

Липатов Никита Сергеевич

Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова

Функционирование маркетплейсов на российском рынке в условиях санкционных ограничений

Аннотация. В научной статье представлен анализ функционирования маркетплейсов на российском рынке в условиях санкционных ограничений. В процессе исследования компаний электронной торговли были определены их результаты (выручка) за 2019-2024 гг. Помимо данной информации, удалось сформулировать текущие проблемы и их негативные последствия на деятельность маркетплейсов. На основе описанного были предложены пути решения, которые, по нашему мнению, потенциально могут поспособствовать снижению влияния санкционных ограничений, а именно: создать соответствующие условия для развития электронной торговли; усовершенствовать бизнес-процессы в маркетплейсах; повысить основные показатели организаций. По итогам научной работы сделаны выводы о применимости предложенных мер и их значении для функционирования маркетплейсов на российском рынке в условиях санкционных ограничений.

Ключевые слова: торговля, маркетплейсы, санкции, цифровизация, пути решения.

Lipatov Nikita Sergeevich

Plekhanov Russian University of Economics

Functioning of marketplaces on the Russian market under sanctions restrictions

Annotation. The scientific article presents an analysis of the functioning of marketplaces in the Russian market under sanctions. In the process of studying e-commerce companies, their results (revenue) for 2019-2024 were determined. In addition to this information, it was possible to formulate current problems and their negative consequences on the activities of marketplaces. Based on the described, solutions were proposed that, in our opinion, can potentially help reduce the impact of sanctions, namely: create appropriate conditions for the development of e-commerce, improve business processes in marketplaces, improve the key performance indicators of organizations. Based on the results of the scientific work, conclusions were made on the applicability of the proposed measures and its importance for the functioning of marketplaces in the Russian market under sanctions.

Keywords: trade, marketplaces, sanctions, digitalization, solutions.

Введение.

Цифровизация торговли представляет собой неизбежный процесс, обусловленный стремительным развитием технологий в современных условиях. Тем не менее, этот процесс проходит через последовательные и продолжительные этапы. Практика демонстрирует, что такой этап начинается в момент, когда онлайн-торговля достигает своего пика. Ярким примером этого явления стала пандемия Covid-19 [1], которая привела к беспрецедентному росту объемов онлайн-торговли в РФ, увеличив их до 2,7 трлн рублей в 2020 году по сравнению с 1,72 трлн рублей в 2019 году [4]. Хотя в настоящее время наблюдается замедление темпов роста этой формы торговли в связи с отменой коронавирусных ограничений, нельзя игнорировать влияние других факторов. В частности, санкции, с которыми столкнулась Россия в 2022 году, стали одним из ключевых факторов, изменивших темпы развития онлайн-торговли.

Анализ функционирования маркетплейсов на российском рынке в условиях санкционных ограничений.

В дальнейшем будут рассмотрены особенности, которые непосредственно касаются развития российской онлайн-торговли под влиянием санкционных мер, введенных в марте 2022 года, спустя несколько лет после их реализации:

1. Существенное сокращение трансграничной торговли обусловлено несколькими факторами: уход зарубежных брендов с российского рынка, выход иностранных логистических компаний, а также невозможность осуществления платежей за покупки в зарубежных интернет-магазинах с помощью карт российских банков. Все эти обстоятельства оказывают значительное влияние на объемы трансграничной торговли [3].

2. Некоторые зарубежные компании перенесли свои товары в онлайн-пространство, зачастую под новыми брендами и с использованием российских посредников. Места тех, кто полностью покинул рынок, могут занять отечественные аналоги, если они имеются.

3. Концентрация как продавцов (из-за заметной выгоды от снижения затрат при онлайн-торговле), так и покупателей (в связи с более привлекательными ценами на товары в интернете на фоне снижающейся покупательской способности) способствует дальнейшему развитию онлайн-торговли, даже в условиях санкционных ограничений [2].



Рисунок 1. – Доля сегментов онлайн-торговли РФ за 2024 г., %

Источник: Data Insight [5]

Наиболее ключевыми игроками в российской онлайн-торговле являются именно маркетплейсы. Об этом говорит величина их доли от общего объема розничных онлайн-продаж.

В связи с этим крайне важным показателем того, как экономика справляется с такими существенными внешними факторами воздействия как, например, санкционные ограничения, во многом являются именно маркетплейсы и характер их функционирования в таких условиях. Рассмотрим динамику оборота крупнейших маркетплейсов в РФ за последние годы.

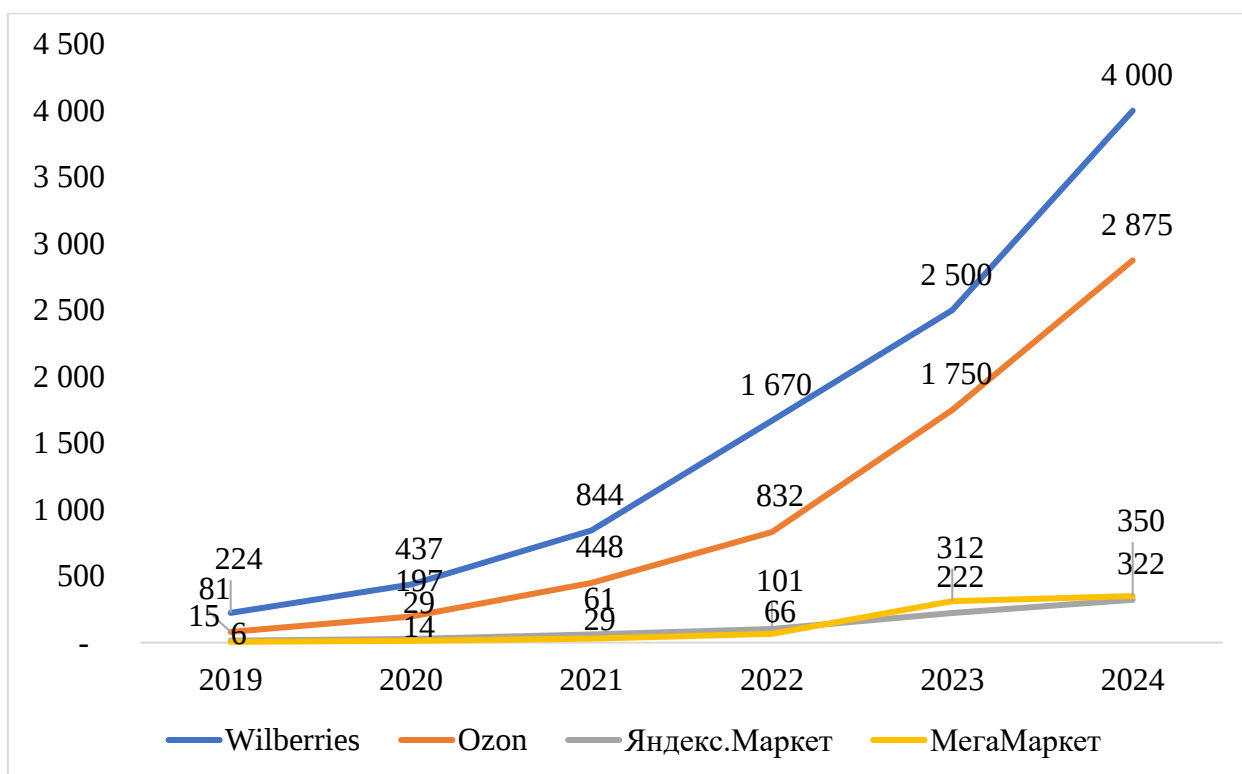


Рисунок 2. – Динамика оборота крупнейших маркетплейсов на рынке РФ за 2019-2024 гг., млн руб.

Источник: Data Insight [5]

Приведенные выше данные наглядно демонстрируют следующие факты:

1. Обороты топовых маркетплейсов на рынке РФ стабильно растут и темпы этого роста увеличиваются с каждым годом.
2. Пандемия 2020 года сформировала благоприятные для цифрового рынка условия, которые маркетплейсы успешно реализуют.
3. После ввода санкционных ограничений в марте 2022 года маркетплейсы не только не снизили темпы прироста своего общего оборота, но и в целом увеличили их.

С одной стороны, представленные данные создают довольно оптимистичное представление о текущем состоянии рынка маркетплейсов в России, которые продолжают оставаться важными платформами как для продавцов, так и для покупателей, и даже ускоряют свое развитие в условиях санкционных ограничений. Однако, с другой стороны, тенденция к частичной изоляции российской торговли от мировой экономики указывает на потенциальные негативные перспективы для развития этого сегмента по нескольким причинам (таблица 1).

Таблица 1. – Описание проблем, связанных с функционированием маркетплейсов в РФ в условиях санкционных ограничений, и их возможных решений

Проблема, связанная с функционированием маркетплейсов	Путь решения проблемы
Снижение предпринимательской активности в маркетплейсах	Улучшение условий и стимулирование отечественных предпринимателей
Снижение предложений (уход брендов, снижение количества SKU на рынке)	Улучшение условий и стимулирование отечественных производителей
Снижение освоения опыта от иностранных компаний	Укрепление бизнес взаимоотношений с компаниями из дружественных стран

Источник: составлено автором

Как мы видим по таблице, для снижения влияния санкционных ограничений, важно обеспечить определенные условия для стимулирования отечественных компаний, а именно: торговым и производственным. Помимо этого, компаниям электронной торговли необходимо наладить более тесные взаимоотношения с организациями из дружественных стран. Предложенное позволит перенимать лучшие практики по управлению хозяйственной деятельности, развивать информационные технологии и т.д.

Вывод.

Таким образом, как удалось выяснить, имеются определенные проблемы и негативные перспективы функционирования маркетплейсов на рынке РФ в условиях санкционных ограничений, но в то же время, наблюдаются позитивные перспективы данного процесса.

Совокупность представленных рекомендаций обеспечивают комплексное решение проблем в функционировании маркетплейсов на рынке РФ в условиях санкционных ограничений, охватывая такие аспекты, как: технологическая развитие, удовлетворенность покупателей; увеличение предпринимательской активности.

Список источников

1. Голубин А.В., Соколова Е.В., Копнин А.А., Мушникова А.А. Вызовы развития рынка электронной коммерции в Российской Федерации в современных условиях / Международный журнал гуманитарных и естественных наук, № 11-4, 2022, с. 132-135.
2. Панасенко С.В., Теплая Н.А., Сурай Н.М. Роль и значение электронной торговли в современных условиях / Инновации и инвестиции, № 11, 2022, с. 120-123.
3. Сатановская О. E-commerce в России растет в том числе благодаря санкциям. Деловое издание «Ведомости» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.vedomosti.ru/opinion/columns/2022/09/22/941958-e-commerce-rastet-blagodarya-sanktsiyam> (дата обращения: 15.03.2025)
4. Аналитическое агентство TAdviser, раздел «Интернет-торговля (рынок России)» [Электронный ресурс] – Режим доступа: www.tadviser.ru (дата обращения: 21.03.2025).
5. Маркетинговое исследование Интернет-торговля в России 2024, [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://datainsight.ru/eCommerce_2023 (дата обращения: 22.03.2025).
6. Селявский Ю.В., Дедов Е.Г., Курганова Н.Ю. Организация поставок товаров на склады маркетплейсов: к вопросу о разработке алгоритма подбора поставляемых товаров//Journal of Monetary Economics and Management.-2023.-№3. -С.8-16

Сведения об авторе

Липатов Никита Сергеевич, аспирант базовой кафедры торговой политики, Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова, Москва, Россия.

Information about the author

Lipatov Nikita Sergeevich, Postgraduate student of the Basic Department of Trade Policy, Plekhanov Russian University of Economics, Moscow, Russia.