

*Копкин Владислав Александрович*

студент

*Долгинов Александр Дмитриевич*

студент

Московский областной филиал ФГБОУ ВО  
«Российская академия народного хозяйства  
и государственной службы при Президенте РФ»  
г. Красногорск, Московская область

## **АНАЛИЗ РЫНКА МАРКЕТПЛЕЙСОВ И ВЫБОР НАИБОЛЕЕ ПОДХОДЯЩЕГО СЕРВИСА ДЛЯ ПРОДАЖИ ТОВАРОВ**

*Аннотация:* в статье проводится анализ рынка маркетплейсов с целью выбора наиболее подходящей платформы для продажи товаров и услуг. Рассматриваются ключевые факторы, которые следует учесть при выборе маркетплейса, такие как количество и типы площадок, их популярность и доля рынка, тенденции роста и перспективы развития, рыночная аудитория, уровень конкуренции, комиссии и условия использования, а также типы маркетплейсов. Также обсуждаются важные факторы при выборе сервисов финансовой аналитики и парсинга данных с маркетплейсов. Читателю предлагается осуществить сравнительный анализ популярных сервисов и учесть критерии, такие как цена подписки, наличие тестового периода, внутренняя аналитика, поддерживаемые маркетплейсы, оперативность службы поддержки и возможность выгрузки данных. Эта информация поможет предпринимателям принять обоснованное решение и выбрать оптимальный маркетплейс и сервис для эффективных продаж на онлайн-площадках.

*Ключевые слова:* маркетплейсы, доля рынка, платформы продаж, выбор маркетплейса, анализ рынка, конкуренция, маркетинг, финансовая аналитика, сервисы аналитики, сравнительный анализ, внутренняя аналитика, управление продажами, сервисы финансовой аналитики, эффективные продажи.

Для проведения анализа рынка маркетплейсов и выбора, наиболее подходящего маркетплейса для продажи товаров и услуг, необходимо учесть следующие факторы.

1. Количество и типы маркетплейсов на рынке: Исследуйте различные маркетплейсы, их специализацию и категории товаров или услуг, которые они предлагают. Определите, какие маркетплейсы работают на целевом рынке вашего бизнеса.

2. Популярность и доля рынка: Изучите популярность и репутацию каждого маркетплейса, а также их долю рынка. Обратите внимание на количество пользователей, активность покупателей и продавцов на каждой площадке.

3. Тенденции роста и перспективы развития: Оцените динамику роста рынка маркетплейсов и прогнозы на будущее. Рассмотрите новые технологические разработки, планы расширения и стратегии развития маркетплейсов.

4. Рыночная аудитория: Определите, какая аудитория наиболее соответствует вашим потенциальным клиентам. Исследуйте демографические характеристики пользователей каждого маркетплейса, их предпочтения и интересы.

5. Конкуренция: Проанализируйте уровень конкуренции на каждом маркетплейсе, особенно в отношении вашей конкретной ниши товаров или услуг. Изучите количество и качество конкурирующих продавцов, а также способы выделиться на фоне конкуренции.

6. Комиссии и условия использования: Ознакомьтесь с комиссионными ставками и другими финансовыми условиями каждого маркетплейса. Учтите свои возможности и бюджет, чтобы выбрать платформу, на которой вы сможете максимизировать прибыль.

7. Тип маркетплейса: Рассмотрите различные типы маркетплейсов, такие как горизонтальные, вертикальные и гибридные. Определите, какой тип наиболее соответствует вашему бизнесу и специализации товаров или услуг.

Важно провести исследование, сравнить различные маркетплейсы, изучить отзывы пользователей и получить представление о рыночных условиях. Также полезно обратиться к статистическим данным, отчетам и исследованиям о рынке

маркетплейсов, которые могут предоставить более объективную информацию о текущем состоянии и перспективах данного сегмента предпринимательской деятельности.

Wildberries является одним из наиболее популярных маркетплейсов среди продавцов в России, особенно для категорий товаров, таких как товары для дома и дачи, одежда, обувь и аксессуары, а также товары для спорта. AliExpress также имеет значительную долю продавцов и пользуется популярностью для различных категорий товаров.

Яндекс.Маркет и СберМегаМаркет выделяются в категории электроники и техники, а Яндекс Маркет также является популярным маркетплейсом для авто-товаров. Ozon также присутствует в этой категории.

По-видимому, выбор наиболее подходящего маркетплейса будет зависеть от конкретной ниши и типа товаров или услуг, которые вы планируете продавать. Wildberries и AliExpress предлагают широкий ассортимент товаров и являются популярными среди покупателей, но конкуренция на этих платформах может быть высокой.

Яндекс.Маркет и СберМегаМаркет могут быть предпочтительными в категории электроники и техники, а Яндекс Маркет также имеет преимущества для автотоваров.

Рекомендуется также просмотреть дополнительные факторы, такие как комиссии, условия использования, уровень сервиса и поддержки для продавцов, а также оценить дополнительные возможности продвижения и маркетинга, предоставляемые каждым маркетплейсом.

При проведении сравнительного анализа сервисов финансовой аналитики и парсинга данных с маркетплейсов, важно учитывать следующие критерии:

1. Цена подписки: стоимость подписки на сервис является важным фактором при выборе. Необходимо учесть, какую сумму предприниматели готовы выделить на аналитику продаж и выбрать сервис, соответствующий бюджету бизнеса.

2. Наличие бесплатного полноценного тестового периода: предоставление бесплатного тестового периода позволяет ознакомиться с функционалом сервиса

перед покупкой подписки. Это полезно для оценки соответствия сервиса потребностям и ожиданиям.

3. Внутренняя аналитика: проверьте, предоставляет ли сервис дополнительные данные о продажах, клиентах и конкурентах. Это может быть полезной информацией для принятия обоснованных решений и улучшения эффективности продаж.

4. Поддерживаемые маркетплейсы: убедитесь, что сервис поддерживает анализ данных с необходимых вам маркетплейсов. Разные сервисы могут иметь разные списки поддерживаемых платформ.

5. Оперативность службы поддержки: важно, чтобы сервис предоставлял оперативную поддержку в случае возникновения технических проблем или вопросов пользователей. Проверьте отзывы и рейтинги сервиса по этому параметру.

6. Возможность выгрузки данных: удостоверьтесь, что сервис позволяет выгружать данные для дальнейшего использования в других системах или программных продуктах, если это необходимо для вашего бизнеса.

При сравнении конкретных сервисов обратите внимание на их функционал, соответствие критериям, а также наличие отзывов и рейтингов от пользователей. Это поможет выбрать сервис, который лучше всего подходит для ваших потребностей и поможет повысить эффективность продаж на маркетплейсах.

Наличие бесплатного полноценного тестового периода, это важное преимущество для пользователей, так как они могут оценить функционал сервиса и удостовериться, что он соответствует их ожиданиям и потребностям. Такой тестовый период позволяет пользователям более осознанно принять решение о покупке подписки.

Однако, информации о наличии или отсутствии бесплатного полноценного тестового периода у конкретных сервисов не предоставлена в данном тексте. Для получения такой информации следует обратиться к каждому из представленных на рынке сервисов и изучить их предлагаемые условия использования и тарифные планы.

Помимо стоимости и наличия бесплатного тестового периода, также важно учесть другие критерии, такие как внутренняя аналитика, поддерживаемые маркетплейсы, оперативность службы поддержки и возможность выгрузки данных. Все эти факторы помогут сделать более обоснованный выбор сервиса, соответствующего потребностям и целям вашего бизнеса.

Анализ данных маркетплейса, внутренняя аналитика, доступ к нескольким маркетплейсам, служба поддержки и возможность интеграции с Excel или 1С являются важными факторами при выборе подходящего сервиса для аналитики маркетплейсов.

При разработке проекта программного обеспечения по формированию системы финансовой аналитики и управлению стартом продаж на маркетплейсе, вам следует учесть все эти факторы и выбрать сервис, который наилучшим образом соответствует вашим требованиям и бизнес-потребностям. Обратите внимание на функционал, стоимость, доступность тестового периода, службу поддержки и интеграцию с необходимыми вам инструментами.

### ***Список литературы***

1. Исследование от Data Insight «Селлеры на российских маркетплейсах 2022» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://datainsight.ru/SellersOnMarketplaces\\_2022](https://datainsight.ru/SellersOnMarketplaces_2022) (дата обращения: 18.05.2023)
2. Сравнение маркетплейсов в цифрах [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://partnerkin.com/tribuna/blog\\_yansoronov/sravneniya\\_marketplejsov\\_v\\_cif](https://partnerkin.com/tribuna/blog_yansoronov/sravneniya_marketplejsov_v_cif) (дата обращения: 15.05.2023)