

УДК 338.24

*СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО
БИЗНЕСА В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ С ПОМОЩЬЮ
МАРКЕТПЛЕЙСОВ*

Мутных Т.Н.

Старший преподаватель

Вятский государственный университет

Киров, Россия

Лутошкина А.К.

Преподаватель, младший научный сотрудник

Вятский государственный университет

Киров, Россия

Аннотация

В современном мире, при сложившейся эпидемиологической ситуации – коронавирусная инфекция, наблюдается повышение спроса на интернет – ресурсы, а именно – маркетплейсы. Данные площадки стимулируют развитие субъектов малого и среднего предпринимательства. В данной статье рассмотрено количество субъектов малого и среднего предпринимательства в России, основные причины выхода продавцов на маркетплейсы, а также крупнейшие онлайн - маркетплейсы России по объему выручки.

Ключевые слова: субъекты малого и среднего предпринимательства, пандемия COVID-19, маркетплейсы, цифровизация, онлайн-канал продаж, Wildberries, Ozon, Lamoda, Yandex Market, Goods.ru

*CURRENT TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF SMALL AND MEDIUM-
SIZED BUSINESSES IN A PANDEMIC WITH THE HELP OF
MARKETPLACES*

Mutnykh T.N.

Senior lecturer

Vyatka State University

Kirov, Russia

Lutoshkina A.K.

Teacher, Junior Researcher

Vyatka State University

Kirov, Russia

Abstract

In today's world, with the current epidemiological situation - coronavirus infection, there is an increased demand for Internet resources, namely - marketplaces. These sites stimulate the development of small and medium-sized businesses. This article examines the number of small and medium-sized businesses in Russia, the main reasons for sellers to marketplace, as well as the largest online marketplaces in Russia by volume of revenue.

Keywords: small and medium-sized businesses, COVID-19 pandemic, marketplaces, digitalization, online sales channel, Wildberries, Ozon, Lamoda, Yandex Market, Goods.ru.

Пандемия COVID-19, начавшаяся в 2020 году, вынудила всех предпринимателей малого и среднего бизнеса пересмотреть свое отношение к эффективному ведению бизнеса, и до сих пор продолжает оказывать на них влияние.

Большинство российских предпринимателей малого и среднего бизнеса смогли адаптироваться к нынешним кризисным условиям. В связи с эпидемиологическими ограничениями по всей стране, люди большую часть своего времени стали проводить в интернете, что сподвигло предпринимателей

увести свой бизнес в онлайн. То, что раньше считалось исключительно офлайн-занятием, стало цифровым. Чтобы выжить, малому и среднему бизнесу нужно осваивать онлайн-торговлю, ведь даже если ситуация с COVID-19 стабилизируется, люди все равно будут все чаще делать покупки в интернете [4].

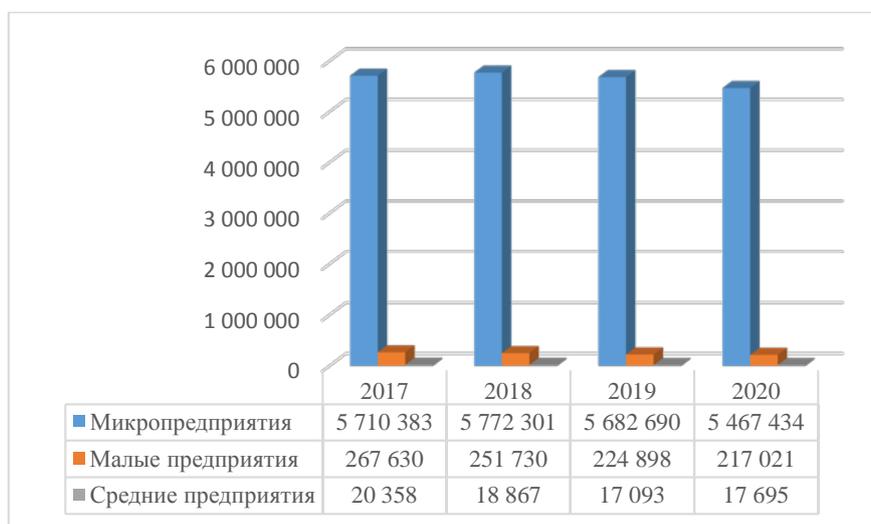


Рис. 1 – Количество субъектов МСП в России за период с 2017 по 2020 г. [3].

Согласно данным Единого реестра субъектов малого и среднего предпринимательства ФНС России за период с 2017 по 2020 гг. наблюдается снижение количества субъектов МСП: количество микропредприятий снизилось на 4,25%, малых предприятий - на 18,9%; средних предприятий – на 13,1% (рисунок 1).

В современном мире, в условиях ограничений, в связи с коронавирусной инфекцией, перспективным направлением в сфере услуг, торговли, обучения и т.п. являются маркетплейсы, с помощью которых появляется возможность бесконтактного сотрудничества покупателя и продавца.

Маркетплейсы представляют собой широкий ассортимент различных товаров, соответственно, тем самым, количество посетителей растет ежедневно. К узнаваемым площадкам в сети интернет можно отнести такие маркетплейсы, как AliExpress, Ozon и Wildberries, Lamoda. Для некоторых продавцов эти магазины являются основным источником продвижения своего товара.

Стоит отметить, что с 2020 года наблюдается рост продаж на известных интернет- площадках, что связано с ограничительными мерами посещения общественных мест, в связи с COVID – 19. Тем самым, более 80 % предпринимателей отметили рост продаж на известных маркетплейсах, из них 55 % отмечают снижение продаж на своих личных сайтах. Стоит отметить также, что в период 2020 года большое количество предпринимателей в рамках эксперимента стали использовать маркетплейсы как один из дополнительного канала продаж.



Рис. 2 – Основные причины выхода продавцов на маркетплейсы [8].

Для чего предприниматели выходят на маркетплейсы? Согласно исследованиям агентства Data Insign 79% предпринимателей стали работать с маркетплейсами в первую очередь для того, чтобы привлечь новых клиентов и увеличить продажи, 42% - чтобы расширить территорию продаж, 37% - чтобы повысить узнаваемость товаров. Четверть предпринимателей (29%) впервые начали использовать интернет как канал продаж на маркетплейсах, а каждый пятый (20%) - чтобы уменьшить расходы на продажи (рисунок 2).

Согласно данным крупнейших маркетплейсов (Ozon, Lamoda, Wildberries и др.) большую часть компаний представляют малые и средние организации:

- Так на площадке Ozon.Marketplace представлены товары более 9000 компаний, где 40% из них - это индивидуальные предприниматели;

- На Lamoda представлены более 1500 брендов. Доля малых предприятий составляет 39%, средних – 36%. При этом количество заявок на регистрацию на площадке продолжает расти;
- По данным компании Wildberries на её площадке работают 26 000 поставщиков, где 15,5 тыс. представлены индивидуальными предпринимателями. В марте 2020 г. к платформе присоединилось еще порядка 2000 индивидуальных предпринимателей;
- На СберМегаМаркет (Goods.ru) представлено более 4,5 тыс. продавцов. На этом сервисе большую долю малых и средних предприятий составляет около 85%. В марте маркетплейс получил около 1000 новых заявок на подключение [10].

Таблица 1 - Крупнейшие онлайн-маркетплейсы России по объему выручки в 2020 г.[1], [2], [5], [6], [7].

Наименование	Выручка, млрд. руб.
Wildberries	170
Ozon	112
Lamoda	40,3
Yandex Market («Беру»)	31,5
СберМегаМаркет (Goods.ru)	0,8

По данным таблицы 1 основными лидерами по объему выручки за 2020 г. является Wildberries и Ozon. В общей сумме за 2020 г. выручка основных маркетплейсов составила 354,6 млрд. руб. Не смотря на это, только Wildberries вышел на чистую прибыль, остальные сервисы убыточны в течение всех последних лет своей деятельности [9].

Изучив отчетность ООО «Вайлдберриз» можно сделать вывод, что выручка за 2020 г. составила 170 млрд. руб., при этом чистая прибыль всего 2,1 млрд. руб. По сравнению с 2019 г. выручка возросла на 45%, но чистая прибыль снизилась на 52% [5].

Деятельность маркетплейса Ozon ведется через компанию ООО «Интернет-решения». За 2020 г. выручка этой компании составила чуть более Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

112 млрд. руб. Несмотря на столь внушительную выручку Ozon работает в убыток, который ставил более 17 млрд руб. Если сравнивать деятельность компании с 2019 г., то выручка увеличилась на 79%, а убыток сократился на 15% [2].

В 2020 г. выручка Lamoda (ООО «Купишуз») составила 40,3 млрд руб, а убыток – 1,6 млрд руб. По сравнению с 2019 г. убыток компании вырос на 79%, а выручка возросла всего на 16% [1].

Выручка Yandex Market («Беру») (ООО «ЯНДЕКС.МАРКЕТ») за 2020 г. составила 31,5 млрд. руб., убыток – 6,4 млрд. руб. Сравнивая деятельность Yandex Market с 2019 г., выручка увеличилась на 64%, а убыток вырос на 22% [7].

СберМегаМаркет (Goods.ru) (ООО «Маркетплейс») - Выручка за 2020 г. составила 0,8 млрд руб. убыток – 3млрд руб. По сравнению с 2019 г. прирост выручки составил 183%, а убыток увеличился на 30% [6].

Работа на маркетплейсах может показаться довольно простой на первый взгляд. Но выход на новые каналы продаж включает в себя и ряд нюансов, которые далеко не всегда очевидны и зачастую требует перестройки некоторых бизнес-процессов. Пандемия коронавируса помогла российским компаниям начать перестройку организации бизнеса в сторону цифровизации. Подобные процессы будут иметь долгосрочные последствия и не остановятся после окончания пандемии COVID-19.

Библиографический список:

1. Бухгалтерская отчетность ООО "Купишуз" ИНН 7705935687 за 2020 год [Электронный ресурс]. - Режим доступа - URL: <https://e-esolog.ru/buh/2020/7705935687> (Дата обращения 20.10.2021)
2. Бухгалтерская отчетность ООО «Интернет Решения» ИНН 7704217370 за 2020 год [Электронный ресурс]. - Режим доступа - URL: <https://e-esolog.ru/buh/2020/7704217370> (Дата обращения 20.10.2021)

3. Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства ФНС России [Электронный ресурс] URL.: <https://ofd.nalog.ru/statistics.html?statDate=10.01.2020&level=0&fo=5&ssrf=43&t=1618865489410&t=1618865489410> (Дата обращения 20.10.2021)
4. Зайцева А.О., Кокина А.Н., Печерица Е.В. Анализ влияния пандемии covid-19 на малый и средний бизнес России / А.О. Зайцева, А.Н. Кокина, Е.П. // Здоровье - основа человеческого потенциала: проблемы и пути их решения. – 2020. – Т. 15. - №3 [Электронный ресурс]. - Режим доступа - URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=44482853> (Дата обращения 20.10.2021)
5. ООО "ВАЙЛДБЕРРИЗ": бухгалтерская отчетность и финансовый анализ [Электронный ресурс]. - Режим доступа - URL: https://www.audit-it.ru/buh_otchet/7721546864_ooo-vayldberriz (Дата обращения 20.10.2021)
6. ООО "МАРКЕТПЛЕЙС": бухгалтерская отчетность и финансовый анализ [Электронный ресурс]. - Режим доступа - URL: https://www.audit-it.ru/buh_otchet/9701048328_ooo-marketpleys (Дата обращения 20.10.2021)
7. ООО "ЯНДЕКС.МАРКЕТ": бухгалтерская отчетность и финансовый анализ [Электронный ресурс]. - Режим доступа - URL: https://www.audit-it.ru/buh_otchet/7704357909_ooo-yandeks-market (Дата обращения 20.10.2021)
8. Селлеры на российских маркетплейсах [Электронный ресурс]. - Режим доступа - URL: https://datainsight.ru/DI_SellersOnMarketplaces_2020 (Дата обращения 20.10.2021)
9. Толстугина А. Сезон отчетов. Итоги деятельности крупнейших онлайн-маркетплейсов России за 2020 г. [Электронный ресурс]. - Режим доступа - URL: <https://vc.ru/finance/244474-sezon-otchetov-itogi-deyatelnosti-krupneyshih-onlayn-marketpleysov-rossii-za-2020-g> (Дата обращения 20.10.2021)

10. Федотова Е. Малый бизнес штурмует маркетплейсы [Электронный ресурс]. - Режим доступа - URL: <https://www.vedomosti.ru/management/articles/2020/04/09/827700-malii-biznes> (Дата обращения 20.10.2021)

Оригинальность 85%