



Факультет
креативных
индустрий



ШКОЛА
КОММУНИКАЦИЙ



Russian
Field
research company

Исследование о восприятии предпринимателями роли маркетплейсов в развитии и масштабировании их бизнеса

Комбинированное исследование:

- Комбинированный опрос предпринимателей
- Глубинные интервью с продавцами на маркетплейсах

17 мая – 22 июня 2024

1002 респондента (количественный блок)

20 информантов (качественный блок)

Описание исследования

Методология

Исследование проводили в июне 2024 года при помощи **онлайн-анкетирования** и **телефонного опроса** (1002 респондента) с представителями МСП с действующим бизнесом, который они ведут через маркетплейсы (продавцы, владельцы или арендаторы ПВЗ и др.), а также с использованием 20 **глубинных интервью** с продавцами, ведущими бизнес через маркетплейсы.

Основа выборки

Женщины-предпринимательницы (69% респондентов) в возрасте **30-44 лет** (58%), ведущие бизнес в качестве **самозанятых** (62%) и **ИП** (30%) в **Москве** (59%), **ЦФО** (23%) и **ЮФО** (5%). Примерно 80% опрошенных – продавцы, 20% - арендаторы или владельцы ПВЗ, имеющие от 1 до 5 лет опыта (свыше 90%) в бизнесе на маркетплейсах. Чуть менее половины опрошенных (41%) не имеют опыта бизнеса офлайн/без маркетплейсов.

Примерно по 60-70% опрошенных имеют опыт взаимодействия с Ozon и Wildberries, примерно треть – с Яндекс Маркетом и 14% - с МегаМаркетом (СберМаркетом, СберМегаМаркетом).

Описание исследования

ВШЭ и социологическая компания Russian Field провели исследование на тему предпринимательства на маркетплейсах. Опросили как продавцов, так и арендаторов/владельцев пунктов выдачи заказов (ПВЗ).

Далее на слайдах – ряд интересных **выводов**, которые до этого не звучали.

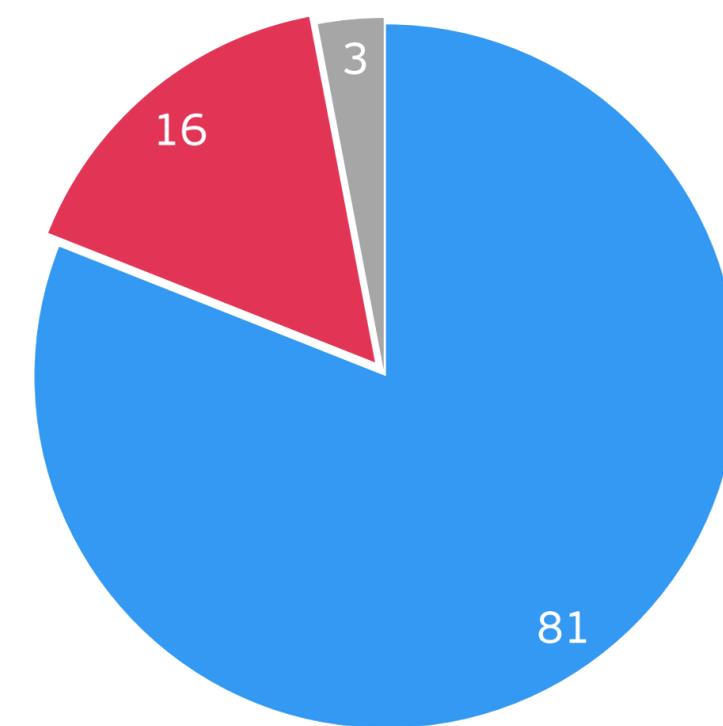
Выводы исследования (опрос)

- 80% предпринимателей собираются расширять бизнес именно через маркетплейсы. 94% считают маркетплейсы наиболее удобным способом начала бизнеса.**
- Значительная часть продавцов не желает выходить на оффлайн-рынки (лишь 2-5% считают их более удобными). Это связано с тем, что онлайн и оффлайн – разные виды бизнеса, а продавцы уже не готовы заниматься бизнесом без онлайн-инструментов.**

«На Ваш взгляд, если сравнивать маркетплейсы и оффлайн-площадки (торговые сети, торговые центры, павильоны), где предпринимателям удобнее...» (в процентах %):



«Планируете ли Вы расширять свой бизнес в рамках маркетплейсов?» (в процентах %):



Выводы исследования (опрос)

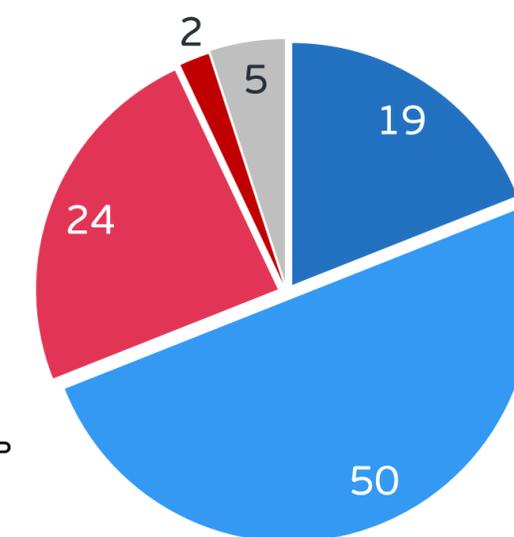
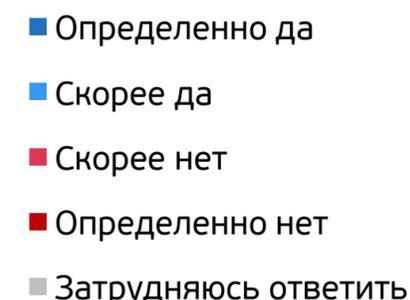
3. Более половины продавцов (54%) и владельцев ПВЗ (56%) не допускают уход с МП ни при каких обстоятельствах. При этом 70% предпринимателей говорят, что продолжат вести бизнес в случае закрытия маркетплейсов.

4. Примерно треть продавцов и владельцев ПВЗ готовы уйти с маркетплейсов из-за изменений в работе площадки, изменений в законодательстве или снижения уровня продаж.

«При каких обстоятельствах Вы допускаете уход своего бизнеса с маркетплейсов?» (в процентах %, открытый вопрос)
(ВОПРОС ДЛЯ ПРОДАВЦОВ, n = 798):

При каких обстоятельствах Вы допускаете уход из бизнеса, связанного с ПВЗ? (в процентах %, открытый вопрос)
(ВОПРОС ДЛЯ ВЛАДЕЛЬЦЕВ ПВЗ, n = 232):

«Представим себе ситуацию, при которой маркетплейсы перестали существовать. Как Вы считаете, Вы смогли бы продолжать вести бизнес в такой ситуации?» (в процентах %)
(ВОПРОС ДЛЯ ПРОДАВЦОВ, n = 798):



Выводы исследования (опрос)

5. Почти половина респондентов считают, что в случае работы без маркетплейса главные трудности могут возникнуть с расширением клиентской базы и поиском клиентов.

«На Ваш взгляд, какие трудности могли бы возникнуть у Вашего бизнеса, если бы Вам пришлось работать без маркетплейсов?»
(в процентах %, допускалось несколько ответов) (ВОПРОС ДЛЯ ПРОДАВЦОВ, СКАЗАВШИХ, ЧТО МОГЛИ БЫ ПРОДОЛЖИТЬ БИЗНЕС БЕЗ МП, n = 552):



Выводы исследования (интервью)

6. 100-150 тыс. руб. – минимальный порог выхода на маркетплейсы по мнению продавцов.

Цитата из интервью:

«Невозможно сейчас сделать в Москве оффлайн-бизнес, если у тебя 100 тысяч в кармане. На маркетплейсе можно, и это реально бизнес-модель, которая поможет тебе твои 100 тысяч превратить в 500 не за месяц, не за два, не за три, но за полгода».

7. Наиболее привлекательные факторы для старта бизнеса через маркетплейсы, по мнению респондентов: низкий порог входа, быстрый рост, отсутствие аренды, безопасность, устойчивость продаж.

Цитаты из интервью:

«(На МП): простота входа, возможность начать с небольшой партии, посмотреть, как что работает, стали решающими факторами».

«Маркетплейс – довольно емкий канал, там очень много клиентов, поэтому пространство для роста большое».

«(На МП): География продаж. То есть ты можешь продавать не только на Россию. Международный уровень».

«Оффлайн-точка – огромное вложение на аренду, на ремонт, на стенды, оформление, кассу. Нужно будет все это регистрировать, всякие пожарные инспекции, команда, охрана, юридические сложности».

«(На МП): простота логистики, надежность — я могу быть уверен в том, что мой товар никуда не пропадет; простота реализации, работа внутренних алгоритмов — реклама и вообще все продвижение».

«У Озона есть функционал, который показывает товары, которые сейчас пользуются спросом. В том числе, что есть много товаров, на которых очень много запросов, но предложения пока не особо много».

«На МП ты можешь во все ниши продавать. Я там палатки продаю, потом спиннинги, потом лодки, кроссовки для походов. Все что угодно можно начать продавать».