

DOI: 10.37791/2687-0657-2023-17-3-76-86

Эволюция маркетплейсов на российском рынке от новаторства до массовой популярности

А. Ю. Анисимов¹, О. В. Поляков^{1*}

¹ Университет «Синергия», Москва, Россия

* olegwww@bk.ru

Аннотация. Статья посвящена рассмотрению темы маркетплейсов в контексте динамичного развития онлайн-торговли и повышенного интереса со стороны потребителей и организаций к этой модели бизнеса, поскольку в настоящее время маркетплейсы становятся все более популярными как для продавцов, так и покупателей благодаря своей удобности, широкому ассортименту и доступности товаров и услуг. В статье обосновывается актуальность данного исследования, связанная с растущей популярностью маркетплейсов и их значением для электронной коммерции. Авторы обращают внимание на преимущества и ограничения модели бизнеса маркетплейсов, предоставляя аналитическое обоснование их значения и потенциала для организаций, также авторы приводят суждения о том, как организациям эффективно использовать маркетплейсы в своих стратегиях продаж, а также о роли маркетплейсов в современной экономике и обществе. Приводятся суждения, основанные на анализе данных и опыте других компаний, которые помогут руководству организаций лучше понять особенности маркетплейсов и разработать эффективные стратегии продаж. Целью исследования является изучение преимуществ и ограничений модели бизнеса маркетплейсов, а также предоставление практических рекомендаций для организаций, стремящихся успешно присоединиться к маркетплейсам. Отмечается, что исследование представляет новые исследовательские выводы, которые вносят вклад в академическое сообщество и практическую область ведения бизнеса. На основе анализа данных исследования приводятся суждения о значении маркетплейсов для различных сфер бизнеса, экономики и общества в целом. Таким образом, статья предоставляет ценную информацию о маркетплейсах, их преимуществах и ограничениях, а также предлагает рекомендации для бизнеса, академического сообщества и органов регулирования, способствуя развитию этой модели бизнеса и повышению эффективности онлайн-торговли.

Ключевые слова: потребительский рынок, электронная коммерция, маркетплейс, интернет-магазин, конкуренция, цифровой маркетинг

Для цитирования: Анисимов А. Ю., Поляков О. В. Эволюция маркетплейсов на российском рынке от новаторства до массовой популярности // Современная конкуренция. 2023. Т. 17. № 3. С. 76–86. DOI: 10.37791/2687-0649-2023-17-3-76-86

The Evolution of Marketplaces in the Russian Market from Innovation to Mass Popularity

A. Anisimov¹, O. Polyakov^{1*}

¹ Synergy University, Moscow, Russia

* olegwww@bk.ru

Abstract. The article is devoted to the consideration of the topic of marketplaces in the context of the dynamic development of online commerce and increased interest from consumers and businesses in this business model, because currently marketplaces are becoming increasingly popular for both sellers and buyers, due to their convenience, wide range and availability of goods and services. The article substantiates the relevance of this research related to the growing popularity of marketplaces and their importance for e-commerce. The authors draw attention to the advantages and limitations of the marketplace business model, providing an analytical justification of their significance and potential for businesses, and the authors also make judgments on how businesses can effectively use marketplaces in their sales strategies, as well as on the role of marketplaces in the modern economy and society. Judgments based on data analysis and the experience of other companies are given, which will help businesses better understand the features of marketplaces and develop effective sales strategies. The purpose of the study is to investigate the advantages and limitations of the marketplace business model, as well as to provide practical recommendations for businesses seeking to successfully join marketplaces. It is noted that the study has a novelty and presents new research findings that contribute to the academic community and the practical field of business. Based on the analysis of the research data, judgments are made about the importance of marketplaces for various spheres of business, economy and society as a whole. Thus, the article provides valuable information about marketplaces, their advantages and limitations, as well as offers recommendations for businesses, the academic community and regulatory authorities, contributing to the development of this business model and improving the efficiency of online trading.

Keywords: consumer market, e-commerce, marketplace, online store, competition, digital marketing

For citation: Anisimov A., Polyakov O. The Evolution of Marketplaces in the Russian Market from Innovation to Mass Popularity. *Sovremennaya konkurentsia*—Journal of Modern Competition, 2023, vol.17, no.3, pp.76-86 (in Russian). DOI: 10.37791/2687-0649-2023-17-3-76-86

Введение

В современном информационном обществе онлайн-торговля занимает все более значимое место, предоставляя уникальные возможности как для продавцов, так и для покупателей, где одним из ключевых развитий в этой сфере являются электронные коммерческие платформы, известные как маркетплейсы. Маркетплейсы представляют собой цифровые площадки, где продавцы могут предлагать свои товары и услуги, а покупатели могут выбирать из широкого ассортимента предложений.

В настоящее время актуальность исследования темы маркетплейсов особенно ощущается в свете динамичного развития онлайн-торговли и повышенного интереса со стороны потребителей и бизнеса к этому сектору. Маркетплейсы становятся все более популярными как для продавцов, так и для покупателей благодаря своей удобности, широкому ассортименту и доступности товаров и услуг.

Однако, несмотря на все преимущества, маркетплейсы также имеют свои ограничения и вызывают вопросы. Исследование направлено на изучение ограничений