

Влияние развития маркетплейсов на сферу ЛОГИСТИКИ

Вакулич Н.А.¹, Бриль Х.Л.¹

¹УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ БРЕСТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ, 224017, БЕЛАРУСЬ, Г. БРЕСТ, УЛ. МОСКОВСКАЯ, ДОМ 267, 375162321732

Развитие маркетплейсов оказывает значительное влияние на сферу логистики, трансформируя складские процессы, управление запасами и доставку товаров. В статье рассматриваются ключевые изменения, происходящие в логистической отрасли под воздействием цифровых торговых платформ, таких как Wildberries, Ozon и Amazon. Особое внимание уделено автоматизации складских операций, внедрению роботизированных систем, цифровизации логистических процессов и интеграции современных IT-решений. Представлены актуальные статистические данные о росте онлайн-торговли и изменениях в логистической инфраструктуре. Рассматриваются перспективы развития логистики маркетплейсов в Беларуси, включая расширение сети логистических хабов, внедрение инновационных технологий и усиление трансграничных поставок.

Развитие и распространение маркетплейсов, таких, как Amazon, Ozon, Wildberries и других, произошло в качестве реакции на проблемы, созданные пандемией, благодаря развитию маркетплейсов можно решить многие проблемы, связанные с онлайн-покупками. Это не просто удобный способ сопоставления спроса и предложения, они имеют множество ценных функций, которые из-за развития цифровых рыночных площадок могут дать вам так много с точки зрения точности и удобства использования, вы также можете значительно повысить эффективность вашей компании таким образом, они кардинально изменили подходы к логистике и управлению складскими процессами. Увеличение потребностей клиентов в быстрой и удобной доставке товаров требует от маркетплейсов создания комплексной и эффективной логистической системы. Эти изменения оказывают значительное влияние на работу складов, которые играют ключевую роль в цепочке поставок. Рассматривая как развитие маркетплейсов влияет на развитие логистики и складских процессов можно сказать, что она как облегчает, так и в некоторых моментах усложняет работу.

Если начать рассматривать интеграцию логистики и складских процессов можно сказать, что крупные маркетплейсы формируют обширные сети складов и пунктов хранения по всему миру, что позволяет им эффективно управлять запасами и обеспечивать быструю доставку товаров клиентам. Эти системы интегрируются с платформами маркетплейсов, что способствует снижению количества ошибок, ускорению обработки заказов и обеспечению прозрачности на всех этапах логистической цепочки.

При интегрировании новых технологий в складские процессы и логистику мы оптимизируем работу, что позволяет маркетплейсам оптимизировать складские площади и внедрить современные технологи

Современные маркетплейсы активно применяют передовые технологии автоматизации складских процессов, такие как роботизация и искусственный интеллект. Эти инновации способствуют ускорению обработки и отгрузки товаров, повышению точности инвентаризации и более эффективному использованию складских площадей.

К примеру, роботы могут перемещать товары внутри

склада, освобождая сотрудников для выполнения более сложных задач. Технологии искусственного интеллекта помогают прогнозировать спрос и определять оптимальное размещение товаров на складе для их быстрой отгрузки.

В результате таких изменений увеличивается производительность складов, а также снижаются затраты на хранение и перемещение товаров.

Одним из основных факторов, определяющих успех маркетплейсов, является скорость доставки товаров. Для того чтобы удовлетворить ожидания покупателей, склады должны функционировать максимально быстро и эффективно.

Логистика маркетплейсов часто основывается на принципах быстрой доставки и минимизации сроков выполнения заказов в связи с этим склады маркетплейсов обычно расположены вблизи крупных городов и транспортных узлов, что позволяет оперативно обрабатывать заказы.

В условиях растущей конкуренции сокращение времени на обработку и доставку товаров становится стратегически важным аспектом. Склады должны быть готовы к быстрой приемке, сортировке и отправке товаров, чтобы минимизировать время от поставщика до клиента.

Логистика маркетплейсов способствовала внедрению современных технологий в складские операции, включая системы мониторинга в реальном времени.

Современные склады активно применяют технологии для отслеживания товаров и управления запасами в режиме реального времени, что позволяет оперативно реагировать на изменения в спросе. Например, использование RFID-технологий и сенсоров дает возможность отслеживать каждую единицу товара, контролируя ее перемещение и состояние. Это снижает риск потерь и повышает точность выполнения заказов. С увеличением объемов продаж на маркетплейсах растут и затраты на обслуживание складов. Обычно маркетплейсы устанавливают строгие стандарты качества хранения и обслуживания товаров, что требует значительных инвестиций в оборудование и технологии.

Для поддержания этих высоких стандартов необходимо либо увеличить численность персонала, либо внедрить автоматизацию, что также

приводит к увеличению расходов. Компании вынуждены инвестировать в улучшение условий хранения, системы климат-контроля, усиление мер безопасности и организацию дополнительных зон для обработки различных категорий товаров, таких как товары с ограниченным сроком хранения или крупногабаритные изделия.

Увеличение сервисов и ускорение доставки будут способствовать переходу целевого шопинга в цифровую среду, что откроет возможности для расширения практики омниканальных экспериментов. По данным за 2024 год Самый популярный маркетплейс в России — 2024 — Ozon: он получает 34,8% всего интернет-трафика пятёрки крупнейших российских маркетплейсов. Wildberries отстаёт от него совсем ненамного — 34,4% трафика. Третье место занимает «Яндекс Маркет» с долей 16,2%. На четвёртом — «Мегамаркет» (8%), на пятом — AliExpress (6,6%).

Суммарная посещаемость веб-сайтов пяти крупнейших маркетплейсов России составляет более 1,26 млрд визитов в месяц. Чаще всего в Рунете ссылаются на Ozon.

В 2024 году объем продаж на рынке электронной коммерции увеличился на 41%, достигнув 8,2 трлн рублей. За год было оформлено 5 миллиардов заказов, что на 81% больше по сравнению с 2023 годом. Основными факторами роста стали маркетплейсы, на которых количество заказов возросло на 106%, с 1 976 до 4 076 миллионов единиц.

Это очень важный фактор в электронной коммерции и ее логистике. Когда вы управляете несколькими складами в разных регионах, синхронизация очень важна. Чтобы соответствовать ожиданиям клиента, каждый элемент цепочки поставок должен общаться друг с другом.

Например, механика отслеживания инвентаря на складе должна координироваться с интернет-магазином. Так что, если клиенты хотят узнать местонахождение своего пакета, они могут просто войти в свою учетную запись и отслеживать свою посылку. Более того, они могут знать, находится ли продукт в наличии перед завершением процесса оформления заказа.

Следует отметить, что современное сочетание стационарных и онлайн-каналов сбыта представляет собой сложный организационный симбиоз. Его рыночная эволюция сегодня имеет обратный вектор развития, который в будущем может привести к более устойчивым рыночным результатам за счет внедрения более прогрессивных итераций в активно развивающейся омниканальной системе продаж.

Несмотря на рост онлайн-торговли, значение традиционного ритейла остается высоким. Более того, в России и США наблюдаются две противоположные тенденции: в России рост ритейла создает угрозу для офлайн-торговли, тогда как в США, где онлайн-ритейл имеет более длительную историю, расширение омниканальных экспериментов направлено на удержание трафика в офлайн.

Преимущества цифровых платформ на сегодняшнем рынке очевидны. Теперь в транспортной отрасли, на которую повлияла пандемия коронавируса, автоматизация процессов играет ключевую роль.

Предприятия могут значительно помочь себе, используя цифровой рынок, поскольку он делает работу гораздо более удобной, что позволяет осредоточиться на производительности.

Цифровые рыночные площадки для логистики делают все быстрее, проще и эффективнее. Эта технологическая инновация в настоящее время является частью новой бизнес реальности, поэтому можно повысить производительность своей работы и одновременно не отставать от обновлений технологий. Вместо долгого и утомительного поиска, необходимо выбрать автоматическую платформу с хорошей видимостью во всех необходимых аспектах. Цифровые рыночные площадки являются частью будущего логистической промышленности, поэтому необходимо пользоваться этой возможностью для увеличения потенциала компании.

Отметим, что Беларусь активно интегрируется в мировые тренды электронной коммерции, и маркетплейсы играют ключевую роль в изменении логистической структуры страны. По данным Национального статистического комитета Республики Беларусь, объем онлайн-торговли в стране в 2023 году увеличился на 37% по сравнению с предыдущим годом, достигнув 5,4 млрд белорусских рублей. Причем более 65% интернет-заказов было доставлено через логистические хабы маркетплейсов, таких как Wildberries, Ozon и Lamoda.

Согласно данным Евразийской экономической комиссии, в 2024 году рост маркетплейсов в странах ЕАЭС, включая Беларусь, приведет к увеличению объема грузоперевозок более чем на 22%. В связи с этим прогнозируется активное развитие складской инфраструктуры, внедрение автоматизированных решений и расширение сети логистических центров в крупных городах страны — Минске, Бресте, Гомеле, Гродно и Витебске.

В последние годы белорусские логистические операторы, такие как Белтаможсервис, Брестский логистический центр, Минский логистический парк, начали активно инвестировать в автоматизированные складские комплексы, RFID-технологии и цифровизацию логистических процессов. Ожидается, что в 2025 году автоматизация складской логистики позволит сократить сроки обработки заказов в Беларуси на 30-40%, что приведет к значительному снижению издержек.

Подводя итоги отметим ключевые выводы:

1. Рост объемов электронной коммерции в Беларуси стимулирует развитие логистической инфраструктуры и автоматизацию складов;
2. Маркетплейсы выступают основным драйвером изменений в логистике, увеличивая спрос на быструю доставку и эффективное управление запасами;
3. Инвестиции в логистические технологии (роботизированные склады, RFID-системы, цифровые платформы) позволят белорусским компаниям повысить конкурентоспособность;
4. Логистическая отрасль Беларуси становится частью глобальной сети, интегрируясь с международными маркетплейсами и увеличивая объем трансграничных поставок;
5. Дальнейшие перспективы связаны с расширением сети логистических центров, внедрением новых

IT-решений и развитием устойчивой логистики, логистическую отрасль, а дальнейшая цифровизация ориентированной на снижение углеродного следа. и интеграция с мировыми рынками откроет новые возможности для бизнеса и экономики страны. Таким образом, развитие маркетплейсов в Беларуси уже оказывает значительное влияние на

Список литературы:

1. Медведева Г. Б., Захарченко Л. А. Государственно-частное партнёрство как инструмент развития транспортных инфраструктурных объектов в странах ЕАЭС. — 2022.
2. Библиотека маркетолога — URL : <https://www.marketing.spb.ru> (дата обращения: 15.02.2025). — Режим доступа: свободный.
3. Верченкова А. М. Цифровые платформы и модели бизнеса, их роль и преимущества Брест: БрГТУ, 2023.
4. Вакулич Н. А. Управление взаимоотношениями в логистике // Инновации: от теории к практике. Брест: БрГТУ, 2019. С. 203-208.
5. Домино А. С., Гривенев С. Е., Вакулич Н. А. Современные информационные технологии в экономической деятельности. — 2022.