

## ИССЛЕДОВАНИЕ ЛОГИСТИКИ МАРКЕТПЛЕЙСОВ В РОССИИ

**Аннотация.** В статье рассмотрен теоретический аспект торговой деятельности; оценен вклад торговли в ВВП России на основе статистики; рассмотрены показатели оптовой и розничной торговли с 2018 по 2024 год для оценки динамики развития торговли в стране; охарактеризована электронная коммерция и дана оценка ее доли в сфере торговли всей России; представлен рейтинг крупнейших маркетплейсов на территории страны по величине оборота; рассмотрены логистические схемы товародвижения маркетплейсов; приведена успешная логистическая практика в деятельности маркетплейсов и приведен прогноз состояния электронной коммерции в ближайшем будущем и крупных маркетплейсов. Актуальность исследования – рынок электронной коммерции динамично развивается. Торговля занимает 2 место по вкладу в ВВП России, а маркетплейсы ежегодно повышают 1,5-2 раза обороты товаров на своих торговых площадках. Тенденции развития сферы торговли и ее цифровизация составляют предмет пристального внимания и интереса предпринимателей, маркетологов и научных деятелей экономического профиля. Цель работы - Исследование логистики маркетплейсов в России.

**Методы исследования:** – экономико-математические методы, индуктивный и дедуктивный методы, метод логического и исторического, графико-аналитический метод, методы анализа документов.

В результате проведенного исследования была изучена логистика маркетплейсов в России. Крупнейшие из них задают тренды развития электронной коммерции в стране и то же время являются воплощением этого развития.

**Ключевые слова:** Маркетплейс, логистика, торговля, розница, опт, розничная торговля, оптовая торговля, логистический подход, логистика транспорта, информационная логистика, логистика склада, цифровизация экономики, модели продаж, товародвижение, схема товародвижения, FBO, FBS, DBS, будущее логистики маркетплейсов, будущее электронной коммерции, продавец.

А. А. Zavyalov<sup>1</sup>, M. I. Kulesh<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Irkutsk State University of Railway Transport, Irkutsk, Russian Federation

## RESEARCH OF LOGISTICS OF TRADING PLATFORMS IN RUSSIA

**Abstract.** The article examines the theoretical aspect of trade activity; evaluates the contribution of trade to Russia's GDP based on statistics; examines the indicators of wholesale and retail trade from 2018 to 2024 to assess the dynamics of trade development in the country; describes e-commerce and estimates its share in the trade sector throughout Russia; provides a rating of the largest marketplaces in the country by size. The article considers the logistics schemes of the marketplaces; successful logistics practice in the activities of marketplaces is presented and the forecast of the state of e-commerce in the near future and large marketplaces is given. The relevance of the research is that the e-commerce market is developing dynamically. Trade ranks 2nd in terms of its contribution to Russia's GDP, and marketplaces annually increase 1.5-2 times the turnover of goods on their trading platforms. Trends in the development of the trade sector and its digitalization are the subject of close attention and interest of entrepreneurs, marketers and economic scientists. The purpose of the work is to study the logistics of marketplaces in Russia.

**Research methods:** – economic and mathematical methods, inductive and deductive methods, logical and historical method, graphical and analytical method, methods of document analysis.

As a result of the conducted research, the logistics of marketplaces in Russia was studied. The largest of them set the trends for the development of e-commerce in the country and at the same time are the embodiment of this development.

**Keywords:** Marketplace, logistics, trade, retail, wholesale, retail, wholesale, logistic approach, transport logistics, information logistics, warehouse logistics, digitalization of the economy, sales models, commodity movement, commodity distribution scheme, FBO, FBS, DBS, the future of marketplace logistics, the future of e-commerce, seller.

Испокон веков люди торговали друг с другом. Сначала обменивали одни вещи на другие, позже это стали называть бартером. Затем начали думать над универсальным мерилем ценности товаров. Так придумали деньги и их эквиваленты. С тех пор мало что поменялось, людям все также выгодно жить и развиваться в матрице рыночных отношений, в которых главную роль занимает капитал.

В этой статье речь пойдет о современном формате проявлении торговли в жизни каждого человека, погруженного в информационные сети – электронная торговля, а именно, о маркетплейсах. Но для начала следует понять, что это такое торговля и чем она отличается от коммерции? Для получения ответов на эти вопросы, обратимся к разным авторам из этой области (см. Таблицы 1,2).

Таблица 1. Определение понятия «коммерция».

Автор, источник.	Определение
Евгеньева А. П. [1]	Коммерция, -и, ж. Торговля, торговые операции.
Чудинов А. Н. [2]	Коммерция — (лат. commercium, от com с, вместе, и merx товар). Торговля в обширных размерах.
Грэхэм Бетс, Барри Брайндли, С. Уильямс [3]	Коммерция — (trade) Деятельность по продаже товаров или услуг с целью получения прибыли.
Кураков Л. П. [4]	Коммерция — (латинское commercium товарообмен), деятельность, связанная с производством и (или) реализацией продукции, оказанием услуг, приносящая доход (прибыль)

Таблица 2. Определение понятия «торговля».

Автор, источник.	Определение
Ушаков. Д. Н [5]	Торговля, торговли, мн. нет, жен. Хозяйственная деятельность по обороту товаров, купле и продаже их
Словарь финансовых терминов, (эл. ресурс) [6]	Торговля — в широком смысле отрасль хозяйства, экономики и вид экономической деятельности, объектом, полем действия которых является товарообмен, купля продажа товаров, а также обслуживание покупателей в процессе продажи товаров и их доставки, хранение товаров и их подготовка к продаже.
Ожегов С. И. [7]	Торговля —, и, жен. 1. см. торговать, ся. 2. Хозяйственная деятельность по обороту, купле и продаже товаров. Государственная, частная т. Внешняя, внутренняя т. Оптовая, розничная т.
Энциклопедия права. 2015., (эл. ресурс) [8]	Торговля (англ. trade, commerce) – коммерческая деятельность, выражающая отношения экономического посредничества между производителями и потребителями, осуществляемое путем покупки товаров у производителей с целью перепродажи потребителям либо путем реализации товаров потребителям с последующей оплатой их стоимости производителю. Торговая деятельность осуществляется в различных гражданско-правовых формах, напр., на основе договора купли-продажи, договора комиссии, договора поручения и др.

Исходя из рассмотренных определений торговли и коммерции, можно сделать вывод, что эти слова являются синонимами по отношению друг к другу. Потому далее в этой работе данные понятия будут отождествляться.

Перед анализом логистики маркетплейсов в России, стоит понять, какое место занимает торговля в жизни экономики страны. Для этого обратимся к статистике и рассмотрим структуру ВВП страны [9,10]. Данные представлены в таблице 3.

Таблица 3. Структура ВВП России за период 2018-2024 год.

№	Показатель, в млрд руб.	2018		2019		2020		2021		2022		2023		2024	
		Абс.	Отн.	Абс.	Отн.	Абс.	Отн.	Абс.	Отн.	Абс.	Отн.	Абс.	Отн.	Абс.	Отн.
1	Сельское, лесное хозяйство, охота, рыболовство и рыбоводство	4 591,80	5	3 954,20	4,1	3 219,20	4,7	5 325,10	4,5	6 073,30	4,3	5 243,40	3,3	5 519,40	2,9
2	Добыча полезных ископаемых	10 010,10	10,9	13 006,90	13,5	7 073,80	10,5	17 974,60	14,4	19 533,60	14	18 775,10	11,8	21 488,20	11,8
3	Обрабатывающие производства	15 740,10	17	15 987,40	16,8	12 467,70	17	20 741,60	17,2	19 678,70	14,2	22 486,50	14,1	26 616,90	14,6
4	Обеспечение электрической энергией, газом и паром; кондиционирование воздуха	3 214,30	3,5	2 794,10	2,9	2 143,80	3	3 379,50	2,5	3 264,50	2,3	3 468,90	2,2	3 767,70	2,1
5	Водоснабжение; водоотведение, организация сбора и утилизации отходов, деятельность по ликвидации загрязнений	551,10	0,6	594,10	0,6	453,80	0,6	736,70	0,6	734,80	0,5	828,90	0,5	930,00	0,5
6	Строительство	6 153,00	6,7	5 202,70	5,4	3 996,40	5,8	6 450,20	5,1	7 175,10	5,2	8 084,70	5,1	8 992,90	4,9
7	Торговля оптовая и розничная; ремонт автотранспортных средств и мотоциклов	15 612,10	17	13 681,60	14,2	9 709,50	14,1	18 048,40	14,5	17 168,70	12,4	20 372,60	12,8	23 954,60	13,1
8	Транспортировка и хранение	7 349,80	8	7 033,40	7,3	4 798,00	7,1	8 120,10	6,5	8 703,10	6,2	10 891,90	6,9	12 643,70	6,9
9	Деятельность гостиниц и предприятий общественного питания	1 110,20	1,1	1 089,50	1	515,50	0,8	1 153,40	0,9	1 072,20	0,8	1 450,50	0,9	1 770,80	1
10	Деятельность в области информации и связи	2 755,10	3	2 890,40	3	2 130,70	3,4	3 562,20	3,2	3 952,70	2,7	5 132,50	3,2	6 415,30	3,5
11	Деятельность финансовая и страховая	459,20	0,5	495,50	0,5	409,70	0,6	684,80	0,6	6 624,20	4,8	8 172,10	5,1	8 013,80	4,4
12	Деятельность по операциям с недвижимым имуществом	5 785,60	6,3	9 634,60	10	7 102,30	10,6	12 166,40	10,5	15 063,20	10,8	17 110,00	10,8	19 376,30	10,6
13	Деятельность профессиональная, научная и техническая	4 316,30	4,7	4 142,80	4,3	3 083,20	4,5	5 346,70	4,3	6 240,60	4,4	7 627,90	4,8	8 671,40	4,7
14	Деятельность административная и сопутствующие дополнительные услуги	2 157,70	2,6	2 415,60	2,3	1 454,20	2,3	2 965,20	2,3	3 053,60	2,2	3 712,70	2,3	4 223,30	2,3
15	Государственное управление и обеспечение военной безопасности; социальное обеспечение	4 499,60	4,9	5 195,50	5,6	4 010,60	6	5 767,70	5	9 701,40	7,1	12 947,80	8,2	15 822,90	8,7
16	Образование	2 755,10	3	2 890,40	3	2 065,30	3,1	3 341,30	2,7	4 105,50	2,9	4 606,20	2,9	5 301,70	2,9
17	Деятельность в области здравоохранения и социальных услуг	3 581,60	3,9	3 853,80	4	2 976,70	4,6	4 359,73	3,8	4 542,50	3,5	4 978,90	3,1	5 709,90	3,1
18	Деятельность в области культуры, спорта, организации досуга и развлечений	734,70	0,8	959,40	1	539,00	0,8	1 094,03	0,9	1 173,20	0,9	1 740,70	1,1	2 123,90	1,2
19	Предоставление прочих видов услуг	458,50	0,5	525,60	0,5	343,20	0,5	566,49	0,5	663,20	0,5	743,90	0,5	841,30	0,5
20	Деятельность домашних хозяйств как работодателей	-	0	-	0	-	0	-	0	496,30	0,3	601,70	0,4	616,10	0,3
	Валовая добавленная стоимость в основных ценах (1-20), в млрд.руб	91 835,90	100	96 347,50	100	68 492,60	100	121 784,15	100	139 020,40	100	158 976,90	100	182 800,10	100
	Чистые налоги на продукты (чистые налоги на производство импорт)	11 790,70		13 014,01		25 317,70		13 510,80		12 435,30		17 437,00		17 239,40	
	ВВП РФ, в млрд.руб.	103 626,60		109 361,50		93 810,28		135 295,00		151 455,60		176 413,90		200 237,20	

Исходя из представленных данных о структуре ВВП России, можно выделить 3 главных сектора экономики страны, а именно: добыча полезных ископаемых; обрабатывающие производства; торговля оптовая и розничная; ремонт автотранспортных средств и мотоциклов. Для наглядности данные за 2024 год представлены в графическом виде (см. Рисунок 1). Как видно на графике, торговля занимает второе место по вкладу в ВВП России, уступая только обрабатывающей промышленности. Таким образом, торговля является важнейшим сектором экономики России, формирующим порядка 13% внутреннего валового продукта страны от года к году. В России коммерция развивается крайне быстро, темпы роста поразительны. Традиционно, торговлю подразделяют на розничную и оптовую. Для того чтобы определить степень цифровизации торговли, стоит собрать информацию о степени распространения сети Интернет среди населения страны.

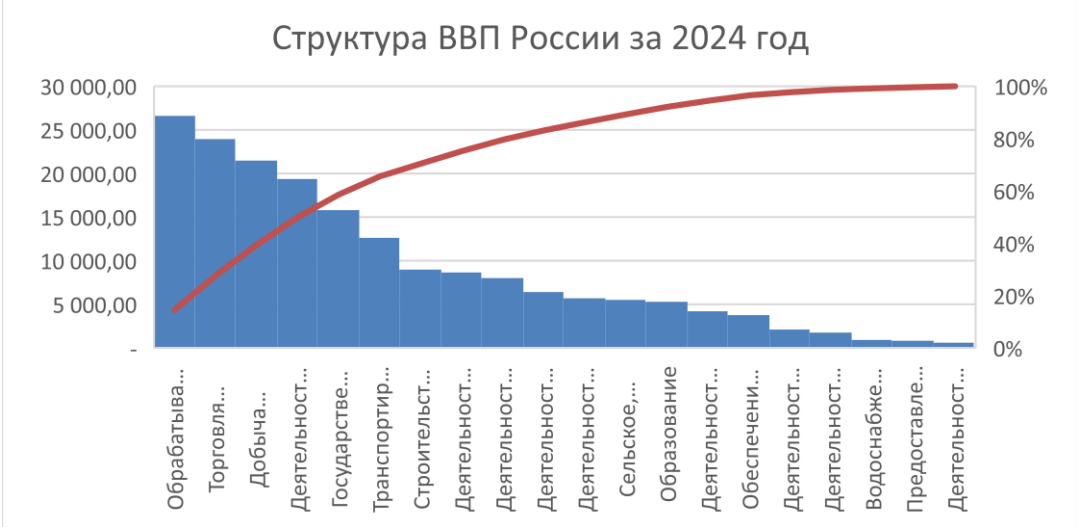


Рисунок 1. Структура ВВП России за 2024 год.

Обратимся к статистике, начнем с цифровизацией экономики России для ее населения. (Таблица 4)

Таблица 4. Степень распространения сети Интернет среди населения России в период с 2018 по 2024 год.

Год	Использование сети Интернет- населением, в %	Население РФ, тыс. чел.	Доля населения, использующая сеть Интернет, тыс. чел.	Темп прироста, в %	Темпы роста	Рост к 2018 году
2018	68,8	146 800	100 998,4			
2019	72,6	146 745	106 536,9	5,48	105,48	0,05
2020	76,7	146 238	112 164,5	5,28	105,28	0,11
2021	81,5	145 557	118 629,0	5,76	105,76	0,17
2022	84,9	146 447,40	124 333,8	4,81	104,81	0,23
2023	87	146 150,80	127 151,2	2,27	102,27	0,26
2024	89,9	146 203,60	131 437,0	3,37	103,37	0,30

Исходя из представленных данных, можно сделать несколько выводов. С 2018 по 2024 год распространенность сети Интернет среди населения выросла с 68,8% до 89,9%, доля населения, использующая Интернет, возросла с 100 998,4 до 131 437,0 тыс. чел. Рост составил 30% или 30 438,6 тыс. чел. Это означает, что население России на треть стало чаще посещать сеть Интернет, а значит, больше и чаще посещать сайты разного направления в том числе и маркетплейсы. В 2020 году, во время пандемии вируса Ковид-19, формат жизни человека претерпел изменения, появилось понятие «удаленка» и население целой страны было вынуждено работать и учиться удаленно, во избежание заражения опасным вирусом. В этих жестких ограничениях единственным выходом для многих стал Интернет, поскольку он давал возможность поддерживать связь с близкими, учиться и работать, выполняя работу на дому, если она такое позволяет конечно. И покупать люди стали через онлайн-магазины, те же маркетплейсы. Об этом также свидетельствуют данные о розничной торговле этого же периода времени. Они представлены в таблице 5.

С 2018 по 2024 год доля розничной торговли в ВВП нашей страны выросла с 31 579,40 млрд рублей до 55 589,10 млрд рублей, разница составила 24 009,70 млрд рублей в текущих ценах. В 2024 году к базисному, 2018 году, в рост составил то 76,03 %, почти в 2 раза. В 2020 году, когда страна оказалась в условиях пандемии, розница пострадала, как и многие отрасли экономики – темп прироста незначительный (0,74%). Несмотря на это, в 2021 году оборот розницы увеличился на 5 598 млрд руб., с 33 873,70 до 39 471,70 млрд руб., и составил значительные 16,53%.

Таблица 5. Оборот розничной торговли в России в период с 2018 по 2024 год, в млрд. руб.

Год	Оборот розничной торговли, млрд. руб.	Темп прироста	Темпы роста	Рост к 2018 году
2018	31 579,40			
2019	33 624,30	6,48	106,48	6,48
2020	33 873,70	0,74	100,74	7,27
2021	39 471,70	16,53	116,53	24,99
2022	42 577,00	7,87	107,87	34,83
2023	48 155,70	13,10	113,10	52,49
2024	55 589,10	15,44	115,44	76,03

Именно в период пандемии российский бизнес перестроился на «цифровые рельсы», когда продавцы и производители стали предлагать свои товары онлайн с возможностью удаленной покупки. Здесь же получила новый виток развития и логистика, в частности, информационная, применение которой, в условиях карантина, стало важнейшей статьей в обеспечении конкурентоспособности продавца. Для покупателя же цифровизация предоставила новые возможности совершения покупок, не выходя из дома и даже не слезая с дивана. Служба логистики, при желании покупателя, организует доставку до порога его дома.

Аналогично ситуации с розничной торговлей оптовая также развивалась, различия лишь в величине оборотов. Данные представлены в Таблице 6.

Таблица 6. Обороты оптовой торговли в России с 2018 по 2024 год, в млрд. руб.

Год	Оборот оптовой торговли, млрд. руб.	Темп прироста	Темпы роста	Рост к 2018 году
2018	80 129,70			
2019	84 148,70	5,02	105,02	5,02
2020	84 417,20	0,32	100,32	5,35
2021	110 078,10	30,40	130,40	37,37
2022	117 466,10	6,71	106,71	46,59
2023	135 908,90	15,70	115,70	69,61
2024	157 237,50	15,69	115,69	96,23

На основе представленных данных можно увидеть, что с 2018 по 2024 обороты оптовой торговли в России выросли почти в 2 раза (1,96), с 80 129,70 до 157 237,50 млрд рублей. Это говорит о том, что данная отрасль экономики динамично развивается. Значительный рост, 30,4%, показал 2021 год в сравнении с предыдущим, что является показателем повышения объемов потребления товаров населением страны, через посредников и продавцов, которые за счет укрупнения партий поставок снижали себестоимость закупок. Подобный рост наблюдается в дальнейшем, после 2022 года по 15% каждый год. Это также связано и с политической обстановкой в стране, которая стимулировала обороты торговли, несмотря на возросшие трудности в работе логистики и введения ограничений другими странами, против крупных торговых компаний, зарегистрированных в России.

Резюмируя вышесказанное, можно представить данные о темпах роста розничной торговли, оптовой торговли и уровня распространенности сети Интернет среди населения России с 2019 по 2024 год. (Рисунок 2).



Рисунок 2. Темпы роста розничной торговли, оптовой торговли и уровня распространенности сети Интернет среди населения России с 2019 по 2024 год.

Из графика видно, что цифровизация тесно вплетена в торговлю, создавая принципиально новые форматы организации продаж и покупок. В период с 2019-2020 и в 2022 году новые витки развития получили цифровые и информационные технологии (показатели увеличиваются корреляционно), популярность сети Интернет возросла, а

маркетплейсы значительно повысили свои доходы. Электронная торговля имеет свою структуру. В Таблице 7 представлена классификация: [11,12]

Таблица 7. Классификация электронной коммерции

Классификационный признак	Классификация
1. По типу организации электронной торговли	1. Онлайн-торговля – это покупка и продажа товара с использованием сети Интернет, мобильное приложение или через сайты; 2. Онлайн-аукционы – специально организуемые мероприятия по купле-продаже товаров в формате онлайн-торговли; 3. Маркетплейсы – специализированные электронные площадки, на которых осуществляется купля-продажа товаров. За предоставляемые условия торговли маркетплейсы взимают комиссию как с продавца, так и покупателя.
2. По форме товаров	1. Материальные – товары, имеющие материально-вещественную форму (например, продукты питания, одежда, обувь, техника); 2. Цифровые – товары информационного содержания (например, аудиокниги, фильмы, музыка).
3. По участникам электронной торговли	1. B2B - «Бизнес-бизнес»; 2. B2G - «Бизнес-государство»; 3. B2C - «Бизнес-потребитель»; 4. C2B - «Потребитель-бизнес»; 5. C2C - «Потребитель-потребитель».

В рамках проводимого исследования нас больше интересует одна из составляющих электронной коммерции – маркетплейсы. В результате первичного обзора российского рынка электронной торговли [13,14], была собрана информация о состоянии рынка электронной коммерции в России. За 2024 год е-рынок вырос на 37%, с 7,1 до 11,3 трлн рублей, это более 20% всех розничных продаж в стране [15]. Важно отметить, что рынок электронной коммерции в 2024 году составил более 20% всех розничных продаж в России, что говорит о значительном влиянии на отрасль торговли страны и вклада в ВВП.

В начале 2025 года авторитетным рейтинговым агентством было произведено ранжирование маркетплейсов по величине оборота. Результаты проведенного исследования представлены на Рисунке 3:

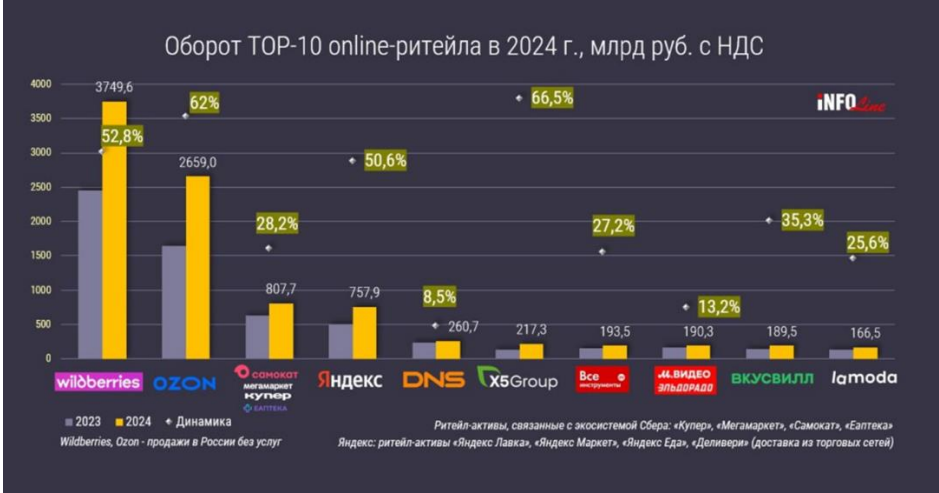


Рисунок 3. Маркетплейсы на российском рынке электронной коммерции по величине оборота в период с 2023 по 2024 год, в млрд руб.

На графике видно, что первые 5 мест остались неизменными с прошлого года, но Wildberries и Ozon нарастили совместную долю рынка до 56,7%. Влияние первой десятки в целом увеличилось за год с 75% до 81%. Исходя из этого, приходится говорить об олигополии рынка электронной коммерции.

Анализ деятельности с официальных сайтов крупнейших маркетплейсов [16,17] и по информации, представленной в свободном доступе, были выявлены основные аспекты работы логистики маркетплейсов. А именно:

1. Прием заявок и обработка заказов. Управление начинается с момента, когда покупатель оформляет заказ на платформе маркетплейса;
2. Транспортировка товара от продавца до покупателя. Логистическая инфраструктура позволяет доставить товар в нужное время и место;
3. Управление складскими запасами – логистика планирует оптимальное расположение складских комплексов, организует графики их работы. Логистические подразделения маркетплейсов организуют закупку, хранение товарных ценностей, а также осуществляют контроль за движением товаров на складах;
4. Организация реверса (обратной логистики) – заключается в создании оптимальных условий для транспортировки товара от покупателя обратно продавцу, по какой-либо причине его не удовлетворившего (по качеству, количеству, браку, ошибке и пр.).

В транспортной логистике существуют модели товародвижения, которые используются маркетплейсами и селлерами (продавцами) в своей работе. Выделяют три основные схемы работы с маркетплейсами, которые нашли наибольшее распространение:

1. FBO (Fulfillment by Operator) — продажа со склада маркетплейса. Продавец своими силами доставляет и отгружает товар на склад площадки маркетплейса, а тот уже самостоятельно собирает, комплектует и упаковывает. А далее уже доставляет заказ покупателю;
2. FBS (Fulfillment by Seller) — продажа со склада продавца. Товар хранится на складе продавца до момента оформления заказа потребителем. После этого продавец самостоятельно собирает, упаковывает и маркирует отправляемый товар, после чего транспортирует его на склад маркетплейса. С этого момента товар попадает под ответственность маркетплейса, который доставляет его покупателю;
3. DBS (Delivery by Seller) — доставка силами продавца. На протяжении всего товародвижения товар не попадает в зону ответственности маркетплейса. Иначе говоря, товар не поступает на склад маркетплейса, а хранение, комплектация и упаковка осуществляются продавцом. Он самостоятельно доставляет товар покупателю, используя свои логистические возможности, привлекая стороннюю транспортную компанию по необходимости.

Рассмотрим логистические схемы товародвижения на примере крупнейших маркетплейсов России, представленных в рейтинге, приведенном выше.

**Wildberries** – крупнейший маркетплейс в России, который своими размерами задает темпы развития отрасли электронной коммерции. У Wildberries есть несколько вариантов схем товародвижения. Полную информацию о них можно посмотреть на официальном сайте маркетплейса [18]:

1. FBO - «Склад WB» (FBW);
2. «Маркетплейс» (FBS);
3. «Витрина» (DBS);
4. «Курьером WB» (DBW);
5. «Самовывоз из магазина продавца» (C&C);
6. «Витрина экспресс» или «Доставка силами продавца» (EDBS).

Например, схема товародвижения «Витрина экспресс» или «Доставка силами продавца» (EDBS) - модель продаж на Wildberries, при которой продавец хранит товары на своём складе и своими силами доставляет заказ покупателям. Эта схема товародвижения похожа на DBS. Из особенностей модели можно выделить следующую: по правилам маркетплейса, товар нужно доставить за 1–4 часа в выбранный покупателем интервал. Просрочка даже на час приводит к тому, что Wildberries берёт дополнительный 1% комиссии, а через пять дней заказ автоматически закрывается, при этом продавец получает штраф. На рисунке 4 представлена модель товародвижения FBO - «Склад WB» (FBW) – для Wildberries.

## Модель поставки FBW (Fulfillment by Wildberries)

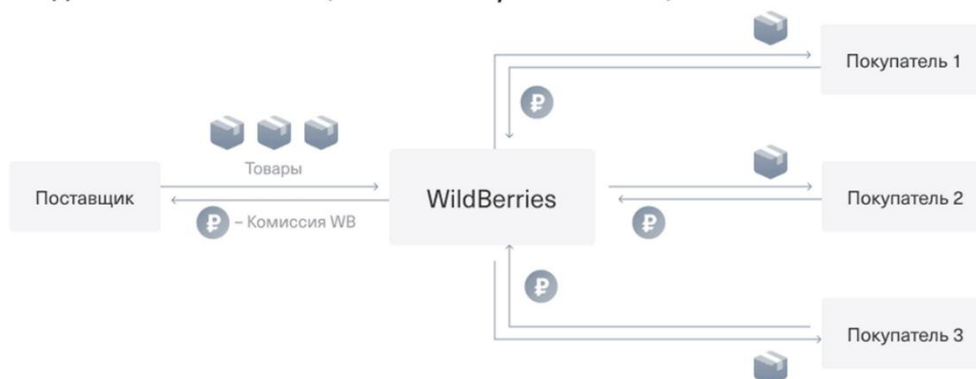


Рисунок 4. Модель FBO - «Склад WB» (FBW) – для Wildberries.

Маркетплейс **Озон** [19] занимает второе место в рейтинге, уступая лидеру в 1,5 раза по размеру выручки. Из «Классической тройки» схем товародвижения у маркетплейса имеется FBO и FBS. Их содержание раскрыто в этой статье ранее. Вообще, схемы товародвижения маркетплейсов крайне схожи между собой, различаются лишь условия доставки, величина комиссии и штрафов, которые определяет каждый маркетплейс самостоятельно и прописывает в своей политике торговой деятельности. Однако у Озона есть одна схема, которая требует отдельного внимания. Рассмотрим ее.

**realFBS** — логистическая схема товародвижения, при которой продавец получает заказы напрямую с маркетплейса и сразу отправляет их клиенту, не используя склады маркетплейса. На продавце лежит полная ответственность за сохранность товара на всех участках товародвижения до покупателя, а маркетплейс выступает только как витрина.

Из особенностей модели **realFBS** можно выделить следующие: продавец сам решает, как именно ему доставлять товар – непосредственно или с привлечением логистической компании; модель подходит для товаров с коротким сроком годности и тех товаров, что запрещены к размещению на складах маркетплейса (пиротехника, живые растения). Помимо этого, данная схема товародвижения подходит продавцам, которые уже наладили собственную логистику, или продавцам из отдалённых регионов, где нет складов Ozon. В таблице ниже представлено сравнение схем товародвижения, предоставляемые к выбору от маркетплейса Озон.

Таблица 8. Сравнение схем товародвижения FBO, FBS и realFBS маркетплейса Озон.

	FBO	FBS	realFBS
Поставка товаров на склад	Продавец	Продавец	Продавец
Размещение продукции на складе	Ozon	Продавец	Продавец
Отслеживание заказов	Ozon	Продавец	Продавец
Сборка и упаковка заказов	Ozon	Продавец	Продавец
Доставка	Ozon	Ozon	Продавец

Исходя из данных в таблице, можно выделить основные моменты, на которые стоит обратить внимание при выборе схем товародвижения:

1. Логистические возможности продавца – доставлять своими силами или обращаться за услугой транспортной компании;
2. Скорость продажи товара продавца, востребованность товара на рынке;



3. Специфику продукции – ее физико-химические и параметрические характеристики, которые определяют условия обращения с товаром.

**Экосистема Сбера** – объединение различных подразделений Сбербанка, которые по своей сути отражают подход диверсификации деятельности, что крайне актуально в условиях повышенной неопределенности условий внешней среды. В рейтинге, приведенном выше, Сбер занимает 3 место, уступая двум исполинам электронной коммерции на территории СНГ. Однако и здесь есть на что посмотреть, а именно, на модели товародвижения Сбермаркет [20].

1. FBS - «Витрина + доставка». У сервиса есть свои склады, на которых хранятся товары. Клиент заказывает товар через витрину, а «СберМегаМаркет» выполняет отгрузку;
2. FBO- «Витрина + фулфилмент». Термин «фулфилмент» происходит от английского fulfillment, и значит «выполнение, исполнение». Означает комплекс логистических услуг в сфере электронной коммерции.;
3. C&C - «Закажи и забери». В этой схеме товародвижения покупатель сам приходит к продавцу за товаром, который он заказал ранее;
4. DBS - «Витрина + доставка силами продавца».

Каждая из представленных схем товародвижения имеет свои преимущества и недостатки, величина влияния которых варьируется от случая к случаю и во многом зависит от того, какими возможностями располагает продавец для начала продаж на маркетплейсе. Маркетплейсы стали местом стечения больших капиталов и инвестиций и это не с проста так сложилось. Грамотное управление товародвижением стало ключом в организации электронной коммерции, предоставив условия для лучшего удовлетворения имеющегося спроса на онлайн-покупки. Одним из эффективных инструментов управления движением товара от продавца до покупателя стала организация логистики. На примере маркетплейсов Wildberries и Озон приведена эффективная логистическая практика.

Среди лучших логистических решений **Wildberries** выделяют: использование централизованного склада, собственного автопарка и современных технологий. Ключевые центральные склады: Электросталь, Подольск, Коледино, Домодедово (Московская область), Казань, Новосибирск. К концу 2024 года автопарк компании включал свыше 1,7 тыс. грузовых автомобилей и полуприцепов, которые ежемесячно пополняются новой техникой.

**Озон** не отстает и предлагает свои логистические решения, а именно: Сервис GBS Export для доставки товаров продавцов из России за рубеж; Автоматизация и робототехника на складах; искусственный интеллект и машинное обучение для прогнозирования спроса, продаж и пр.; Системы умного склада для отслеживания расположения товара и его состояния и кросс-докинг. Рассмотрим последний из представленных инструментов подробнее. Этимология слова происходит от английских слов cross — «пересечение» и docking — «причаливание». Метод заключается в том, что товар, при доставке на разгрузочную площадку при складе, не переносится в помещения, а сразу транспортируется в следующую машину на пути товародвижения с помощью маневровых погрузчиков. Это позволяет в значительной степени снизить временные затраты, связанные с перемещением товара в цепочке его доставки от продавца к покупателю. Схематичная характеристика логистического инструмента «кросс-докинг» представлена на Рисунке 5.



Рисунок 5. Схематичная характеристика логистического инструмента «кросс-докинг».

Таким образом, логистическая практика представленных маркетплейсов позволяет им, помимо всего прочего, оставаться ведущими в своей отрасли, задавая тем самым темпы развития электронной коммерции. Собственно, эксперты, на основе проведенного ретроспективного анализа, прогнозируют рост электронной торговли в России в 2025 году на 32% до 14,9 трлн рублей. Также с их слов, мощными стимулами к росту станут следующие составляющие: рост продаж в малых городах и населенных пунктах; предоставление маркетплейсами инструментов рассрочки; развитие комплекса маркетинга рекламных услуг товаров на торговых площадках маркетплейсов и рекламы самих e-магазинов.

Будущее логистики Ozon: маркетплейс уже запускает тестирование доставки личных посылок между пунктами выдачи заказов. Также делается упор на развитие межрегиональной логистики товародвижения из одного пункта выдачи заказов (ПВЗ) в другой, по требованию покупателя. Возможно, за такую услугу будет взиматься дополнительная плата. Также особое внимание заложена в программы развития складских комплексов, оснащаемых высокоэффективным, современным оборудованием обработки поступающих товаров и его грамотного размещения на складских площадях. Разрабатывается программа по утилизации отходов, согласно экологическим нормативам. Склады спроектированы так, чтобы быть энергоэффективными, с мерами по снижению потребления энергии и минимизации углеродного следа.

Будущее логистики Wildberries: маркетплейс планирует до конца 2025 года ввести в строй ещё 2,5 млн кв. м складских площадей. Руководство компания уже строит логистический хаб в Сургуте. Складской комплекс будет оснащён автоматизированными системами хранения и обработки грузов, которые имеют высочайшие показатели эффективности работы, не имеют аналогов. Wildberries в целом крайне бдительно относится к организации систем складов, создание централизованных комплексов хранения товаров по всей стране дает маркетплейсу неоспоримое конкурентное преимущество на рынке электронной коммерции.

В заключение стоит отметить ряд важных выводов. Рынок электронной торговли стремительно развивается в России, оттягивая на себя все большую долю коммерции традиционного формата организации – физического посещения покупателем торговых помещений, с выкладкой товарного предложения под соответствующий спрос. Теперь потенциальный покупатель предпочитает покупать, не проходя по торговым залам и вообще лишней раз не выходя из дома, а свои покупки осуществлять через маркетплейсы, в удобное ему время и месте. И доставка его заказов будет осуществлена без его участия, до выбранного им и удобного ему пункта выдачи заказов (ПВЗ). Логистика маркетплейсов в таком случае обретает серьезные масштабы и в своей деятельности расширяются до

невиданных ранее организационных примеров осуществления торговли, когда логистическая инфраструктура получает значительное развитие под растущие потребности рынка электронной коммерции.

### БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Евгеньева А. П. Словарь русского языка: В 4-х т. / РАН, Ин-т лингвистич. исследований; Под ред. А. П. Евгеньевой. — 4-е изд., стер. — М.: Рус. яз.; Полиграфресурсы, 1999;
2. Чудинов А. Н. Словарь иностранных слов, вошедших в состав русского языка. Чудинов А.Н., 1910;
3. Грэхэм Бетс. Бизнес. Толковый словарь. — М.: "ИНФРА-М", Издательство "Весь Мир". Грэхэм Бетс, Барри Брайндли, С. Уильямс и др. Общая редакция: д.э.н. Осадчая И. М.. 1998.;
4. Кураков Л. П.. Экономика и право: словарь-справочник. — М.: Вуз и школа. Л. П. Кураков, В. Л. Кураков, А. Л. Кураков. 2004.;
5. Ушаков. Д. Н. «Толковый словарь русского языка» под редакцией Д. Н. Ушакова (1935-1940);
6. Словарь финансовых терминов. [Электронный ресурс]. — <https://ru.investing.com/education/terms/3> (Дата обращения: 22.05.2025);
7. Ожегов С. И. Толковый словарь Ожегова. С. И. Ожегов, Н.Ю. Шведова. 1949-1992.;
8. Энциклопедия права. Торговля: основные понятия и термины. 2015. [Электронный ресурс]. — <https://www.finam.ru/publications/item/torgovlya-20230629-1100/> (Дата обращения: 22.05.2025).;
9. О производстве и использовании валового внутреннего продукта (ВВП) в 2022 году<sup>1</sup> [Электронный ресурс]. - [http://ssl.rosstat.gov.ru/storage/mediabank/55\\_07-04-2023.html](http://ssl.rosstat.gov.ru/storage/mediabank/55_07-04-2023.html) (Дата обращения: 20.05.2025).;
10. О производстве и использовании валового внутреннего продукта (ВВП) в 2022 году [Электронный ресурс]. - [http://ssl.rosstat.gov.ru/storage/mediabank/22\\_20-02-2023.html](http://ssl.rosstat.gov.ru/storage/mediabank/22_20-02-2023.html) (Дата обращения: 19.05.2025).;
11. Структура рынка электронной коммерции [Электронный ресурс]. - <https://elcomrevue.ru/blog/business-elcom/struktura-ryinka-elektronnoy-kommerts> (Дата обращения: 21.05.2025).;
12. E-commerce [Электронный ресурс]. - <https://bigenc.ru/c/e-commerce-b3e51d> (Дата обращения: 19.05.2025).;
13. Маркетплейсы России и мира [Электронный ресурс]. - <https://www.sravni.ru/biznes-marketplace/info/top-marketplejsov-rossii-i-mira/> (Дата обращения: 24.05.2025).;
14. Магнит Маркет падает всё сильнее. Есть ли надежда? [Электронный ресурс]. - <https://oborot.ru/blogs/magnit-market-padaet-vsyoy-silnee-est-li-nadezhda-i242542.html> (Дата обращения: 18.05.2025).;
15. INFOline выпустил рейтинг крупнейших онлайн-продавцов в России [Электронный ресурс]. - <https://iz.ru/1829034/2025-03-10/infoline-vypustil-reiting-krupneishikh-onlain-prodavtcov-v-rossii> (Дата обращения: 18.05.2025).;
16. Что такое фулфилмент, для чего он нужен и как работает на маркетплейсах [Электронный ресурс]. - <https://skillbox.ru/media/marketing/chto-takoe-fulfilment-dlya-chego-on-nuzhen-i-kak-rabotaet-na-marketpleysah/> (Дата обращения: 20.05.2025).;
17. Wildberries во II квартале нарастил оборот почти вдвое, до 644,2 млрд рублей [Электронный ресурс]. - <https://www.interfax.ru/business/921008> (Дата обращения: 19.05.2025).;
18. Прибыль взлетела в 3,5 раза: в Wildberries отчитались о финансовых итогах 2024 года [Электронный ресурс]. - <https://ixbt.pro/news/2025/03/30/pribyl-vzletela-v-35-raza-v-wildberries-otcitalis-o-finansovykh-itogax-2024-goda.html> (Дата обращения: 18.05.2025).;

19. Материалы для инвесторов Озон [Электронный ресурс]. - <https://ir.ozon.com/ru> (Дата обращения: 20.05.2025).;
20. Подключение к схеме «Хранение + доставка от Мегамаркета (FBO)» [Электронный ресурс]. - <https://partner-wiki.megamarket.ru/podklyuchenie-k-sheme-hranenie-+-dostavka-ot-sbermegamarketa-fbo-393503.html> (Дата обращения: 26.05.2025).

## REFERENCES

1. Evgenieva A. P. Dictionary of the Russian language: In 4 volumes / RAS, Institute of Linguistics. research; Edited by A. P. Evgenieva. — 4th ed., ster. — M.: Rus. yaz.; Polygraph Resources, 1999;
2. Chudinov A. N. Dictionary of foreign words included in the Russian language. Chudinov A.N., 1910;
3. Graham Bets. Business. Explanatory dictionary. — M.: INFRA-M., Publishing House "The Whole World". Graham Betts, Barry Brindley, S. Williams, and others. General edition: Doctor of Economics Osadchaya I. M. 1998.;
4. Kurakov L. P. Economics and law: a dictionary. — M.: University and school. L. P. Kurakov, V. L. Kurakov, A. L. Kurakov. 2004.;
5. Ushakov. D. N. "Explanatory dictionary of the Russian language" edited by D. N. Ushakov (1935-1940);
6. Dictionary of financial terms. [electronic resource]. — <https://ru.investing.com/education/terms/3> (Date of request: 05/22/2025);
7. Ozhegov S. I. Explanatory dictionary of Ozhegov. S. I. Ozhegov, N.Yu. Shvedova. 1949-1992.;
8. Encyclopedia of Law. Trade: basic concepts and terms. 2015. [electronic resource]. — <https://www.finam.ru/publications/item/torgovlya-20230629-1100> / (Date of access: 05/22/2025).;
9. On the production and use of gross domestic product (GDP) in 20221) [Electronic resource]. - [http://ssl.rosstat.gov.ru/storage/mediabank/55\\_07-04-2023.html](http://ssl.rosstat.gov.ru/storage/mediabank/55_07-04-2023.html) (Accessed: 05/20/2025).;
10. On the production and use of gross domestic product (GDP) in 2022 [Electronic resource]. - [http://ssl.rosstat.gov.ru/storage/mediabank/22\\_20-02-2023.html](http://ssl.rosstat.gov.ru/storage/mediabank/22_20-02-2023.html) (Date of request: 05/19/2025).;
11. The structure of the e-commerce market [Electronic resource]. - <https://elcomrevue.ru/blog/business-elcom/struktura-ryinka-elektronnoy-kommerts> (Date of access: 05/21/2025).;
12. E-commerce [Electronic resource]. - <https://bigenc.ru/c/e-commerce-b3e51d> (Date of access: 05/19/2025).;
13. Marketplaces of Russia and the world [Electronic resource]. - <https://www.sravni.ru/biznes-marketplace/info/top-marketplejsov-rossii-i-mira> / (Date of access: 05/24/2025).;
14. Magnit Market is falling more and more. Is there any hope? [electronic resource]. - <https://oborot.ru/blogs/magnit-market-padaet-vsyo-silnee-est-li-nadezhda-i242542.html> (Date of access: 05/18/2025).;
15. INFOLine has released a rating of the largest online sellers in Russia [Electronic resource]. - <https://iz.ru/1829034/2025-03-10/infoline-vypustil-reiting-krupneishikh-onlain-prodavtcov-v-rossii> (Date of request: 05/18/2025).;
16. What is fulfillment, what is it for and how it works on marketplaces [Electronic resource]. - <https://skillbox.ru/media/marketing/chto-takoe-fulfilment-dlya-chego-on-nuzhen-i-kak-rabotaet-na-marketpleysah/> (Date of access: 05/20/2025).;

17. Wildberries in the second quarter increased its turnover almost twice, to 644.2 billion rubles [Electronic resource]. - <https://www.interfax.ru/business/921008> (Date of request: 05/19/2025).;
18. Profits soared 3.5 times: Wildberries reported financial results for 2024 [Electronic resource]. - <https://ixbt.pro/news/2025/03/30/pribyl-vzletela-v-35-raza-v-wildberries-otcitalis-o-finansovykh-itogax-2024-goda.html> (Date of access: 05/18/2025).;
19. Materials for investors Ozon [Electronic resource]. - <https://ir.ozon.com/ru> (Date of request: 05/20/2025).;
20. Connection to the "Storage + delivery from the Megamarket (FBO)" scheme [Electronic resource]. - <https://partner-wiki.megamarket.ru/podklyuchenie-k-scheme-hranenie-+-dostavka-ot-sbermegamarketa-fbo-393503.html> (Date of request: 05/26/2025).

### **Информация об авторах**

*Завьялов Артём Андреевич* - студент 3 курса факультета «Экономика и управление», направление подготовки «Логистика и управление цепями поставок», группа М.3–22–1, Иркутский государственный университет путей сообщения, г. Иркутск, e-mail: [artm.zavialov.22@bk.ru](mailto:artm.zavialov.22@bk.ru).

Кулеш Михаил Иванович - к. э. н., доцент кафедры «Финансовый и стратегический менеджмент», Иркутский государственный университет путей сообщения, г. Иркутск, e-mail: [kmiirk@yandex.ru](mailto:kmiirk@yandex.ru).

### **Information about the authors**

*Zavyalov Artyom Andreevich* - is a 3rd year student of the Faculty of Economics and Management, training in Logistics and Supply Chain Management, group M.3–22–1, Irkutsk State University of Railway Transport, Irkutsk, e-mail: [artm.zavialov.22@bk.ru](mailto:artm.zavialov.22@bk.ru).

Mikhail Ivanovich Kulesh - Ph. D. in Economics, assistant professor of the cathedra «Financial and strategic Management» in Irkutsk State Transport University, Irkutsk, e-mail: [kmiirk@yandex.ru](mailto:kmiirk@yandex.ru).