

Чернышева Ольга Александровна, студентка,
Пензенский филиал ФГОБУ ВО «Финансовый университет
при Правительстве Российской Федерации», г. Пенза

Танина Мария Алексеевна,
к.э.н., доцент, доцент кафедры
«Менеджмент, информатика и общегуманитарные науки»,
Пензенский филиал ФГОБУ ВО «Финансовый университет
при Правительстве Российской Федерации», г. Пенза

**ВЛИЯНИЕ АНТИРОССИЙСКИХ САНКЦИЙ
НА ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ МАРКЕТПЛЕЙСОВ
(НА ПРИМЕРЕ «WILDBERRIES» И «OZON»)
THE IMPACT OF ANTI-RUSSIAN SANCTIONS
ON THE ACTIVITIES OF MARKETPLACES
(USING THE EXAMPLE OF WILDBERRIES AND OZON)**

Аннотация: В статье рассматриваются основные аспекты влияния санкций на деятельность маркетплейсов, их характеристика и анализируются экономические результаты деятельности российских маркетплейсов в условиях санкций.

Abstract: The article examines the main aspects of the impact of sanctions on the activities of marketplaces, their characteristics and analyzes the economic results of the activities of Russian marketplaces under sanctions.

Ключевые слова: антироссийские санкции, маркетплейс, влияние санкций, экономические показатели, рентабельность.

Keywords: anti-Russian sanctions, marketplace, impact of sanctions, economic indicators, profitability.

В настоящее время актуальной проблемой является функционирование различных рынков в условиях возложенных на отечественные компании санкций. Маркетплейс – это онлайн-платформа, которая объединяет покупателей и продавцов, позволяя им взаимодействовать друг с другом для покупки и продажи товаров или услуг. В отличие от традиционных интернет-магазинов, где компания управляет всеми аспектами продаж, маркетплейсы предоставляют пространство для различных продавцов, которые могут размещать свои товары и услуги на одной платформе.

Wildberries и Ozon – это два популярных маркетплейса в России, которые предлагают широкий ассортимент товаров, включая одежду, электронику, бытовую технику и многое другое.

Wildberries – один из крупнейших онлайн-ритейлеров в России, который был основан в 2004 году. Платформа предлагает широкий ассортимент товаров, включая одежду, обувь, косметику, товары для дома и многое другое. Крупнейший по обороту интернет-магазин России в 2016–2023 годах. К положительным сторонам данного маркетплейса можно отнести широкий ассортимент, удобный интерфейс, быструю доставку, программу лояльности, наличие возможности оставить отзывы и посмотреть рейтинги. Минусами является качество товаров, несовершенная служба поддержки, проблемы с возвратами.

Ozon – один из первых интернет-магазинов в России, основанный в 1998 году. Изначально он начинал как книжный интернет-магазин, но со временем расширил ассортимент до миллионов товаров. Помимо торговой площадки, компания развивает экспресс-доставку товаров повседневного спроса Ozon fresh, доставку товаров из-за рубежа Ozon Global, финансовые сервисы от Ozon Банк, а также бронирование авиа и



железнодорожных билетов, отелей и туров Ozon Travel. Плюсы маркетплейса Ozon: разнообразие товаров, услуги подписки, система лояльности, доставка на следующий день, интерфейс и мобильное приложение, на данный момент на озон можно забронировать отель или приобрести билеты на самолет, предоставляются банковские услуги. К отрицательным сторонам можно отнести высокие цены, качество доставки, проблемы с возвратами, небольшой ассортимент одежды и обуви.

Выбор между Wildberries и Ozon зависит от предпочтений покупателя. Если вы ищете широкий выбор одежды и обуви, возможно, Wildberries будет лучшим вариантом. Если вам нужны книги или электроника с удобной системой подписок, Ozon может стать более подходящим выбором. Оба маркетплейса имеют свои плюсы и минусы, поэтому стоит учитывать ваши конкретные потребности при выборе платформы для покупок.

Для анализа влияния санкций на деятельность данных маркетплейсов, необходимо сравнить финансовые результаты их деятельности 2021-2023 гг. В 2023 г. наблюдается сильный прирост выручки по сравнению с базисным 2021 гг. на 313 790 853 000 и 1 032 023 000 рублей у ВБ и Озона соответственно. В несколько раз увеличился объем продаж, что свидетельствует о том, что пользователей и покупок стало больше. При этом себестоимость продаж также возросла, однако наблюдаются разные тенденции: у ВБ выручка за все три года в достаточно большом размере превышает себестоимость, а вот у Озона противоположная картина: за все три периода себестоимость превосходит выручку, из чего можно сделать вывод, что маркетплейс работает в убыток.

Динамика размера валовой прибыли у ВБ положительная, по сравнению с базисным 2021 г. увеличение составило 235 442 130 000 рублей. В то же время у Озона валовый убыток в 2022 г. увеличился почти в 14 раз, а в 2023 г. начал снижаться, но темп снижения убытка низкий.

Что касается прибыли от продаж и чистой прибыли ВБ в рассматриваемом периоде, то в 2022 г. наблюдается снижение данного экономического показателя, а в 2023 г. его увеличение, как по сравнению с предыдущим годом, так и с базисным. У Озона убыток от продаж и чистый убыток увеличился к 2022 г., а к 2023 г. немного снизился, но по сравнению с 2021 г. его увеличение все-таки очень большое, примерно в 11 раз.

Данная динамика может свидетельствовать о том, что санкции в разной мере повлияли на деятельность маркетплейсов, однако обращая внимание на общую картину, можно выделить тенденцию ухудшения показателей в 2022 г., а в 2023 г. попытки их восстановления [табл. 1].

Таблица 1

Экономические показатели деятельности Wildberries и Ozon 2021-2023 гг.

Показатели	Период			Абсолютное отклонение
	На 31.12.2021	На 31.12.2022	На 31.12.2023	
WILDBERRIES				
Выручка	224 940 746	317 212 888	538 731 599	313 790 853
Себестоимость продаж	101 202 381	127 661 285	179 551 104	78 348 723
Валовая прибыль	123 738 365	189 551 603	359 180 495	235 442 130
Прибыль от продаж	31 974 430	30 598 938	42 568 611	10 594 181
Чистая прибыль	14 062 117	10 112 566	18 914 205	4 852 088



OZON				
Выручка	57 687	166 991	1 089 710	1 032 023
Себестоимость продаж	64 105	256 344	1 156 880	1 092 775
Валовый убыток	-6 418	-89 353	-67 164	-60 746
Убыток от продаж	-6 529	-94 680	-74951	-68 422
Чистый убыток	-5 181	-75 427	-58 857	-53 676

Также были проанализированы показатели рентабельности бизнеса. Что касается ВБ, на 2023 г. все показатели имеют отрицательную динамику, наблюдается снижение по сравнению с 2021 г. Рентабельность собственного капитала превышает нормативные значения и на 2023 г. составляет 35,7%. Рентабельность активов ниже нормы и составляет 7,4%, рентабельность продаж также снизилась и составляет 7,9%, при нормативных 15-25%. Чистая рентабельность продаж также намного ниже нормы для сферы продаж.

Что касается маркетплейса Озон, все показатели рентабельности отрицательны, что в целом неприемлемо для любой компании и что подтверждает данные, представленные на диаграммах. Динамика рентабельности собственного капитала и активов отрицательна, а отклонение рентабельности продаж и чистой рентабельности продаж положительно, однако это не меняет факт того, что положение компании финансово неустойчиво, так как все показатели отрицательны.

Исходя из анализа экономических показателей и показателей рентабельности деятельности маркетплейсов, можно утверждать, что антироссийские санкции, введенные в ответ на политические события, оказали значительное влияние на экономику России и, в частности, на маркетплейсы. Рассмотрим несколько ключевых аспектов влияния санкций:

1. Снижение покупательской способности: Санкции привели к экономическому кризису, инфляции и снижению доходов населения. Это, в свою очередь, сказалось на спросе на товары, что негативно отразилось на объемах продаж маркетплейсов. Однако ВБ и Озон это задело не так сильно, так как показатели выручки возросли.

2. Изменение поставок и ассортимента: Санкции привели к ограничению поставок зарубежных товаров, что сказалось на ассортименте этих платформ. Многие международные бренды приостановили свои операции в России, что стало стимулом для увеличения отечественных поставок. При этом многие маркетплейсы предлагают товары ушедших брендов, что дает им преимущество перед офлайн-магазинами.

3. Рост цен: Из-за проблем с логистикой и поставками цены на товары начали расти, при этом начала расти и себестоимость, что повлияло на прибыль площадок. Это также повлияло на спрос, так как покупатели стали более осторожными в своих расходах.

4. Адаптация и локализация: В ответ на санкции Wildberries и Ozon начали активно искать новые пути для адаптации, включая развитие локальных брендов, расширение сотрудничества с российскими производителями.

5. Увеличение конкуренции: В условиях ограниченного импорта на рынок вышли новые компании, что повысило конкуренцию среди маркетплейсов и способствовало улучшению качества сервиса и предложений.

6. Изменение потребительских привычек: Потребители стали более активно использовать онлайн-шопинг из-за ограничений в офлайн-торговле и изменений в поведении, что дало некоторый импульс для роста маркетплейсов, что также наблюдается в динамике экономических показателей.



Таким образом, хотя санкции и создали ряд трудностей для российских маркетплейсов, они также стали катализатором изменений, способствующих трансформации рынка. Важно отметить, что дальнейшая успешная деятельность маркетплейсов будет зависеть от их способности адаптироваться к меняющимся условиям, а также от государственной поддержки и развития внутреннего производства. В итоге опыт последних лет может стать основой для более устойчивого и конкурентоспособного рынка в будущем.

Список литературы:

1. Буянов, А. С. Роль маркетплейсов в развитии электронной торговли // Human Progress. – 2022. – №3. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-marketpleysov-v-razvitiielektronnoy-torgovli> (дата обращения: 17.11.2024).
2. Бухгалтерская отчетность ООО "ВАЙЛДБЕРРИЗ" – URL: https://b2b.house/company/ООО-VAJLDBERRIZ_5e68664d-68fc-43c3-85ac-2e9b4e188d9b/financial-statements/?ysclid=m3r3o4ixoc445233969 (дата обращения: 17.11.2024).
3. ООО "ОЗОН КОМЬЮНИТИ": бухгалтерская отчетность и финансовый анализ – URL: https://www.audit-it.ru/buh_otchet/5044122492_ooo-ozon-komyuniti?ysclid=m3r3o4yb64c194801533 (дата обращения: 17.11.2024).

