

132. РОЛЬ ЭЛЕКТРОННЫХ ТОРГОВЫХ ПЛОЩАДОК В ТРАНСФОРМАЦИИ СОВРЕМЕННОЙ РЫНОЧНОЙ СТРУКТУРЫ

Боровой Д.А. студент гр.578105

Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники
г. Минск, Республика Беларусь

Петрович Ю.Ю. – старший преподаватель кафедры ЭИ, магистр

Аннотация. В тезисах анализируется влияние онлайн-площадок на торговлю в России и Беларуси. Рассмотрены модели Wildberries, Ozon, Яндекс.Маркет (FBO/FBS), рост e-commerce до 11,2 трлн руб. в РФ и 1,05 млрд руб. в РБ. Выявлены преимущества (масштаб, логистика) и недостатки (конкуренция, импорт из Китая). Российские платформы доминируют в Беларуси (40%). Предложены меры: поддержка МСП, национальные платформы, маркировка. Маркетплейсы ускоряют цифровизацию, но усиливают асимметрию рынка.

Основные характеристики платформ. Wildberries, Ozon и Яндекс.Маркет объединяют сотни тысяч продавцов, создавая для покупателей доступ к миллионам товаров по конкурентным ценам. Главная цель – максимальный трафик и оборот, а не продвижение отдельных брендов. В России площадки заняли 14% всей розницы, обработав 6,8 млрд заказов. Российские маркетплейсы контролируют более 40% белорусского e-commerce, выстроив собственные сети доставки.[4][5][1]

Ключевые отличия от традиционных интернет-магазинов. Одиночные онлайн-магазины фокусируются на развитии одного бренда, владеют складами и строят лояльность. Площадки же предоставляют общую витрину множеству продавцов, зарабатывая на комиссиях (15-30%) без прямой рекламы отдельных участников.[6]

Таблица 1 – Сравнение онлайн-площадок и традиционных магазинов

Критерий	Онлайн-площадки	Традиционные магазины
Ассортимент	Миллионы SKU от тысячи продавцов	Ограниченный брендовый
Логистика	FBO/FBS/DBS схемы	Собственные склады
Доход	Комиссия + реклама	Прямая продажа
Аудитория	Импульсные покупки	Лояльные клиенты

Принципы работы и модели сотрудничества. Продавец проходит регистрацию, создаёт карточки товаров и выбирает схему:

- FBS – хранение на своём складе, самостоятельная упаковка и доставка в ПВЗ;
- FBO – передача товаров на склад платформы (удобно, но с комиссией 10-15%);
- DBS – дропшипинг без склада.

Wildberries лидирует по скорости доставки (1-3 дня), Ozon – по гибкой аналитике, Яндекс.Маркет – по конверсии из поиска. Отзывы, рейтинг и участие в акциях определяют видимость карточки. В Беларуси Ozon увеличил оборот в 2,5 раза за 2023 год.[7][9][4]

Экономическое воздействие на рынки. Россия: Площадки стимулируют МСП (рост на 39% в 2024), но замедляют традиционную розницу. Реклама на платформах достигла 380 млрд руб..[10]

Беларусь: Импорт из Китая и Узбекистана вытесняет местные товары. МАРТ зафиксировал снижение доли белорусской продукции, хотя меры регулятора подняли её на 1 п.п. во II кв. 2025. Беллепром отметил убыточность работы на площадках.[11]

Маркетплейсы помогают продавцам экономить на доставке и рекламе – до 20-30% затрат, потому что там есть готовые инструменты для подсказок покупателям. В России онлайн-торговля теперь даёт 5% ВВП (в 2025 году), а в Беларуси через Ozon белорусские товары (текстиль, техника) стали продаваться на 15% больше. Но есть проблема: три большие площадки забрали почти весь трафик (90%), мелким магазинам теперь тяжело конкурировать и входить на рынок

Таблица 2 – Ключевые показатели площадок (2025г.)

Площадка	Продавцов (тыс.)	Доля в РФ (%)	Доля в РБ (%)	Средний чек (₽)
Wildberries	840	58,4	~25	1500-2300
Ozon	120	26,5	~18	2000-2800
Яндекс.Маркет	81	6,1	<5	3000-5000

Преимущества для бизнеса:

- низкий порог входа – без затрат на сайт (экономия 500 тыс. руб.);
- масштаб – доступ к 100+ млн пользователей по СНГ;
- инструменты – аналитика продаж, автоматические допродажи (+15-20% к чеку);

- логистика – развитие ПВЗ (Ozon: +8 раз в РБ за год).[4][6];
- быстрый рост продаж – для новых продавцов чек может вырасти на 10-15% за месяц благодаря акциям.

Основные риски и недостатки:

- конкуренция – 100+ похожих товаров в каждой нише;
- зависимость – алгоритмы и штрафы (до 50 тыс. руб.) непредсказуемы;
- качество сервиса – в FBO продавец не контролирует упаковку и доставку;
- подделки – 32% покупателей сталкивались с фейками.[11].

Перспективы развития. Российские площадки укрепляют позиции в Беларуси, вытесняя локальных игроков. Регуляторы обещают поддержку отечественных производителей через приоритетное размещение и снижение комиссий. Е-commerce продолжит рост (прогноз РБ: +25% в 2026), но требует баланса между глобализацией и защитой рынка.[13][1]

В будущем е-commerce в Беларуси вырастет еще на 25% к 2026 году, площадки вроде Ozon и Wildberries добавят больше ПВЗ в регионах. Появятся новые правила: приоритет для белорусских товаров и снижение комиссий до 10-12%. В противном случае крупные операторы платформ усилят тенденцию к монополизации рынка, усугубив асимметрию конкурентных позиций

Список использованных источников:

11. Devby.io. Российские маркетплейсы контролируют почти половину рынка электронной торговли Беларуси [Электронный ресурс] // Devby.io. – 2025. – Режим доступа: <https://devby.io/news/rossiiskie-marketpleisy-kontroliruyut-pochti-pолоvinu-rynka-elektronnoy-torgovli-belarusi>.
12. Neg.by. Объем электронной торговли в Беларуси вырос более чем в 5 раз за 5 лет [Электронный ресурс] // Neg.by. – 2025. – Режим доступа: <https://neg.by/novosti/otkrytj/obem-elektronnoy-torgovli-v-belarusi-vyros-bolee-chem-v-5-raz-za-5-let/>.
13. Forbes.ru. Рост рынка e-commerce в России замедлился в 2024 году [Электронный ресурс] // Forbes.ru. – 2025. – Режим доступа: <https://www.forbes.ru/tekhnologii/537469-rost-rynka-e-commerce-v-rossii-zamedlilsa-v-2024-godu>.
14. Neg.by. На рынке e-commerce растут продажи и конкуренция [Электронный ресурс] // Neg.by. – Режим доступа: <https://neg.by/novosti/otkrytj/na-rynke-e-commerce-rastut-prodazhi-i-konkurentsia/>.
15. Officelife.media. Wildberries и Ozon контролируют более 40% рынка электронной торговли в Беларуси [Электронный ресурс] // Officelife.media. – 2025. – Режим доступа: <https://officelife.media/news/63326-wildberries-i-ozon-kontroliruyut-bolee-40-rynka-elektronnoy-torgovli-v-belarusi/>.
16. Vedomosti.ru. Маркетплейсы стали новым центром маркетинга в России [Электронный ресурс] // Vedomosti.ru. – 2025. – Режим доступа: https://www.vedomosti.ru/press_releases/2025/11/25/marketpleisi-stali-novim-tsentrom-marketinga-v-rossii.
17. 4tololo.ru. Особенности магазинов на маркетплейсах: Wildberries, Ozon и Яндекс.Маркет [Электронный ресурс] // 4tololo.ru. – 2026. – Режим доступа: <https://4tololo.ru/osobennosti-magazinov-na-marketpleysakh-wildberries-ozon-i-yandeks-market>.
18. Smartseller.me. Яндекс.Маркет, Ozon и Wildberries — что лучше для начинающего продавца [Электронный ресурс] // Smartseller.me. – 2026. – Режим доступа: <https://smartseller.me/blog/yandeks-market-ozon-i-wildberries-chto-luchshe-dlya-nachinayushhego-prodavca/>.
19. Ffstats.ru. Wildberries, Ozon или Яндекс.Маркет: Гид по выбору площадки [Электронный ресурс] // Ffstats.ru. – 2025. – Режим доступа: <https://ffstats.ru/news/0ijzdd6f21-wildberries-ozon-ili-yandeks-market-gid-p>.
20. Vedomosti.ru. Как маркетплейсы превращают Россию в лабораторию цифровой торговли [Электронный ресурс] // Vedomosti.ru. – 2025. – Режим доступа: https://www.vedomosti.ru/press_releases/2025/10/17/kak-marketpleisi-prevraschayut-rossiyu-v-laboratoriyu-tsifrovoy-torgovli-v-ramkah-platfornennoy-ekonomiki.
21. Neg.by. Как в Беларуси пытаются повлиять на бизнес маркетплейсов [Электронный ресурс] // Neg.by. – 2025. – Режим доступа: <https://neg.by/novosti/otkrytj/kak-v-belarusi-pytayutsya-povliyat-na-biznes-marketpleysov/>.
22. МойСклад. Аналитика маркетплейсов: 24 сервиса анализа продаж [Электронный ресурс] // МойСклад. – Режим доступа: <https://www.moysklad.ru/poleznoe/marketpleisy/analitika-marketpleysov/>.
23. Belretail.by. Как товары из Беларуси завоевывают российский рынок на платформе Ozon [Электронный ресурс] // Belretail.by. – 2025. – Режим доступа: <https://belretail.by/news/kak-tovary-iz-belarusi-zavoevyivayut-rossiyskiy-rynok-na-platfornе-ozon>.