

*В работе анализируется рынок E-commerce.
Работу выполнил: Кугаевский Илья Антонович*

Объём рынка в Российской Федерации и в мире в 2024 и 2025 гг

По итогам 2024 года рынок интернет-торговли в РФ вырос на 41% и приблизился к отметке в 9 трлн рублей.

“Рост составил около 40%, При этом в абсолютных цифрах рынок оценивается примерно 10 трлн рублей” – подтверждает партнёр аналитической компании Data Insight Фёдор Вирин.

Некоторые эксперты также называют цифры свыше 11 трлн рублей.

По некоторым оценкам в конце 2025 года рынок e-commerce в России достигнет 16 трлн. Рублей.

В 2024 году объём мирового рынка оценивался в \$36,65 трлн. (около 2932 трлн. рублей)

В 2025 году объём мирового рынка интернет-торговли оценивается в \$43.54 трлн. (около 3483,2 трлн. Рублей)

В мировом масштабе неоспоримым лидером интернет-торговли является Amazon.

Оценка темпов роста рынка в Российской Федерации и в мире с 2020 по 2025 гг

В России с 2020 по 2025 оборот рынка E-commerce увеличился в 3 раза: с 1,7 до 12,6 трлн рублей. “Среднегодовой темп прироста (CAGR) составил 49%, что в восемь раз превышает аналогичный показатель традиционного ритейла. Это делает e-commerce одной из

самых быстрорастущих отраслей российской экономики” – данные исследования “Яков и Партнёры”.

Данные по мировому рынку в разных исследованиях разнятся, но его рост оставил не менее 200-300% с 2020-2025 год.

Источники

- Статья на ресурсе “Habr”, описывающая рынок E-commerce в России – URL: <https://habr.com/ru/news/883232/>
- Статья на ресурсе “DemandSage” по глобальным трендам в E-commerce в 2025 году – URL: <https://www.demandsage.com/online-shopping-market-share/>
- Статья на ресурсе “Компьютерра”, описывающая прогнозы роста E-commerce в России – URL: <https://www.computerra.ru/312416/revolyutsiya-onlajn-prodazh-vzryvnoj-rost-e-commerce-v-rossii-i-prognozy-do-2030-goda/>
- Открытая статистика на ресурсе “Statista” по мировому росту рынка E-commerce – URL: <https://www.statista.com/outlook/emo/ecommerce/worldwide>

Оценка влияния внешних факторов на рынок в ближайшее время

Ниже представлена таблица, в которой описано как различные внешние изменения (технологические, политические, экономические и т.д..) могут повлиять на рынок в ближайшее время.

Изменение	Описание	Влияние на рынок
Развитие искусственного интеллекта (технологии)	Начиная с 2022 года по всему миру начинает активно распространяться использование нейросетей для тех или иных задач. Рынок E-commerce не стал исключением.	Это оказывает и будет далее оказывать огромное влияние на весь рынок, начиная от генерации привлекательных изображений для товаров, заканчивая алгоритмами, адаптирующимися под особенности каждого покупателя.

Осложнение геополитической обстановки (политика)	<p>В 2022 году произошло резкое обострение мировой политической ситуации. В результате чего против РФ было введено множество санкций, а миру пришлось столкнуться с новым кризисом.</p>	<p>Оказало огромное влияние в первую очередь на российский рынок: огромное количество введенных санкций ограничили доступ к технологиям. Уход многих западных компаний открыл для E-commerce многие ниши, которые ранее были заняты. Какое-либо влияние в будущем предсказать сложно, от зависит, в первую очередь, от разрешения текущих политических разногласий</p>
Криптовалюты (экономика)	<p>С течением времени активно стали развиваться технологии криптовалют и многие компании приняли решение о принятии такого способа оплаты.</p>	<p>Такое изменение оказалось довольно полярным для разных категорий покупателей: обычным людям зачастую незачем обращаться к такому способу оплаты. Однако в некоторых ситуациях такой вид оплаты оказывается незаменимым. Вряд ли это сильно скажется на дальнейшей судьбе E-commerce, скорее всего использование в</p>

		качестве оплат криптовалют так и останется нишевым
Изменение потребительского аспекта (общество)	Многие люди стали воспринимать маркетплейсы как полноценную замену традиционным походам в магазин. Это происходит во многом благодаря осознанию экономии большого количества времени.	Это, пожалуй, оказывает наибольшее влияние на Е-commerce. Всё больше людей отдают предпочтения покупке множества товаров онлайн, продавцы же в свою очередь подстраиваются под это и предлагают всё больший ассортимент, там самым способствуя общему росту рынка.

Текущие выводы

Рынок Е-commerce испытывает огромный рост последние годы, обгоняя по этому показателю многие другие. Основными его чертами являются: относительно лёгкая адаптация к сложным геополитическим ситуациям, крайне быстрая реакция на многие технологические изменения, а также способность менять потребительский аспект, что впоследствии обеспечивает ему стабильный рост.

Почти наверняка можно утверждать, что в ближайшие годы рост рынка лишь продолжится, что подтверждается большинством современных прогнозов

Источники

- Блог на сайте группы компаний “Севертранс”, в котором обсуждаются актуальные тренды электронной коммерции – URL: <https://www.severtrans.ru/blog/aktualnye-trendy-elektronnoy-kommertsii-tehnologii-i-ikh-vliyanie-na-rynek-onlayn-torgovli-v-2024-g/>

- Статья с прогнозом дальнейшего рынка E-Commerce – URL:
<https://www.sostav.ru/publication/statista-globalnyj-rynok-e-commerce-budet-rasti-na-7-v-god-77895.html>

Для следующего задания выбрана компания OZON

Анализ компании OZON

- Уникальное торговое предложение

Компания OZON предлагает цифровую платформу, предоставляющую возможность для взаимовыгодного взаимодействия продавцов и покупателей.

OZON берёт на себя, в первую очередь, ответственность за логистику, необходимые ИТ инструменты, разрешение каких-либо спорных вопросов при купле-продаже и многое другое.

- Инструменты маркетинга

OZON использует множество инструментов для эффективного маркетинга.

В первую очередь следует обратить внимание на официальный сайт маркетплейса: большое внимание уделяется таким аспектам, например, разнообразие товаров с удобной и быстрой доставкой, но в особенности заметен акцент на огромных, всероссийских масштабах компании. Это выглядит привлекательно как и для потенциальных продавцов с покупателями, так и для инвесторов.

Эффективная маркетинговая деятельность заметна и в социальных сетях: в официальной группе VK и телеграмм канале OZON более 1 миллиона подписчиков и более 100 тысяч просмотров почти на

каждой из публикаций. Это говорит не только об огромной аудитории маркетплейса, но и том, что среди неё значительное количество действительно заинтересованы в нынешней деятельности компании.

Особенно отличается деятельность компании в оффлайн-рекламе, ведь в ней заинтересованы как официальные лица OZON, так и миллионы продавцов, желающие получить прибыль со своего товара. Компания сама такое поощряет, предлагая при некоторых условиях бесплатное продвижение на своей площадке. Благодаря этому число людей хотя бы раз слышавших про данный маркетплейс постоянно растёт, а следовательно и его постоянная аудитория.

- Ценовая политика

Основные компоненты ценовой политики OZON приведены в таблице ниже

Компонент	Описание
Средняя цена товаров	Сильно зависит от выбранных категорий, но в среднем находится в диапазоне 500-1000 рублей
Комиссия маркетплейса	При продаже взимается комиссия в размере 1,5% от стоимости товара
OZON Premium	Специальная цена для подписчиков программы лояльности
Максимальная скидка на товар	Скидка на товар не может превышать 90% от изначальной цены

Источники:

- Официальный сайт OZON – URL: <https://www.ozon.ru/>
- Сайт OZON, содержащий описание цифровой платформы – URL: https://corp.ozon.ru/?_rr=1
- Официальная группа VK OZON – URL: <https://vk.com/ozon>
- Официальный Telegram канал OZON – URL: <https://t.me/ozonru>

- Статья про ценообразование на OZON – URL: <https://xway.ru/blog/strategia-cenoobrazovaniya-na-ozon>
- Статья про возможность бесплатного продвижения для продавцов на OZON – URL: <https://adindex.ru/news/marketing/2024/11/27/327774.phtml>

Текущие выводы

На данный момент OZON – один из крупнейших маркетплейсов в России, занимающий важную позицию в региональном рынке E-Commerce.

Среди предложений от компании множество уникальных и крайне удобных для её аудитории.

OZON использует множество инструментов для эффективного маркетинга, начиная от популярных групп в социальных сетях и заканчивая взаимовыгодным рекламным сотрудничеством с собственными продавцами.

Ценовая политика OZON довольно гибкая, одними из её аспектов являются довольно маленькая комиссия при продаже, а также предоставление скидок постоянным покупателям.

Описание собственной идеи в рамках рынка E-Commerce

- Суть идеи

Онлайн платформа AnySell основной задачей которой является решение главной проблемы начала работы для многих продавцов на крупных онлайн-маркетплейсах (например, OZON) – огромная конкуренция. Вся платформа будет отличаться удобством и минималистичностью.

- Целевая аудитория
 - Малые и средние производители (фермера, мастера, малые бренды одежды), которым сложно, а зачастую, невозможно конкурировать с целыми корпорациями
 - Покупатели 20-50 лет, предпочитающие переплатить определённую сумму, но получить уникальный товар
 - Пользователи, предпочитающие локальное производство
- Каналы коммуникации и сбыта продукции
 - Небольшое мобильное приложение, которое за счёт своей простоты не будет требовать больших финанс на свою разработку и дальнейшее содержание
 - Боты в популярных мессенджерах – удобный для многих способ, через него можно организовать рассылку
 - Связь через почту – если клиенту или продавцу такой способ покажется удобнее
- Ценовая политика
 - Комиссия 1-3%
 - Подписка Premium (примерно за 1000 рублей) для продавцов: удобный доступ к аналитике.
 - Реклама в небольших количествах внутри платформы
 - Основная себестоимость сложится примерно на 30% для разработки ИТ составляющей и около на 40-50% на маркетинг, 20-30% - остальное (цифры примерные и в реальном проекте могут сильно поменяться).