

ДК: 339.37:005

DOI:10.34670/AR.2024.23.47.062

Актуальные аспекты развития маркетплейсов в ЮФО**Сильченко Людмила Александровна**

Магистрант,
кафедра экономической теории,
региональной экономики предпринимательства,
Волгоградский государственный университет,
400062, Российская Федерация, Волгоград, просп. Университетский, 100;
e-mail: ezm-221-45399@volsu.ru

Митрофанова Инна Васильевна

Доктор экономических наук, профессор,
главный научный сотрудник,
лаборатория региональной экономики,
Федеральный исследовательский центр
Южный научный центр РАН;
344006, Российская Федерация, Ростов-на-Дону, просп. Чехова, 41;
профессор кафедры экономической теории,
региональной экономики предпринимательства,
Волгоградский государственный университет,
400062, Российская Федерация, г. Волгоград, просп. Университетский, 100;
e-mail: mitrofanova@volsu.ru

Трилицкая Оксана Юрьевна

Кандидат экономических наук, доцент,
кафедра менеджмента и маркетинга,
Волгоградский государственный университет,
400062, Российская Федерация, Волгоград, просп. Университетский, 100;
e-mail: trilickaya_oksana@volsu.ru

Публикация подготовлена в рамках реализации Государственного задания Южного научного центра РАН, проект «Стратегические векторы развития социоэкономического комплекса Юга России с учетом региональной резилентности (экономические и демографические аспекты)», № гос. регистрации 122020100349-6.

Аннотация

В Южном федеральном округе наблюдается в последнее время активное развитие и расширение Интернет-торговли, а также сегмента маркетплейсов. Это формирует новую экономическую реальность для регионов, оказывая заметное влияние на бизнес-среду, перспективы для инноваций. В 2023 году в российском сегменте маркетплейсов

произошли структурные трансформации, которые оказали влияние на поведение покупателей и конкурентную среду, а одной из ключевых тенденций стало разнонаправленное изменение потребительского поведения. Сегодня регионы ЮФО занимают лидирующие места по объему совершенных покупок и сумме заказов в интернет-торговле. Новые тенденции в развитии маркетплейсов проявляются в росте использования мобильных приложений, в увеличении спроса на услуги доставки, в развитии B2B-маркетплейсов. Перспективы развития маркетплейсов связаны с повышением безопасности онлайн-торговли, интеграцией искусственного интеллекта, расширением географии покрытия.

Для цитирования в научных исследованиях

Сильченко Л.А., Митрофанова И.В., Трилицкая О.Ю. Актуальные аспекты развития маркетплейсов в ЮФО // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2024. Том 14. № 2А. С. 244-256. DOI:10.34670/AR.2024.23.47.062

Ключевые слова

Электронная коммерция, цифровая экономика, рынок интернет-торговли, маркетплейсы, Южный федеральный округ.

Введение

Рынок электронной коммерции в России растет с каждым годом, и маркетплейсы становятся все популярнее как средства продажи товаров и услуг. В Южном федеральном округе страны, включающем такие регионы, как Краснодарский край, Ростовская, Волгоградская, Астраханская области, Республики Адыгея, Калмыкия, г. Крым и Севастополь, развитие маркетплейсов имеет особую роль. Наблюдаемый рост в ЮФО обусловлен не только общими мировыми тенденциями и переходом в интернет-пространство, но и особенностями регионального рынка, которые делают его уникальным.

В ЮФО наблюдается в последнее время активное развитие и расширение Интернет-торговли, а также сегмента маркетплейсов, что формирует новую экономическую реальность для региона, что оказывает значимое влияние на бизнес-среду, создавая перспективы для инноваций и одновременно создавая новые предпринимательские вызовы [Сильченко, 2024].

Современная экономика постоянно меняется под влиянием технологических инноваций, и в этом контексте маркетплейсы играют важную роль в торговле. Онлайн-платформы обеспечивают эффективное взаимодействие между продавцами и покупателями, предоставляя новые возможности и вызовы для предпринимателей.

Взаимодействие крупных маркетплейсов, таких как Wildberries, Ozon, Яндекс Маркет и СберМегаМаркет, с региональным бизнесом играют большую роль в развитии местного бизнеса в Южном федеральном округе. Взаимодействие этих платформ с региональными предприятиями обеспечивает инновационность сотрудничества и горизонты расширения для местных компаний и предпринимателей. Онлайн площадки предлагают компаниям и предпринимателям доступ к новым клиентам, специальным услугам и инструментам, базе данных клиентов и информации о рынке, однако бизнесу необходимо продуманно подходить к этому партнерству и использовать эти возможности с умом и стратегическим планированием.

Текущие показатели развития рынка маркетплейсов в России

Российский рынок электронной коммерции продолжает демонстрировать постоянно растущую динамику. В 2023 году оборот рынка интернет-торговли по данным АКИТ составил 6359 млрд рублей, что на 27% больше, чем в 2022 году (4986 млрд рублей) [Минаков, 2023]. Этот рост обусловлен рядом факторов, включая удобство и доступность для потребителей, а также возможность продавцов расширить свою аудиторию и увеличить продажи. Динамика изменения рынка интернет-торговли представлена на рисунке 1.

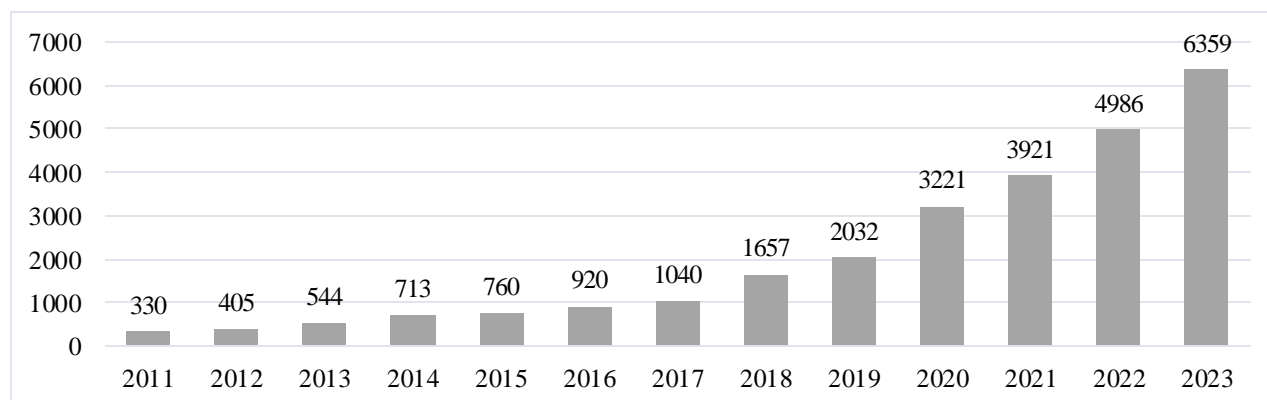


Рисунок 1 – Динамика рынка Интернет-торговли России
[Сводные аналитические данные ..., 2024]

Заметен стабильный рост продаж в интернет-торговле, и с каждым годом количество продаж в этой сфере увеличивается.

В 2022 в интернет-магазинах и на онлайн-платформах было сделано 2,8 млрд. заказов. Общий объем рынка в рублях вырос на 27% по отношению к 2021 году, хотя ожидания были намного ниже и предполагались более низкие темпы роста по сравнению с предыдущим годом [Интернет-торговля в России, 2022]. Этот рост обусловлен, главным образом, долей маркетплейсов в общем обороте отечественной электронной коммерции, на которую в 2022 году приходится 47% общего объема продаж. На рисунке 2 представлено деление интернет-торговли между каналами продаж.



Рисунок 2 – Бизнес-модели e-commerce и их доли в объеме интернет-торговли
[Рынок интернет-торговли в России ..., 2022]

Так, объем рынка только основных онлайн-платформ в России (Wildberries, Ozon, Яндекс Маркет, AliExpress Россия, СберМегаМаркет) в 2022 году, по данным аналитического агентства Data Insight, составил 2,7 трлн рублей. Что свидетельствует о доминировании крупных маркетплейсов и их активном привлечении покупателей. В настоящее время маркетплейс является самым быстрорастущим каналом в сфере онлайн-продаж.

В 2023 году в российском сегменте маркетплейсов произошли структурные трансформации, которые оказали влияние на поведение покупателей и конкурентную среду. Одной из ключевых тенденций стало разнонаправленное изменение потребительского поведения. В условиях экономической нестабильности и снижения платежеспособности населения, потребители стали рациональнее относиться к своим покупкам, что привело к значительному снижению доли спонтанных и премиальных покупок. Кроме того, эта тенденция привела к снижению среднего чека.

Немаловажная тенденция – снижение конкуренции со стороны зарубежных компаний и брендов. В связи с напряженной геополитической ситуацией, экономическими санкциями и снижением суверенного кредитного рейтинга Российской Федерации, такими рейтинговыми агентствами, как: S&P Global Ratings, Moody's, Fitch Ratings многие зарубежные компании были вынуждены покинуть российский рынок, что дало отечественным маркетплейсам ряд возможностей и конкурентных преимуществ для дальнейшего экстенсивного и интенсивного развития.

Обращает на себя внимание процесс переориентации от различных оффлайн-каналов в сторону маркетплейсов. Многие потребители стали отдавать предпочтение онлайн-покупкам в условиях пандемии COVID-19 и запретов на посещение магазинов. За этим последовал рост популярности маркетплейсов среди платежеспособного населения и увеличению их доли на рынке.

В 2023 году продолжалось развитие маркетплейсов и произошло их разделение на нишевые и региональные, специализирующиеся на реализации определенных категорий товаров, которые сосредоточены на удовлетворении потребностей целевой аудитории. Это стало ещё одним фактором, повлиявшим на усиление конкурентоспособности маркетплейсов.

Прогнозы специалистов в сегменте розничной, потребительской торговли на 2024 год предсказывают развитие маркетплейсов как в краткосрочной, так и в среднесрочной перспективе. Доля рынка маркетплейсов в общей системе электронной торговли продолжит увеличиваться и достигнет отметки – примерно 54%. Таким образом, маркетплейсы обладают всеми необходимыми условиями для расширения своего влияния на рынке электронной коммерции.

Кроме того, ожидается процесс увеличения популярности маркетплейсов ввиду внедрения новых цифровых инновационных решений в сфере расчётов и платежей, таких как: использование QR-кодами, оплата частями, при помощи Системы Быстрых Платежей (СБП). В долгосрочной перспективе планируется, что проект цифровой валюты центрального банка Российской Федерации, цифровой рубль будет активно имплементирован в сферу онлайн-коммерции и станет важным и удобным инструментом осуществления покупок. Такие инфраструктурные решения в значительной степени оптимизируют процесс расчётов и платежей и сделают более комфортным для клиентов использование интерфейса.

Wildberries и Ozon являющиеся однозначными и бесспорными лидерами рынка, увеличат свою капитализацию за счёт расширения номенклатуры услуг и товаров. Также прогнозируется, что Wildberries и Ozon планируют негласно монополизировать сегмент маркетплейсов, что

создает ряд ограничений для вступлений новых участников в эту бизнес-среду.

Наконец, ожидается создание экосистем маркетплейсов, что приведет к ужесточению конкуренции между ними. Это означает, что приоритетным для маркетплейсов станет предоставление целого спектра услуг на основе принципа «бесшовности», которые облегчат потребителям процесс приобретения товара или услуги.

В целом, можно сказать, что маркетплейсы в России продолжают развиваться и занимать все более значимую роль на рынке электронной коммерции. Они становятся все более популярными среди потребителей и предлагают широкий выбор товаров и услуг. Однако, конкуренция на рынке маркетплейсов также усиливается, что требует от компаний постоянного развития и инноваций.

Тенденции и перспективы развития рынка маркетплейсов на Юге России

По данным АКИТ, регионы ЮФО занимают лидирующие места по объему совершенных покупок и сумме заказов в интернет-торговле [Литвинов, Савинов, Тарановская, 2021] Топ 10 регионов по сумме онлайн-покупок в 2023 году представлен на рисунке 3.

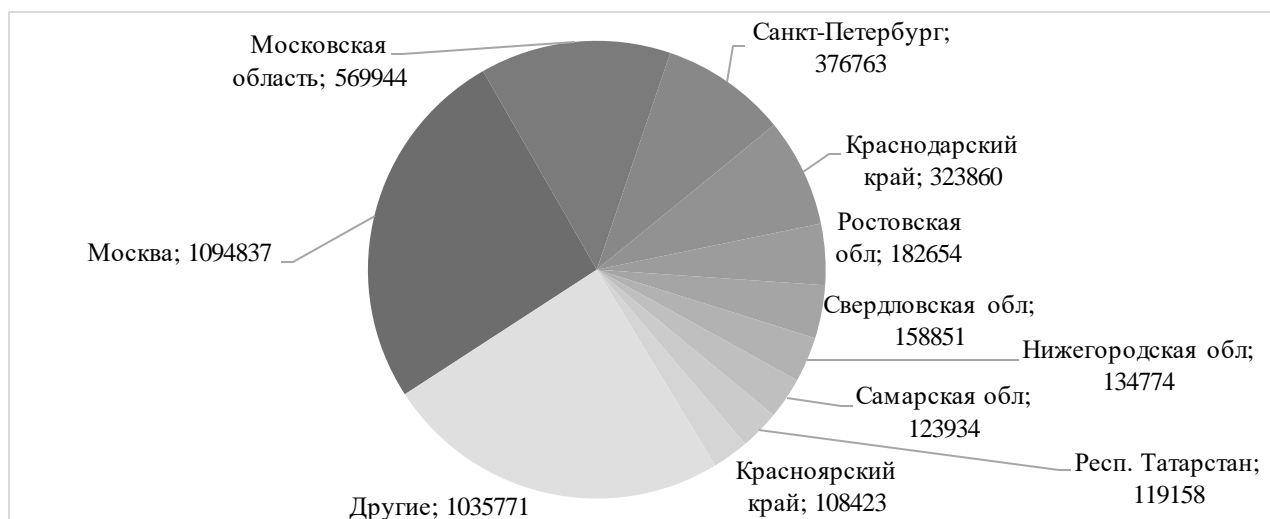


Рисунок 3 – Региональное распределение рынка интернет-торговли, в млн руб.

Регионы ЮФО входят в топ-10 регионов по данным АКИТ по количеству ООО и ИП работающих с использованием онлайн-каналов продаж. Так, например, в Краснодарском Крае 987 обществ с ограниченной ответственностью и 1289 индивидуальных предпринимателей продают свои товары с помощью маркетплейсов и интернет-магазинов.

На Юге России наблюдается тенденция роста интернет-торговли, что подчеркивает значимость выхода в онлайн регионального бизнесов. Влияние крупных маркетплейсов на покупательское поведение становится все более заметным. В будущем местные предприниматели будут вынуждены более активно адаптироваться к доминированию крупных компаний на рынке, и одним из способов сделать это будет выход и продажа своей продукции через маркетплейсы.

Как видно из вышеизложенного, интернет-торговля на Юге России продолжает активно развиваться. Маркетплейсы продолжают формирование и переосмысление интерфейса платформ предоставления услуг онлайн-торговли, оказывая потребителям более широкий выбор и удобные условия для совершения покупок. Для успешного развития бизнеса в Южном регионе важно учитывать эти тенденции и активно адаптироваться к динамике интернет-

торговли [Тропынина, Логинов, 2022].

На фоне изменений на российском рынке и оттока зарубежных товаров ожидалось замедления темпов роста интернет-торговли, а также ее регионального развития. Но данное предположение не сбылось. В частности, из-за усилий вклада Южного Федерального Округа в развитие и расширение ассортимента и предложения на уже работающих маркетплейсах [Петрушина, Ефимов, Куликов, 2022]. Согласно данным Ассоциации компаний интернет-торговли, в первом полугодии 2023 года при общем росте продаж в стране наблюдается усиление роли регионов, что выражено и на Юге России [E-commerce рейтинг..., 2023].

В 2023 году отмечен рост заказов в ЮФО, чему способствовало открытие Ozon большого склада в Волгограде, запуск Wildberries сортировочного центра в Волгоградской области, увеличение числа ПВЗ Яндекс.Маркета, создание логистических центров МегаМаркета в Краснодаре, Ростове-на-Дону, Волгограде. Также Ozon, отметив большой рост объема заказов на Юге России с февраля 2024 года внутри своей площадки для продавцов, поделил данный федеральный округ на два направления - «Юг» и «Дон», что также будет способствовать росту числа заказов.

Изменения в рейтинге регионов. В 2023 году были отмечены изменения в рейтинге активности регионов в онлайн-торговле. Москва, хоть и осталась лидером, но уменьшила свою долю, что свидетельствует о снижении ее абсолютного влияния на ориентацию в поведение площадок и распределения сил маркетплейсов (складов, пвз). Вместе с тем, заметен рост долей Краснодарского Края и Ростовской области в доли продаж товаров по средствам электронной коммерции в 2023 году. Так, указанные выше регионы стали лидерами по продажам в России. Распределение продаж между регионами Российской Федерации представлено на рисунке 4.



Рисунок 4 – Доля онлайн продаж по регионам РФ за первое полугодие 2023 г. [Российский рынок электронной коммерции ..., 2024]

Тенденции изменений в потребительском поведении: Рост среднего чека покупок в ЮФО. Такие факторы как: быстрый рост уровня инфляции, увеличения числа пунктов выдачи заказов маркетплейсов, рост уровня цифровой грамотности среди населения на Юге России повлияли на увеличение среднего чека совершаемых покупок на онлайн-платформах продаж в 2023 году [Интернет-торговля рынок России ..., 2024] (рисунок 5).

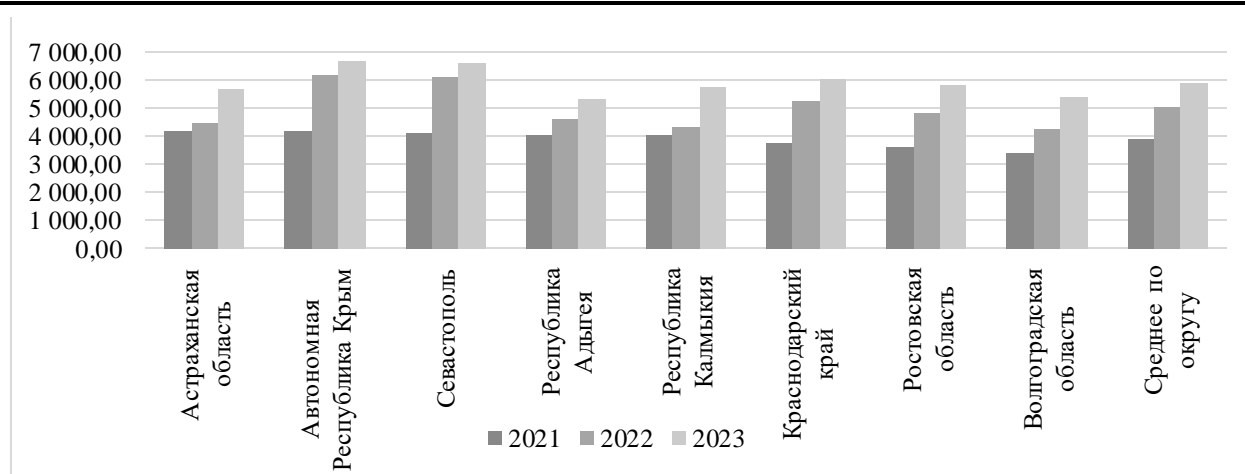


Рисунок 5 – Динамика среднего чека онлайн-заказа в регионах ЮФО [Рейтинг потребительского поведения ..., 2024]

Как видно из данных рисунка 5, к 2023 году произошло увеличение среднего чека во всех регионах ЮФО. Средний чек по округу с 2021 года к 2023 году вырос более чем на 50%. Данная динамика подтверждает влияние факторов перечисленных выше, а также может говорить о повышении уровня доверия потребителей к интернет-торговле.

В 2023 году так же произошло увеличение доли предоплаченных заказов. Данная тенденция свидетельствует о повышении уровне доверия потребителей к интернет-магазинам и маркетплейсам и их готовности оплатить товар до его получения (рисунок 6).

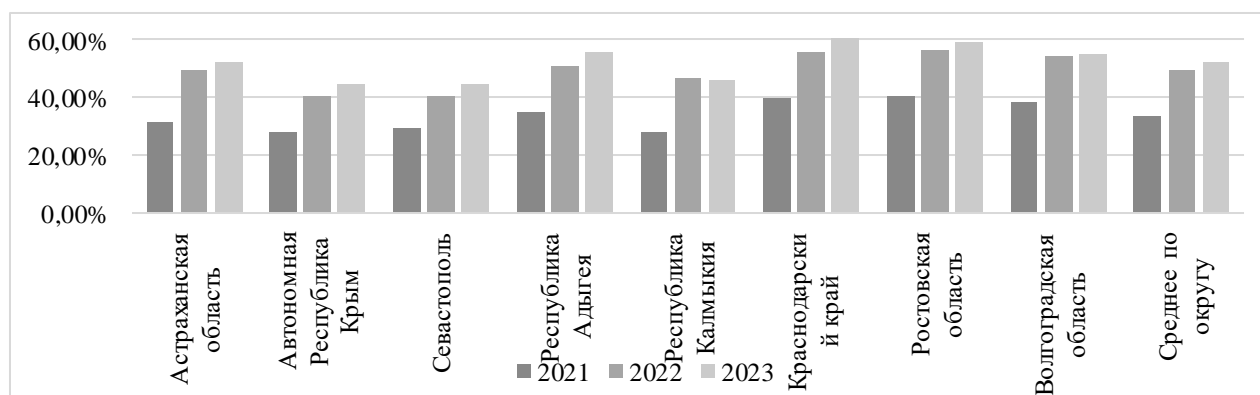


Рисунок 6 – Динамика доли предоплаченных заказов в регионах ЮФО

Как видно из данных рисунка 6, к 2023 году увеличилось число покупок, оплаченных до получения. Такая динамика может свидетельствовать не только о повышении уровня доверия потребителей, но и об улучшении работы сервисов оплаты внутри торговых площадок.

К 2023 году заказы, оформленные в интернете, стали забирать быстрее (рисунок 7).

По данным рисунка 7 видно, что число дней от доставки заказа до дня его забора покупателем сократилось в среднем по округу с 2 дней в 2021 году до 1,5 дней в 2023 году. Улучшение показателей времени забора заказов может быть результатом оптимизации логистических процессов, увеличение числа ПВЗ, что содействует повышению уровня удовлетворенности потребителей [Михайлюк, 2019].

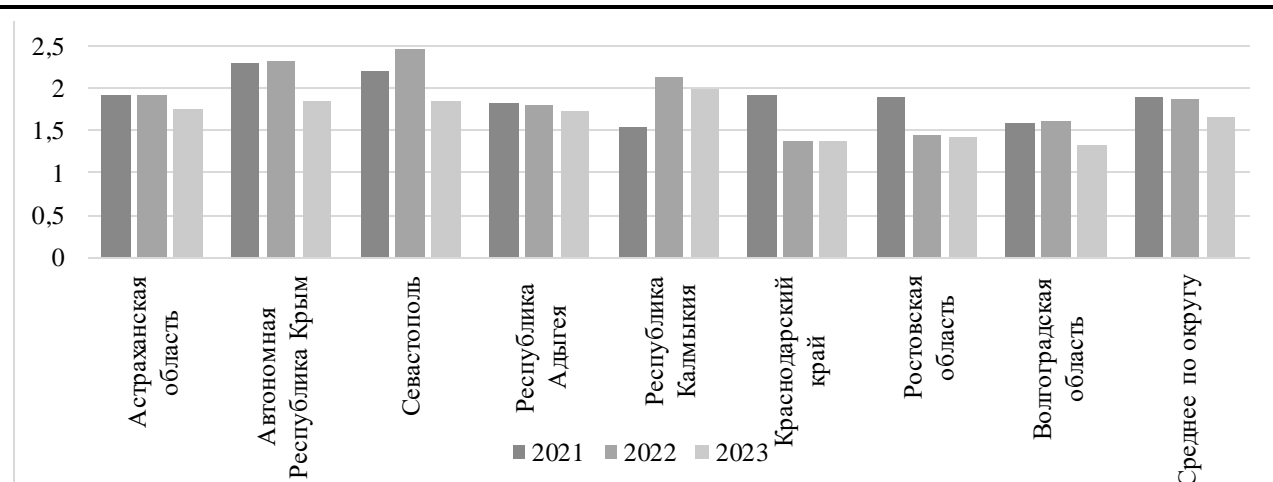


Рисунок 7 – Динамика забора заказа в регионах ЮФО

Один из самых важных показателей для продавцов на маркетплейсах – это процент выкупа заказов, данный показатель отражает соответствие товара ожиданиям потребителя, качеству логистики, скорости доставки и правильности упаковки товара. На рисунке 8 представлена динамика выкупа заказов в регионах ЮФО за 2021–2023 гг.

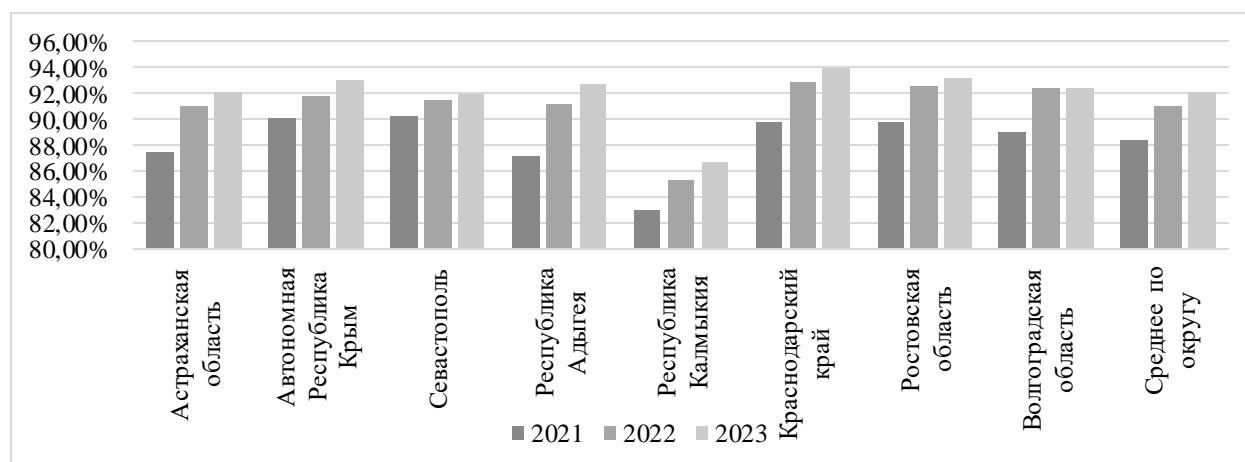


Рисунок 8 – Динамика выкупов заказов в регионах ЮФО

Заметен рост выкупа заказов во всех регионах ЮФО, данная тенденция говорит о том, что покупателям стало проще ориентироваться среди разнообразия товаров в интернете и совершать покупки, не требующие возвратов, а также о росте качества и скорости логистики, доступности и удобства ПВЗ на Юге России.

Новые тенденции в развитии маркетплейсов.

- 1) Рост использования мобильных приложений. В эпоху цифровизации заметен тренд адаптации интерфейса площадок для использования приложения или сайта с гаджетов. Потребители отдают предпочтение мобильным устройствам при осуществлении поиска товара, его дальнейшего заказа и оплаты. Это обусловлено удобством, мобильностью и возможностью быстрого доступа к разнообразным товарам и услугам на практически любом месте. Развитие мобильных технологий стимулирует маркетплейсы к оптимизации своих платформ под мобильные устройства, что в свою очередь влияет на

повышение удовлетворенности пользователей и расширение клиентской базы.

2) Увеличение спроса на услуги доставки.

Важной тенденцией в развитии маркетплейсов является рост спроса на услуги доставки. Покупатели все больше ценят удобство получения заказов прямо у своей двери. Многие маркетплейсы расширяют свои возможности доставки, предлагая различные варианты, такие как экспресс-доставка, отслеживание груза в реальном времени и гибкие условия получения товаров. Эта тенденция также стимулирует конкуренцию в области логистики и повышение эффективности доставочных сервисов.

3) Развитие B2B-маркетплейсов.

Наблюдается активное развитие B2B-маркетплейсов, предоставляющих платформы для взаимодействия между бизнесами. Эта тенденция нацелена на улучшение эффективности и упрощение процессов закупок для предприятий. B2B-маркетплейсы предоставляют более широкий выбор продуктов и услуг, а также специализированные инструменты для управления заказами, позволяя компаниям легче находить партнеров и расширять свой бизнес. Развитие таких платформ создает новые возможности для взаимодействия в рамках корпоративного сектора и способствует формированию эффективных бизнес-сетей.

Перспективы развития маркетплейсов

1) Повышение безопасности онлайн-торговли.

Разработка продвинутых систем шифрования: маркетплейсы активно внедряют передовые технологии шифрования данных, обеспечивая высокий уровень конфиденциальности при совершении транзакций и хранении личной информации пользователей.

Многофакторная аутентификация: внедрение многофакторной аутентификации повышает степень защиты аккаунтов покупателей и продавцов, предотвращая несанкционированный доступ к учетным записям.

Антивирусные решения: маркетплейсы интегрируют защитные механизмы от вирусов и фишинговых атак, обеспечивая надежную защиту от вредоносных программ и мошеннических схем.

Так, например, крупные маркетплейсы, такие, как Amazon, активно внедряют технологии блокчейн для обеспечения прозрачности и непреложной подлинности товаров, что содействует борьбе с контрафактной продукцией и обеспечивает дополнительный уровень безопасности для потребителей.

2) Интеграция искусственного интеллекта.

Персонализированные рекомендации: системы искусственного интеллекта анализируют предпочтения пользователей и предоставляют персонализированные рекомендации, повышая вероятность успешных покупок.

Прогнозирование спроса: использование алгоритмов машинного обучения для прогнозирования спроса на определенные товары помогает магазинам эффективно управлять запасами и предоставлять более выгодные предложения.

Чат-боты и виртуальные ассистенты: интеграция искусственного интеллекта в виде чат-ботов улучшает обслуживание клиентов, отвечая на вопросы, предоставляя информацию о товарах и содействуя в процессе покупки. Пример: eBay внедряет технологии машинного обучения для создания персональных рекомендаций и прогнозирования тенденций в интересах покупателей.

3) Расширение географии покрытия.

Международная доставка: многие маркетплейсы стремятся расширить географию доставки, сотрудничая с логистическими компаниями и предоставляя услуги доставки по всему миру.

Локализация контента: адаптация интерфейса и контента под региональные особенности увеличивает привлекательность маркетплейсов для различных культурных групп и национальных рынков.

Партнерство с местными поставщиками: сотрудничество с местными компаниями позволяет маркетплейсам предоставлять более разнообразный ассортимент товаров, адаптированный к местным потребностям.

Партнерство с иностранными поставщиками: привлечение поставщиков из других стран делает ассортимент товара разнообразнее и позволяет купить уникальные для нашей страны товары. Яркий пример расширения географии: Alibaba Group, который успешно реализует стратегию расширения на мировой рынок, предоставляя платформу для китайских продавцов и привлекая внимание покупателей за пределами Китая. Также можно отметить отечественные маркетплейсы: Ozon и Wildberries, которые активно привлекают к сотрудничеству зарубежных поставщиков.

Заключение

Стремительное развитие маркетплейсов в Южном федеральном округе России показывает региональные тренды и отражает общие тенденции. Анализ региональных особенностей дает возможность выделить перспективы в секторе интернет-торговли для других регионов или научиться уде на пройденном опыте. Значительный прирост объемов продаж, изменения в структуре регионального рейтинга и активное использование крупных маркетплейсов свидетельствуют о нарастающей потребности в адаптации местного производства и бизнеса к новым условиям. Местные предприниматели сталкиваются с вызовом и новым форматом построения бизнес-процессов в сети интерне, их эффективного взаимодействия с доминирующими игроками на рынке.

Перспективы развития маркетплейсов включают связаны с усилением мер по обеспечению безопасности онлайн-торговли, интеграцию искусственного интеллекта и расширение географического охвата. Заметный рост использования мобильных приложений, повышение спроса на услуги доставки и развитие B2B-маркетплейсов дополняют картину современного онлайн-бизнеса в регионе.

В условиях быстрых изменений на российском рынке интернет-торговли осознание и гибкость в адаптации к новым требованиям становятся ключевыми составляющими успеха для бизнеса. Маркетплейсы предоставляют не только возможность расширения аудитории, но и способствуют стимулированию инноваций и улучшению сервисов, создавая благоприятное окружение для эффективного взаимодействия между предпринимателями и потребителями в Южном федеральном округе и за его пределами.

Библиография

1. E-commerce рейтинг регионов России от PIM Solutions. URL: <https://ecomhub.ru/e-commerce-rejting-regionov-rossii-ot-pim-solutions-2023/> (дата обращения: 05.01.2024).
2. Интернет-торговля в России 2022. URL: file:///C:/Users/sludm/Downloads/DI_eCommerce_Russia_2022_0.pdf (дата обращения: 05.01.2024).
3. Интернет-торговля, рынок России. URL: [https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Интернет-торговля_\(рынок_России\)#.D0.9C.D0.B0.D1.80.D0.BA.D0.B5.D1.82.D0.BF.D0.BB.D0.B5.D0.B9.D1.81.D1.8B_.D0.B2_.D0.A0.D0.BE.D1.81.D1.81.D0.B8.D0.8](https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Интернет-торговля_(рынок_России)#.D0.9C.D0.B0.D1.80.D0.BA.D0.B5.D1.82.D0.BF.D0.BB.D0.B5.D0.B9.D1.81.D1.8B_.D0.B2_.D0.A0.D0.BE.D1.81.D1.81.D0.B8.D0.8) (дата обращения: 05.01.2024).

4. Литвинов Е. А., Савинов Ю. А., Тарановская Е. В. Современное состояние и перспективы международной торговли на маркетплейсах // Российский внешнеэкономический вестник. 2021. №. 5. С. 67-79. DOI: 10.24411/2072-8042-2021-5-67-79
5. Минаков А. В. Перспективы развития интернет-торговли и интернет-магазинов в России // Теория и практика общественного развития. 2023. №. 6 (182). С. 143-152. DOI: 10.24158/tpog.2023.6.17
6. Михайлок М. В. Маркетплейсы как фактор прогрессивной трансформации интернет-торговли в России: логистический аспект // Экономические науки. 2019. №. 172. С. 57-61. DOI: 10.14451/1.172.57
7. Петрушина К. А., Ефимов А. В., Куликов М. М. Перспективы использования российских маркетплейсов отечественными предприятиями на региональном уровне в условиях цифровой трансформации // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 5: Экономика. 2022. №1 (295). С. 23-31. DOI: 10.53598 / 2410-3683-2022-1-295-23-30
8. Рейтинг потребительского поведения российских регионов в пространстве E-Commerce. URL: <https://pimsolutions.ru/rating.html> (дата обращения: 12.02.2024).
9. Российский рынок электронной коммерции: что у нас покупают через Интернет, на какую сумму и какие регионы в лидерах. URL: <https://oborot.ru/news/rossijskij-rynok-elektronnoj-kommercii-cto-na-kakuyu-summu-i-v-kakih-regionah-rt-pokupayut-cherez-internet-i165053.html> (дата обращения: 05.01.2024).
10. Рынок интернет-торговли в России Итоги 12 месяцев 2022 года. URL: <https://akit-wp.choose.digital/wp-content/uploads/2023/08/230314-Prezentatsiya-AKIT-Rynok-internet-torgovli-12-mes.-2022-g-1.pdf> (дата обращения: 12.02.2024).
11. Сводные аналитические данные/ URL: <https://www.akit.ru/analytics/analyt-data> (дата обращения: 12.02.2024).
12. Сильченко Л.А. Развитие маркетплейсов в Южном федеральном округе: тенденции и перспективы // Общественные и экономические науки. Студенческий научный форум: электр. сб. ст. по мат. LXX междунар. студ. науч.-практ. конф. № 1(70). URL: [https://nauchforum.ru/archive/SNF_social/1\(70\).pdf](https://nauchforum.ru/archive/SNF_social/1(70).pdf) (дата обращения: 14.02.2024)
13. Тропынина Н. Е., Логинов П. О. Современные тенденции развития рынка электронной коммерции // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2022. № 3(61). С. 84-89. DOI: 10.47581/2022/IE.3.61.14

Current aspects of the development of marketplaces in the Southern Federal District

Lyudmila A. Sil'chenko

Master's student, Department of Economic Theory,
Regional Economics and Entrepreneurship,
Volgograd State University,
Prosp. Universitetsky, 100, 400062, Russian Federation, Volgograd,
e-mail: ezm-221-45399@volsu.ru

Inna V. Mitrofanova

Doctor of Economic Sciences, Professor, Chief Researcher,
Laboratory of Regional Economics,
Federal Research Centre
Southern Scientific Centre of the Russian
Academy of Sciences (SSC RAS);
Department of Economic Theory, Regional Economy and Entrepreneurship,
Volgograd State University,
Chekhov St, 41, 344006, Russian Federation, Rostov-on-Don;
Prosp. Universitetsky, 100, 400062, Russian Federation, Volgograd,
e-mail: mitrofanova@volsu.ru

Oksana Yu. Trilitskaya

PhD in Economic, Associate Professor,
Department of Management and Marketing,
Volgograd State University,
Prosp. Universitetsky, 100, 400062, Russian Federation, Volgograd,
e-mail: trilitskaya_oksana@volsu.ru

Abstract

In the Southern Federal District, there has recently been an active development and expansion of online commerce, as well as the marketplace segment. This is shaping a new economic reality for the regions, having a significant impact on the business environment and prospects for innovation. In 2023, structural transformations took place in the Russian marketplace segment, which influenced consumer behavior and the competitive environment, and one of the key trends was a multidirectional change in consumer behavior. Today, the regions of the Southern Federal District occupy leading positions in terms of the volume of purchases made and the amount of orders in online commerce. New trends in the development of marketplaces are manifested in the growth of the use of mobile applications, the increase in demand for delivery services, and the development of B2B marketplaces. Prospects for the development of marketplaces are related to increasing the security of online trading, integrating artificial intelligence, and expanding geographic coverage.

For citation

Sil'chenko L.A., Mitrofanova I.V., Trilitskaya O.Yu. (2024) Aktual'nye aspekty razvitiya marketplace'v v YUFO [Current aspects of the development of marketplaces in the Southern Federal District]. *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra* [Economics: Yesterday, Today and Tomorrow], 14 (2A), pp. 244-256. DOI:10.34670/AR.2024.23.47.062

Keywords

E-commerce, digital economy, online trading market, marketplaces, Southern Federal District

References

1. (2023) *E-commerce reyting regionov Rossii ot PIM Solutions* [E-commerce rating of Russian regions from PIM Solutions]. URL: <https://ecomhub.ru/e-commerce-rejting-regionov-rossii-ot-pim-solutions-2023/> (accessed 05.01.2024).
2. (2022) *Internet-torgovlya v Rossii 2022* [Online commerce in Russia 2022]. URL: file:///C:/Users/sludm/Downloads/DI_eCommerce_Russia_2022_0.pdf (accessed 05.01.2024).
3. (2024) *Internet-torgovlya, rynek Rossii* [Internet trade, Russian market]. URL: [https://www.tadviser.ru/index.php/Article:Online_trade_\(Russian_market\)#.D0.9C.D0.B0.D1.80.D0.BA.D0.B5.D1.82.D0.BF.D0.BB.D0.B5.D0.B9.D1.81.D1.8B_.D0.B2_.D0.A0.D0.BE.D1.81.D1.81.D0.B8.D0.8](https://www.tadviser.ru/index.php/Article:Online_trade_(Russian_market)#.D0.9C.D0.B0.D1.80.D0.BA.D0.B5.D1.82.D0.BF.D0.BB.D0.B5.D0.B9.D1.81.D1.8B_.D0.B2_.D0.A0.D0.BE.D1.81.D1.81.D0.B8.D0.8) (accessed 05.01.2024).
4. Litvinov E. A., Savinov Yu. A., Taranovskaya E. V. (2021) Sovremennoye sostoyaniye i perspektivy mezhdunarodnoy trgovli na marketplace'sakh [Current state and prospects of international trade on marketplaces]. *Rossiyskiy vneshneekonomicheskii vestnik* [Russian Foreign Economic Bulletin], 5, pp. 67-79. DOI: 10.24411/2072-8042-2021-5-67-79
5. Minakov A.V. (2023) Perspektivy razvitiya internet-torgovli i internet-magazinov v Rossii [Prospects for the development of online trading and online stores in Russia]. *Teoriya i praktika obshchestvennogo razvitiya* [Theory and practice of social development], 6 (182), pp. 143-152. DOI: 10.24158/tipor.2023.6.17
6. Mikhailyuk M.V. (2019) Marketplace'y kak faktor progressivnoy transformatsii internet-torgovli v Rossii: logisticheskiy aspekt [Marketplaces as a factor in the progressive transformation of online trading in Russia: logistics aspect]. *Ekonomicheskiye nauki* [Economic Sciences], 172, pp. 57-61. DOI: 10.14451/1.172.57

7. Petrushina K.A., Efimov A.V., Kulikov M.M. (2022) Perspektivy ispol'zovaniya rossiyskikh marketpleysov otechestvennymi predpriyatiyami na regional'nom urovne v usloviyakh tsifrovoy transformatsii [Prospects for the use of Russian marketplaces by domestic enterprises at the regional level in the context of digital transformation]. *Vestnik Adygeyskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 5: Ekonomika* [Bulletin of the Adyge State University, series "Economics"], 1 (295), pp. 123-130. DOI: 10.53598 / 2410-3683-2022-1-295-23-30
8. (2024) *Reyting potrebitel'skogo povedeniya rossiyskikh regionov v prostranstve E-Commerce* [Rating of consumer behavior of Russian regions in the E-Commerce space]. URL: <https://pimsolutions.ru/rating.html> (accessed 12.02.2024)
9. (2024) *Rossiyskiy rynek elektronnoy kommersii: chto u nas pokupayut cherez Internet, na kakuyu summu i kakie regiony v liderakh* [Russian e-commerce market: what is bought from us via the Internet, for what amount and which regions are in the lead]. URL: <https://oborot.ru/news/rossijskij-rynok-elektronnoj-kommercii-chto-na-kakuyu-summu-i-v-kakih-regionah-ri-pokupayut-cherez-internet-i-165053.html> (accessed 05.01.2024).
10. (2023) *Rynok internet-torgovli v Rossii Itogi 12 mesyatsev 2022 goda* [Internet trading market in Russia Results of 12 months of 2022]. URL: <https://akit-wp.choose.digital/wp-content/uploads/2023/08/230314-Prezentatsiya-AKIT-Rynok-internet-torgovli-12-mes.-2022-g-1.pdf> (accessed 12.02.2024).
11. (2024) *Svodnyye analiticheskiye dannye* [Summary analytical data]. URL: <https://www.akit.ru/analytics/analyt-data> (accessed 12.02.2024).
12. Sil'chenko L.A. (2024) Razvitiye marketpleysov v Yuzhnom federal'nom okruge: tendentsii i perspektivy [Development of marketplaces in the Southern Federal District: trends and prospects]. *Obshchestvennyye i ekonomicheskiye nauki. Studencheskiy nauchnyy forum: elektr. sb. st. po mat. LXX mezhdunar. stud. nauch.-prakt. Konf.* [Social and economic sciences. Student scientific forum: electr. Sat. Art. according to mat. LXX intl. stud. scientific-practical conf.], 1(70). URL: [https://nauchforum.ru/archive/SNF_social/1\(70\).pdf](https://nauchforum.ru/archive/SNF_social/1(70).pdf) (accessed 14.02.2024)
13. Tropynina N. E., Loginov P. O. (2022) Sovremennyye tendentsii razvitiya rynka elektronnoy kommersii [Modern trends in the development of the e-commerce market]. *Innovatsionnaya ekonomika: perspektivy razvitiya i sovershenstvovaniya* [Innovative economics: prospects for development and improvement], 3(61). pp. 84-89. DOI: 10.47581/2022/IE.3.61.14