/blog/marketpleysy-tovarov-osnovnye-bloki-tovarnoy-ploshchadki?ysclid=lvf9fe1nr1804111222/> (дата обращения: 24.05.2024).

4. Угрозы, с которыми сталкиваются маркетплейсы. URL: <https://ngenix.net/news/ecommerce-security-challenges/?ysclid=lwt24jrci3742102210> (дата обращения: 24.05.2024).