

## АНАЛИЗ ПЕРСПЕКТИВ РАЗВИТИЯ МАРКЕТПЛЕЙСОВ В РОССИИ С УЧЁТОМ ГЛОБАЛЬНЫХ ТРЕНДОВ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ

Коропченко А.А. (ИТМО)

Научный руководитель – Канунникова К.И. (ИТМО)

**Введение.** Современный рынок электронной коммерции активно развивается, и его стремительный рост влечет за собой усложнение конкуренции между крупными маркетплейсами и появление новых площадок. Рынок маркетплейсов является очень крупным сегментом экономики, но даже несмотря на это, продолжает крайне активно расти и развиваться.

Цель исследования – выявить ключевые тренды в мировой электронной коммерции, отследить их влияние на рынок маркетплейсов, определить направление развития отрасли и предоставить рекомендации по дальнейшей модернизации маркетплейсов.

**Основная часть.** Несмотря на все присутствующие в экономике негативные факторы в целом, рынок маркетплейсов продолжает расти и развиваться, причём во всех направлениях. Согласно исследованиям, ежеквартальный прирост продавцов составляет более 20%. В то время как ключевая метрика маркетплейсов – GMV, продолжает расти от года к году минимум на 50%, в зависимости от площадки [1].

Теоретическая часть исследования основывается на исследовании ключевых метрик маркетплейсов, основных трендов в Российской и мировой экономиках. На основании этих данных планируется выявить наиболее перспективные направления развития для ключевых площадок, спрогнозировать рост спроса на развивающиеся инструменты и продукты на рынке электронной коммерции [2].

Среди ключевых трендов можно выделить несколько наиболее перспективных [3]. Такие направления развития как: внедрение искусственного интеллекта, экосистемный подход, персонализация, социальная коммерция, сегментация доставки; могут быть исследованы и, на основании проведенных исследований, выявлены основные возможности для развития, прогнозирования спроса на рынке на новые продукты для бизнеса и специалистов.

Ключевыми особенностями рынка электронной коммерции является ее постоянный рост, оперативное внедрение новых технологий и адаптивность к изменениям в экономике [4]. Маркетплейсы являются одним из самых перспективным быстрорастущих потребительских сегментов.

**Выводы.** Рынок электронной коммерции, а также маркетплейсы в частности [5] играют крайне важную роль в экономике всей страны, пользовательском опыте, а также являются законодателями трендов на рынке в контексте внедрения новых технологий продаж, рекламных компаний и логистики.

### Дизайн и методология исследования.

Исследование сосредоточено на анализе ключевых метрик рынка маркетплейсов, изучении глобальных и локальных трендов в электронной коммерции, а также прогнозировании направлений дальнейшего развития отрасли. Для достижения цели исследования применяется комплексный подход, включающий следующие этапы и инструменты:

- 1) Сбор и систематизация данных;
- 2) Анализ ключевых метрик;
- 3) Изучение трендов;
- 4) Прогнозирование.

Методы анализа:

- 1) Качественный анализ: анализ успешных кейсов запуска продуктов, открытые отчёты, публикации, интервью;
- 2) Структурный анализ: выявление наиболее перспективных трендов.

Ожидаемые результаты исследования.

- 1) Определение текущих трендов рынка электронной коммерции и их влияние на маркетплейсы;
- 2) Выделение наиболее перспективных направлений для внедрения технологий;
- 3) Прогноз роста ключевых показателей рынка маркетплейсов;
- 4) Рекомендации по направлению развития маркетплейсов для адаптации к изменяющимся условиям рынка и ожиданиям пользователей.

#### **Список использованных источников:**

1. Рынок маркетплейсов в 2024 году: аналитика Т-Bank [Электронный ресурс]. URL: <https://www.statista.com/study/42335/ecommerce-report/> (дата обращения: 24.02.2025).
2. Марченков А. А. Маркетплейсы как главный тренд электронной коммерции // Молодежный сборник научных статей «Научные стремления». – 2019. – №. 26. – С. 65-67.
3. Что ждет маркетплейсы в 2025 году // РБК – 2025. URL: <https://www.rbc.ru/story/6747269b9a794774fe0c21df> (дата обращения: 22.02.2025 ).
4. Ecommerce: market data & analysis // Statista – 2025. URL: <https://www.statista.com/study/42335/ecommerce-report/> (дата обращения: 23.02.2025).
5. Буянов А. С. Роль маркетплейсов в развитии электронной торговли // Human Progress. – 2022. – Т. 8. – №. 3. – С. 5.