

*Монахова Х. Б., аспирант
Калмыцкий государственный университет им. Б.Б. Городовикова,
г. Элиста, Российская Федерация
E-mail: hristina.borisovna@mail.ru*

ОСНОВНЫЕ АСПЕКТЫ ВЛИЯНИЯ МАРКЕТПЛЕЙСОВ НА РАЗВИТИЕ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА

Аннотация. В последние годы маркетплейсы значительно изменили ландшафт розничной торговли, предоставив малым и средним предприятиям (далее – МСП) новые возможности для выхода на рынок, расширения клиентской базы и повышения конкурентоспособности. Маркетплейсы представляют собой платформы, которые объединяют покупателей и продавцов, обеспечивая удобный интерфейс для совершения сделок. В данной статье рассматриваются аспекты влияния маркетплейсов на малый и средний бизнес в России, такие как снижение барьеров для входа в бизнес-среду, доступ к более широкой аудитории, масштабирование бизнеса, препятствия, возникающие при интеграции с маркетплейсами, включая вопросы логистики, комиссии платформ и необходимости адаптации товарного предложения к требованиям онлайн-торговли.

Ключевые слова: маркетплейсы, онлайн-торговля, цифровизация, бизнес-модели, электронная коммерция, малый и средний бизнес, предпринимательство.

UDC 339.162

DOI: 10.53315/2949-1177-2024-3-4-42-48

*Monakhova C. B., PhD student
Kalmyk State University named after B.B. Gorodovikova,
Elista, Russian Federation
E-mail: hristina.borisovna@mail.ru*

MAIN ASPECTS OF THE INFLUENCE OF MARKETPLACES ON THE DEVELOPMENT OF SMALL AND MEDIUM BUSINESSES

Abstract. In recent years, marketplaces have significantly changed the retail landscape, providing small and medium-sized enterprises (hereinafter referred to as SMEs) with new opportunities to enter the market, expand their customer base and increase competitiveness. Marketplaces are platforms that connect buyers and sellers, providing a user-friendly interface for making transactions. This article examines aspects of the impact of marketplaces on small and medium-sized businesses in Russia, such as reducing barriers to entry into the business environment, access to a wider audience, business scaling, as well as what challenges entrepreneurs face when integrating with marketplaces, including issues of logistics, platform commissions and the need to adapt product offerings to requirements online trading.

Keywords: marketplaces, online commerce, digitalization, business models, e-commerce, small and medium-sized businesses, entrepreneurship.

ВВЕДЕНИЕ

Электронная торговля в различных вариантах, включая маркетплейсы, способствуют экономическому росту, увеличивая доступность товаров для граждан и позволяя малым и средним предприятиям расширять круг потребителей. Согласно исследованиям, более 70% интернет-пользователей в России предпочитают делать покупки онлайн, из них 73% покупок совершается на маркетплейсах, что свидетельствует о значительной популярности таких платформ.

Онлайн-платформы открывают доступ для малых и средних предприятий к более широким рынкам, чем те, с которыми они могли бы работать в локальном контексте. В России это особенно актуально, так как многие регионы имеют ограниченный доступ к разнообразным товарам и услугам, значительные расстояния между населенными пунктами осложняют логистику и делают ее затратной, что обусловлено географической особенностью страны. Именно поэтому важным является развитие интернет-технологий, которое поможет сгладить эти проблемы, позволяя жителям удаленных уголков России заказывать более широкий ассортимент товаров онлайн.

В свою очередь бизнес, который раньше был ограничен в продажах географически, теперь имеет возможность масштабироваться и охватывать всю страну. Например, небольшая мастерская, производящая уникальные товары, может разместить свои изделия на онлайн-платформе, и их продукция станет доступной для покупателей не только в одном конкретном городе, но и в отдаленных населенных пунктах. Некоторые маркетплейсы выходят на международные рынки и позволяют отечественным предпринимателям продвигать свои товары за границы, открывая новые возможности для географической экспансии экспорта, особенно для уникальных продуктов, отражающих российскую культуру и традиции, таких как народные промыслы, ремесла, декоративно-прикладное искусство т.д.

МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ

Исследовательская работа проведена с использованием совокупности научных методов и приемов исследования, методов экономического анализа: сравнительного, индикативного, рейтингового, метода группировок и др. Для исследования использовались индикаторы оценки рисков и угроз. Для сбора данных использовались как количественные, так и качественные методы, проведен анализ статистических данных о продажах и росте числа зарегистрированных малых и средних предприятий на маркетплейсах.

РЕЗУЛЬТАТЫ

В отличие от традиционных бизнес-моделей, создание бизнеса на маркетплейсах требует меньших стартовых затрат, что весьма привлекательно для начинающих предпринимателей, которые ограничены финансово. «По итогам первого квартала 2024 года число МСП в сфере онлайн-торговли достигло 387 тыс., из которых около половины открылись в 2023 году. Данная цифра в 9 раз больше, чем была до начала пандемии. Онлайн-торговля – явление относительно молодое в России, в связи с чем 99% (386,5 из 387 тыс.) действующих в этой сфере бизнесов относятся к микропредприятиям». Меморандум, подписанный Корпорацией МСП и ведущими российскими маркетплейсами в 2023 году, устанавливает обязательство платформ исходить из «презумпции финансовой добросовестности» малых и средних предприятий. Это также подразумевает применение прин-

ципов соразмерности взаимной ответственности и создание благоприятных условий для участников маркетплейсов. Изложенные в документе меры будут способствовать развитию МСП и улучшению общего климата для предпринимательства в России.

В этом контексте стоит отметить, что регистрация на платформах достаточно проста и происходит в несколько шагов. После создания аккаунта и заполнения анкеты агрегатор проверяет указанные данные и загруженные документы. После одобрения заявки можно приступить к настройке профиля, добавив логотип, описание магазина и другую информацию, которая поможет привлечь клиентов. После завершения всех настроек и добавления товаров можно запускать продажи. Простой алгоритм позволяет предпринимателям быстро начать свою деятельность, совершив всего несколько шагов. Такой вариант дистанционной торговли снижает барьер входа в бизнес и позволяет начинающим предпринимателям попробовать свои силы на рынке. Предприниматели могут сфокусироваться на маркетинге и продажах, вместо того чтобы тратить время и деньги на технические детали. Также отпадает необходимость в создании собственного сайта или приложения.

Еще один положительный аспект заключается в отсутствии затрат на создание физического магазина, складов и организацию логистики, для этого используется дропшип-пинг или фулфилмент. Дропшип-пинг – модель, при которой предприниматели могут продавать товары без необходимости держать их на складе, вместо этого, когда покупатель делает заказ, товар отправляется напрямую от поставщика к клиенту, фулфилмент – процесс выполнения заказов, который включает в себя все этапы с момента оформления заказа до его доставки конечному потребителю. При работе с маркетплейсами выделяют два типа фулфилмента:

- доставка со склада продавца (Fulfillment by Seller) – формат работы, при котором продавец хранит товар на собственном складе. Продавец упаковывает, маркирует и отправляет товары на склад маркетплейса под каждый заказ отдельно;

- доставка со склада маркетплейса (Fulfillment by Operator) – модель, при которой продавец упаковывает, маркирует и отправляет партию товара на склад маркетплейса. Сотрудники маркетплейсов собирают и доставляют каждый заказ до конечного покупателя.

Продавец выбирает наиболее удобный вариант логистических решений, что позволяет не только сократить затраты на аренду площадей или закупку товаров заранее, но и эффективно конкурировать на рынке даже с ограниченными ресурсами.

Следующим преимуществом маркетплейсов с точки зрения продавцов является возможность использовать готовые рекламные инструменты, которые будут обеспечивать им высокую видимость среди целевой аудитории для продвижения своих товаров на платформе. Многие онлайн-платформы предоставляют качественный инструмент для анализа продаж и поведения покупателей, включающий в себя статистику о том, как пользователи находят их продукты, какие товары наиболее популярны и как меняются предпочтения покупателей, что существенно облегчает процесс создания маркетинговой стратегии. Кроме того, аналитика на платформах позволяет предпринимателям адаптировать ассортимент в соответствии с запросами потребителей. Такая реклама может быть нацелена на конкретные группы покупателей для увеличения вероятности совершения покупки.

Высокие рейтинги и положительные отзывы создают положительную репутацию для магазина, чем привлекают большее число покупателей, а партнерские программы с логистическими компаниями позволяют ускорить доставку заказов. Сокращение времени ожидания заказа положительно сказывается на клиентском опыте и увеличивает вероятность повторных покупок.

Все вышеперечисленное подчеркивает, что маркетплейсы являются мощным инструментом для малых и средних предприятий в России, позволяя им преодолевать традици-

онные барьеры, расширять географию продаж и развивать бизнес. Тем не менее, наряду с положительными аспектами торговли на маркетплейсах, существуют и некоторые проблемы.

В первую очередь следует учитывать, что условия работы на том или ином маркетплейсе различны, у каждого из них могут быть свои требования, сборы и комиссии. Изменения в правилах платформы могут существенно отразиться на объеме продаж или условиях доставки. Каждый маркетплейс устанавливает собственные тарифы за размещение товаров на площадке и комиссии с продаж. Они могут варьироваться от фиксированной суммы до процента от стоимости продажи. Например, одни платформы могут брать небольшую комиссию за каждую проданную единицу, в то время как другие могут требовать фиксированные платежи за услуги. Другим недостатком может являться требование использовать только логистические решения, определенные торговой площадкой. Условия возврата и обмена товаров также различны, что может увеличить затраты продавца и отрицательно повлиять на прибыльность и долговечность бизнеса на рынке.

Не стоит забывать и о том, что органы государственного надзора вправе осуществлять проверки, направленные на контроль соблюдения законодательных норм и правил со стороны селлеров, работающих на маркетплейсах. Проверки охватывают следующие аспекты правового регулирования:

- соответствие товаров требованиям безопасности, качества и маркировки, установленным законом;
- лицензии и сертификаты, если это предусмотрено для реализации определенных категорий товаров;
- проверки задекларированных доходов и уплаты налогов, чтобы исключить возможность уклонения от налоговых обязательств;
- соблюдение прав потребителей;
- соблюдение норм антимонопольного законодательства;
- соблюдение требований по защите персональных данных.

Такие проверки могут проводиться как на основании жалоб потребителей, так и в рамках плановых мероприятий контрольно-надзорных органов. В случае выявления нарушений могут быть применены административные меры, включая штрафы, приостановление деятельности, уголовная ответственность.

Немаловажную роль играет высокая конкуренция на маркетплейсах, в том числе и недобросовестная, которая нередко вынуждает продавцов снижать цены до минимального уровня, чтобы оставаться конкурентоспособными. Манипуляции с рейтингом в виде заказных отрицательных отзывов, оставленных с фейковых аккаунтов покупателей, тоже негативно отражаются на прибыли и, при худшем сценарии, приводит к сворачиванию бизнеса. Так или иначе продавцы обязаны следовать правилам, установленным торговой онлайн-площадкой, даже в том случае, если они идут вразрез с внутренней политикой.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, маркетплейсы представляют собой неоднозначный инструмент для малых и средних предприятий в условиях цифровой экономики. С одной стороны, они предоставляют уникальные возможности для выхода на рынок, облегчая доступ к нему, а также возможность масштабирования бизнеса и увеличения доходности. С другой же стороны, предприниматели сталкиваются с определенными рисками в виде высокой конкуренции, комиссий и сборов, взимаемых маркетплейсами, зависимости от алгоритмов платформы.

Успех в ведении бизнеса на маркетплейсах для малых и средних предприятий обусловлен готовностью предпринимателей адаптироваться к меняющимся условиям рынка, чтобы сохранить конкурентоспособность. Для этого необходимо разрабатывать гибкие стратегии, основанные на понимании текущих тенденций и потребностей потребителей.

Литература

Data Insight. Маркетинговые исследования рынка интернет-торговли [электронный ресурс] // URL: https://datainsight.ru/ecommm_weekly (дата обращения: 13.11.2024).

В логистическом омуте маркетплейсов [электронный ресурс] // URL: https://logirus.ru/articles/solution/v_logisticheskoy_omute_marketpleysov.html (дата обращения: 13.11.2024).

Всероссийский центр изучения общественного мнения [электронный ресурс] // URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/po-marketpleisam-trendy-onlain-potrebleniya-2024> (дата обращения: 13.11.2024).

Дропшипинг: как работает, плюсы и минусы, с чего начать бизнес [электронный ресурс] // URL: <https://seller.ozon.ru/media/logistics/dropshipping-kak-rabotaet-plyusy-i-minusy-s-chego-nachat-biznes/> (дата обращения: 13.11.2024).

Как продвигать товары на маркетплейсах [электронный ресурс] // URL: <https://secrets.tinkoff.ru/biznes-s-nulya/prodvizhenie-na-marketpleysah/> (дата обращения: 13.11.2024).

Как работать с отзывами на маркетплейсах. [электронный ресурс] // URL: <https://vc.ru/marketing/638680-kak-rabotat-s-otzyvami-na-marketpleisah> (дата обращения: 13.11.2024).

Комиссии маркетплейсов для продавцов в 2023 году [электронный ресурс] // URL: https://www.lcbit.ru/blog/komissii-marketpleysov-dlya-prodavtsov-v-2022-godu/?utm_referrer=https%3A%2F%2Fwww.yandex.ru%2F (дата обращения: 13.11.2024).

Конкуренция на маркетплейсах: фейковые отзывы и заказы, воровство фотографий — как противостоять грязной конкуренции [электронный ресурс] // URL: <https://exiterra.ru/blog/dlya-biznesa/konkurenciya-na-marketpleysakh/> (дата обращения: 13.11.2024).

Корпорация МСП и крупнейшие маркетплейсы договорились о системных правилах работы на рынке и поддержке малого бизнеса [электронный ресурс] // URL: <https://xn--1lagf.xn--plai/services/news/detail/korporatsiya-msp-i-krupneyshie-marketpleysy-dogovorilis-o-sistemnykh-pravilakh-raboty-na-rynke-i-pod/> (дата обращения: 13.11.2024).

Маркетплейсы станут инструментом развития малого и среднего бизнеса [электронный ресурс] // URL: <https://plus.rbc.ru/news/5be648587a8aa936b7799375> (дата обращения: 13.11.2024).

Регистрация продавца на маркетплейсах [электронный ресурс] // URL: <https://sellermarket.ru/blog/1599-kak-zaregistrirovatsya-na-marketpleysah> (дата обращения: 13.11.2024).

Страшнее «Ночного дозора». Надзор на маркетплейсах. Трудности, которые не лежат на поверхности [электронный ресурс] // URL: https://www.klerk.ru/blogs/Pro_Pravo/564717/ (дата обращения: 13.11.2024).

Число МСП в онлайн-торговле за 4 года выросло в 9 раз и достигло 387 тыс. [электронный ресурс] // URL: https://corpmsp.ru/pres_slujba/news/chislo_msp_v_onlayn_torgovle_za_4_goda_vyroslo_v_9_raz_i_dostiglo_387_tys/ (дата обращения: 13.11.2024).

References

Data Insight. Marketingovyie issledovaniia rynka internet-torgovli [Marketing research of the online trade market]. [elektronnyi resurs] // URL: https://datainsight.ru/ecommm_weekly (data obrashcheniia: 13.11.2024). [in Russian].

V logisticheskoy omute marketpleysov [In the logistics whirlpool of marketplaces]. [elektronnyi resurs] // URL: https://logirus.ru/articles/solution/v_logisticheskoy_omute_marketpleysov.html (data obrashcheniia: 13.11.2024). [in Russian].

Vserossiiskii tsentr izucheniia obshchestvennogo mneniia [All-Russian Public Opinion Research Center]. [elektronnyi resurs] // URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/po-marketpleisam-trendy-onlain-potrebleniya-2024> (data obrashcheniia: 13.11.2024). [in Russian].

Dropshipping: kak rabotaet, pliusy i minusy, s chego nachat' biznes [Dropshipping: how it works, pros and cons, where to start a business]. [elektronnyi resurs] // URL: <https://seller.ozon.ru/media/logistics/dropshipping-kak-rabotaet-plyusy-i-minusy-s-chego-nachat-biznes/> (data obrashcheniia: 13.11.2024). [in Russian].

Kak prodvigat' tovary na marketpleisakh [How to promote products on marketplaces]. [elektronnyi resurs] // URL: <https://secrets.tinkoff.ru/biznes-s-nulya/prodvizhenie-na-marketpleisah/> (data obrashcheniia: 13.11.2024). [in Russian].

Kak rabotat' s otzyvami na marketpleisakh [How to work with reviews on marketplaces]. [elektronnyi resurs] // URL: <https://vc.ru/marketing/638680-kak-rabotat-s-otzyvami-na-marketpleisah> (data obrashcheniia: 13.11.2024). [in Russian].

Komissii marketpleisov dlia prodavtsov v 2023 godu [Marketplace commissions for sellers in 2023]. [elektronnyi resurs] // URL: https://www.1cbit.ru/blog/komissii-marketpleysov-dlya-prodavtsov-v-2022-godu/?utm_referrer=https%3A%2F%2Fwww.yandex.ru%2F (data obrashcheniia: 13.11.2024). [in Russian].

Konkurentsii na marketpleisakh: feikovyie otzvyvy i zakazy, vorovstvo fotografii — kak protivostoiat' griaznoi konkurentsii [Competition on marketplaces: fake reviews and orders, photo theft - how to resist dirty competition]. [elektronnyi resurs] // URL: <https://exiterra.ru/blog/dlya-biznesa/konkurenciya-na-marketpleysakh/> (data obrashcheniia: 13.11.2024). [in Russian].

Korporatsiia MSP i krupneishie marketpleisy dogovorilis' o sistemnykh pravilakh raboty na rynke i podderzhke malogo biznesa [The SME Corporation and the largest marketplaces agreed on systemic rules for working in the market and supporting small businesses]. [elektronnyi resurs] // URL: <https://xn--l1agf.xn--plai/services/news/detail/korporatsiya-msp-i-krupneyshie-marketpleisy-dogovorilis-o-sistemnykh-pravilakh-raboty-na-rynke-i-pod/> (data obrashcheniia: 13.11.2024). [in Russian].

Marketpleisy stanut instrumentom razvitiia malogo i srednego biznesa [Marketplaces will become a tool for developing small and medium-sized businesses]. [elektronnyi resurs] // URL: <https://plus.rbc.ru/news/5be648587a8aa936b7799375> (data obrashcheniia: 13.11.2024). [in Russian].

Registratsiia prodavtsa na marketpleisakh [Registering a seller on marketplaces]. [elektronnyi resurs] // URL: <https://sellermarket.ru/blog/1599-kak-zaregistrirovatsa-na-marketpleisah> (data obrashcheniia: 13.11.2024). [in Russian].

Strashnee «Nochnogo dozora». Nadzor na marketpleisakh. Trudnosti, kotorye ne lezhat na poverkhnosti [Scarier than the “Night Watch”. Supervision on marketplaces. Difficulties that do not lie on the surface]. [elektronnyi resurs] // URL: https://www.klerk.ru/blogs/Pro_Pravo/564717/ (data obrashcheniia: 13.11.2024). [in Russian].

Chislo MSP v onlain-torgovle za 4 goda vyroslo v 9 raz i dostiglo 387 tys [The number of SMEs in online trading has grown 9-fold over 4 years and reached 387 thousand]. [elektronnyi resurs] // URL: https://corpmsp.ru/pres_slujba/news/chislo_msp_v_onlayn_torgovle_za_4_goda_vyroslo_v_9_raz_i_dostiglo_387_tys/ (data obrashcheniia: 13.11.2024). [in Russian].