

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
**«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ  
Н.Г.ЧЕРНЫШЕВСКОГО»**

Кафедра экономической теории  
и национальной экономики

**Развитие рынков С2С**

**АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ**

Студентки 4 курса 412 группы

направления 38.01.01 Экономика предпринимательства

Экономического факультета

Михеевой Елизаветы Андреевны

Научный руководитель

к.э.н., доцент

должность, уч. степень, уч. звание

подпись, дата

А.Р. Трубицын

инициалы, фамилия

Зав. кафедрой

к.э.н., доцент

должность, уч. степень, уч. звание

подпись, дата

Е.В. Огурцова

инициалы, фамилия

Саратов 2024 год

**Введение.** Модель онлайн-продаж C2C как одно из направлений активно развивающейся в 2010х-2020х годах электронной коммерции занимает устойчивую нишу на развивающемся рынке, хотя и не выделяется в отдельную отрасль многими экономистами, статистиками и исследователями. По разным данным, на капиталоборот от C2C продаж приходится около четверти общего объема денежных средств в сфере электронной коммерции. Несмотря на сложившийся в эпоху раннего развития классифайдов и иных C2C сервисов стереотип о низкой надежности и безопасности торговли «из рук в руки», к настоящему времени проекты в данной сфере являются коммерчески успешными, показывают устойчивую прибыль и впечатляющие темпы роста и расширения деятельности. Развитие данной отрасли и повсеместное ее проникновение в повседневную жизнь людей изменило потребительские привычки населения, а также упростило создание малого и микробизнеса для множества начинающих предпринимателей и самозанятых мастеров и специалистов в разных сферах.

Проблема развития рынков C2C актуальна, так как она совмещает в себе проблему развития и распространения инновационных технологий, факторов и тенденций их популяризации, а также влияния цифровизации на отрасль электронной коммерции и иные рыночные отрасли. Помимо этого, развитие рынков C2C наглядно иллюстрирует изменения потребительского спроса в связи с экономическими кризисами и социальными явлениями, а также формирование нового класса предпринимательства.

Целями выпускной квалификационной работы бакалавра являются

- Исследование истории становления C2C e-commerce и факторов, способствующих ее появлению и распространению
- Описание рыночных характеристик рынка C2C коммерции
- Анализ использования C2C агрегаторов субъектами МСП и роли данных сервисов в развитии малого бизнеса
- Анализ влияния деятельности C2C компаний на смежные рыночные отрасли

- Сравнительная характеристика хозяйственной деятельности и финансовых показателей крупнейших мировых и российских классифайдов

Реализации поставленной цели обусловила необходимость решения следующих основных задач исследования:

- Изучение рыночных показателей и характеристик национального и мирового рынка С2С
- Аналитический обзор бизнес-модели крупнейших С2С площадок и их развития
- Сбор статистических данных по емкости рынка С2С и его целевой аудитории
- Сравнительный обзор деятельности некоторых рыночных отраслей до и после распространения инструментов цифровой коммерции
- Изучение методов развития малого бизнеса с использованием инструментов цифровой коммерции, а также законодательного закрепления новых субъектов предпринимательской деятельности
- Анализ финансовых показателей крупнейших С2С классифайдов в разных странах

Информационной базой выпускной квалификационной работы бакалавра послужили статистические и исследовательские сборники маркетинговых и аналитических компаний, публикации в научных специализированных изданиях и средствах массовой информации, отчеты о деятельности и финансовых результатах С2С проектов, информация из государственных статистических служб.

Структура выпускной квалификационной работы включает в себя введение, основную часть, состоящую из 3 глав, заключение, список литературы и приложение.

**Основное содержание.** С2С торговля означает заключение сделки о купле-продаже товара или услуги между сторонами, ни одна из которых не

является зарегистрированным субъектом предпринимательства. Обычно такие сделки происходят с помощью посредника – С2С агрегатора, который облегчает непрофессиональным участникам сделки поиск возможного контрагента и сокращает информационные и транзакционные издержки. С2С рынки относятся к отрасли информационных услуг, и электронной коммерции, затрагивая смежные отрасли финансовых услуг, ретейла и доставки. Основными представителями модели С2С являются классифайды, онлайн-аукционы, сервисами-посредниками при заказе услуг, а также райдшеринговыми компаниями. Согласно исследованию Polaris Market Research, капиталоборот глобального рынка С2С электронной коммерции оценивается в 1670.9 млрд\$ в 2023. Значительный рост объемов рынка позволяет отнести С2С коммерцию к активно развивающимся, а самыми перспективными рынками аналитики называют Китай и Европу.

Исследование российского рынка в 2021 году, показало объем С2С продаж равным 1,32 трлн рублей и среднегодовой прирост 25% за 2020-2021. В пандемийном 2020 году прирост капитализации российского сегмента С2С онлайн-торговли составил рекордные 86,62%. В 2022 году С2С-торговля показывала обороты 2 323 млрд рублей и прирост, равный 55%.

Потенциальная емкость рынка С2С напрямую связана с популярностью, а целевая аудитория практически неограниченна. Единственным серьезным барьером для распространения С2С коммерции может стать отсутствие доступа к интернету. Доступная емкость ограничена территориальными и языковыми барьерами или спросом на предлагаемый товар в случае узкоспециализированных сайтов. Фактическая емкость измеряется активными пользователями конкретного сервиса. В 2023 году у онлайн-аукциона Ebay было 132 миллиона активных покупателей, месячная аудитория российского классифайда Avito составляет 60,96 миллионов пользователей, китайской же площадкой Taobao пользовалось 895 млн в 2023 и 612 млн в 2024. Впрочем, не всегда компания, оперирующая в сфере С2С коммерции, привязана к региональному или национальному рынку.

Некоторые представители данного сегмента устойчиво расширяются до масштабов глобальной ТНК, к примеру, приложение заказа такси и доставки еды Uber.

По своей структуре конкуренции рынок С2С коммерции похож на олигопольный. Число субъектов отраслевого рынка на определенной территории ограничено, барьеры входа на рынок С2С агрегаторов значительные, сервисы активно применяют принципы неценовой конкуренции, игроки активно используют стратегию подражания. Кроме того, для рынка С2С торговли характерно многообразие гибридных форм, включающих в себя С2С элементы, В2С+С2С площадки, группы в социальных сетях для размещения объявлений.

Рынок динамично развивается и растет по объему, охвату новой целевой аудитории и географически – аналитики предсказывают годовой прирост в районе от 8 до 23%. Данная отрасль является высокотехнологичной, зачастую ноу-хау становится конкурентным преимуществом. При этом из-за относительной новизны рынка и обилия смежных субъектов В2С и С2С торговли объем всей отрасли затруднительно анализировать. Данные по рыночному анализу зачастую неточны и противоречат друг другу

Предками современных С2С классифайдов можно назвать блошинные рынки и колонки объявлений в газетах. Зарождение С2С агрегаторов в современном значении произошло в 1995-1996г, вместе с созданием интернет-аукциона AuctionWeb и доски электронных объявлений Craigslist. Первой попыткой создания смешанной модели В2С и С2С торговли станет соглашение между AuctionWeb и авиакомпаниями по продаже авиабилетов онлайн. В 2000-е годы возникло и обрело популярность множество стартапов в сфере С2С коммерции, чье развитие заканчивалось слиянием или поглощением Ebay или Naspers Group. В России же развитие онлайн-торговли происходило медленнее из-за более позднего проникновения интернета в быт домохозяйств. В 2006 году появился первый горизонтальный

классифайд Slando, а в 2007 – Avito. Исключением стал автомобильный классифайд auto.ru, получивший популярность и первый доход уже в 2001-2002г.

Успешность работы С2С торговли зависит от охватов аудитории – то есть, количества пользователей интернета, подбора целевой аудитории и рекламы для нее. Важны также общественные настроения и отношение людей к шеринговой экономике. В случае узкоспециализированного С2С проекта коммерческий успех зависит еще и от спроса на предмет торговли. Для С2С сервиса – по факту, торгового посредника, изменение основного ассортимента связано не с полной переориентацией производства, а с корректировкой функционала сайта и содержания рекламы. Критическим аспектом развития классифайда является наличие удобной безналичной платежной системы. Еще один важный фактор коммерческого успеха - разработка и использование ноу-хау и интеллектуальной собственности. Для компании Uber 10 лет назад алгоритмы стали ключом к успеху и конкурентным преимуществом, а сейчас ни один С2С сервис не обходится без рекомендательных технологий и программ автоматической модерации.

При этом кризисные события не оказывают однозначного эффекта на всю отрасль С2С-коммерции. Пандемия коронавируса и мировой финансовый кризис 2008, например, увеличили выручку и рентабельность одних предприятий, и нарушили бизнес-планы других.

Между классифайдами и субъектами малого предпринимательства сложилась взаимовыгодная система коммерческих отношений: для малых предпринимателей размещение на интернет-площадке несет меньшие транзакционные и информационные издержки, а для площадки клиенты-предприниматели обеспечивают большую часть прибыли. Фактически, речь идет о зарождении нового класса малого предпринимательства, чья деятельность направлена на продажу услуг и товаров, в основном ручного или мелкомануфактурного производства, через интернет-маркетплейсы и

классифайды. Для множества предпринимателей данное сотрудничество стало единственным способом безубыточного ведения бизнеса.

Детальную статистику ведет американский классифайд предметов искусства и ручной работы Etsy. В среднем темпы прироста товарооборота составили 45% в 2013-2014г, и около 20% в 2015-2019, прирост выручки же в 2012-2015 составлял около 60%, а далее в 2015-2019 – в районе 35%. При этом количество продавцов увеличилось с 830 тыс в 2012 до 7470 тыс в 2022, а наибольший приток новых предпринимателей произошел в коронавирусные 2020-21 годы (+4823 тыс чел).

Зачастую статус самозанятого используется С2С сервисами для снижения налоговой нагрузки и сокращения издержек содержания работников, например, как это делает Uber с оформлением «самозанятых» водителей. Однако такая практика иногда приводит к судебным искам и искажает государственную статистику по реальным самозанятым и их деятельности. На данный момент не существует понятного определения самозанятости в сфере интернет-торговли. В России динамика развития платформенной занятости и самозанятости практически не отличается от зарубежного опыта, за исключением того, что понятие самозанятости возникло только в 2017 году, а распространение получило уже после 2021 года. К маю 2024 года количество самозанятых составило 10260288 человек, однако эта статистика неприменима для анализа деятельности бизнеса в партнерстве с С2С проектами.

Развитие С2С рынков оказалось выгодным для риелторов, автодилеров и застройщиков, для которых классифайды стали основным каналом продаж и местом, где присутствуют все игроки интересующего их рынка. Также их деятельность тесно связана с рекламой и продвижением товара, в том числе и на агрегаторах бесплатных объявлений. Помимо этого, развитие С2С сервисов дало возможность зарождения шеринговой экономики - модели совместного потребления, основанной на обмене временно не используемыми экономическими активами, например, временное

пользование товаром; купля-продажа подержанной продукции; совместное пользование услугами. Классифайды нормализовали и популяризовали покупку подержанных вещей среди потребителей с любым уровнем дохода, интересующихся экологией. Другими успешными примерами шеринговой экономики стали C2C проект Blablacar, специализирующийся на поиске попутчиков, чья выручка в 2023 году составила порядка 250 млн. евро, и сервис краткосрочной аренды Airbnb.

Расширение сервиса краткосрочной аренды Airbnb вызвало снижение выручки у их прямых конкурентов – отельной индустрии. Согласно расчетам, 10% прирост доли рынка Airbnb снижает выручку отелей на 2-3%, а начало деятельности компании в городе снижает количество забронированных ночей на 1.3% и выручку на 1.5%. Из-за лоббирования отельной индустрией Airbnb был ограничен муниципалитетами некоторых городов, однако это не повлияло на общую прибыль компании. Более поздние исследования доказывают пользу наличия сервиса краткосрочной аренды для города, ресторанного и туристического бизнеса. Из-за меньших вложений в недвижимые активы и большей гибкости Airbnb способен вести коммерчески успешную деятельность там, где содержание отеля нерентабельно.

Самые серьезные изменения, связанные с деятельностью C2C проектов, произошли в сфере пассажирских перевозок. Стратегия Uber по вытеснению с рынка классических агрегаторов такси отличалась ценовой политикой – годами компания искусственно занижала цену поездки ради привлечения клиентов и компенсировала водителям недополученный заработок из собственного капитала. Таксопарки и городские сервисы такси не имеют конкурентного преимущества перед высокотехнологичным и известным брендом, предлагающим перевозки по низкой цене с минимальным временем ожидания машины. Бизнес-модель Uber стала новой нормой в сфере такси.

Объектом сравнительного исследования являются два лидирующих игрока отрасли - российский Avito и американский Ebay, а группа



европейских классифайдов Adevinta. Ebay – американская компания, ведущая деятельность в сфере B2C и C2C торговли. Согласно отчету за 1 квартал 2024 года, выручка Ebay составила \$2.6B, Ebay входит в рейтинг S&P 500, за 2023 год его оборот составил 10112M\$, операционная прибыль – 1941M\$, чистая прибыль – 2767M\$, а стоимость активов – 21620M\$. Авито — российский классифайд и доска объявлений. На 2024 год ООО "КЕХ ЕКОММЕРЦ" принадлежит инвестфонду KCG, его оборот за 2023 составил 100 млрд руб, прибыль от продаж - 36 млрд руб, чистая прибыль - 39 млрд руб, а стоимость активов - 84 млрд руб. Adevinta – дочерняя компания норвежского медиахолдинга Schibsted, в 2021 перепрофилированная под покупку группы западноевропейских классифайдов у Ebay Inc. Несмотря на большое количество разнообразных активов, на данный момент компания убыточна. Ее выручка за 2023 год составила 1826 млн евро, валовая операционная прибыль - 651 млн евро, чистый убыток – 142 млн евро, а стоимость активов - 11 598 млн евро. Согласно статистике Adevinta, всего на принадлежащие ей активы приходится 91 млн уникальных посещений в месяц.

Ebay присутствует на рынках более чем 190 стран и насчитывает около 132 миллионов активных пользователей, на Ebay приходится около 3% американского рынка онлайн-коммерции. Его основными конкурентами являются Etsy, Amazon и OLX Group. Сервис Avito занимает доминирующее положение на рынке российских C2C-классифайдов. Его основным конкурентом является Юла, принадлежащая корпорации VK Group. Переход на смешанную модель C2C и B2C Avito совершил позже американского аналога, в середине 2010х. Значительный рост масштабов бизнеса произошел за последние 5 лет, с 2019 по 2024г.

Пандемия Covid-19 привела к росту выручки Avito на 14% и чистой прибыли на 6,1% в 2020г. Выручка компании Ebay увеличилась на 19%, а расходы показали небольшой прирост в 9%. Прирост операционной прибыли в районе 48% связан с увеличением объемов онлайн-торговли и удачной инвестиционной деятельностью Ebay.

2021 год у Ebay стал годом обширной инвестиционной деятельности. Также в 2021 состоялась сделка по продаже Ebay Classifieds Group компании Adevinta, однако с 2022 года убыточная Adevinta начинает избавляться от неприбыльных активов. Avito тем временем структуризировала B2C раздел, приобрела IT-компанию MaxPoster и сервис для поиска работников GigAnt. Расширение вызвало 53,52% прирост выручки, прирост прибыли от продаж в размере 51,64%, и 45% прирост чистой прибыли, которая в 2021 году равнялась 14 472 195 тыс. руб.

В 2022 году политический и экономический кризис на неевропейских рынках и завершение сделки по приобретению ECG принесли Adevinta издержки от обесценивания активов в 1722 млн евро (больше планируемых на 48%). Стоимость активов Avito Group обесценилась с 500–600 млрд рублей до 200–300 млрд. В марте 2022 года Авито выделили из состава OLX Group в самостоятельную компанию, а к концу 2022 года продали ее инвестфонду KCG. Вследствие его инвестиций и отказа от дивидендов стоимость активов на балансе возросла на 16 285 685 или 93,86%. Прирост финансовых вложений в компанию Авито составил 477,69% за 2022 год, а в 2023 был получен рекордный прирост в 522,13%. В 2022 году сумма нематериальных активов на балансе выросла на 307,82% или 448 644 тыс. руб., а в 2023 – на 873,9% или 5 194 416 тыс. руб, что означает покупку объектов интеллектуальной собственности.

Показатели рентабельности Ebay за период 2020-2023 демонстрируют снижение от небольшого в районе 4-5%, до значительного около 50%. Такая динамика объясняется небольшим приростом прибыли от продаж в период 2020-2021 и таким же незначительным снижением в 2022-2023. Однако, стоимость активов возросла, а стоимость капитала кратно увеличилась, что может говорить о снижении эффективности капиталовложений и наличии на балансе малорентабельных активов. Динамика рентабельности Avito за 4 года показывает снижение в 2-3 раза по многим показателям, несмотря на рост чистой прибыли более 400%. Политика продаж достаточно

эффективная, а спад был вызван пополнением баланса компании большим количеством активов и получением крупных инвестиций KCG.

**Заключение** В результате исследования, проведенного в данной выпускной бакалаврской работе, были выделены стадии развития рынков C2C коммерции, факторы роста и общие отраслевые тренды. Также был выполнен сравнительный анализ финансовых показателей и рентабельности лидирующих представителей классифайдов из разных стран и описано влияние развития рынка C2C коммерции на другие рыночные отрасли.

Основной проблемой данного исследования стало отсутствие общепринятой классификации C2C бизнес модели, сложности проведения полномасштабного исследования объемов рынка, наличие множества проектов, совмещающих формат B2C и C2C. Несмотря на консенсус в научной и аналитической среде о хороших перспективах прироста и развития рынка C2C коммерции, исследователи не могут провести однозначную границу между C2C, B2C и платформенной занятостью. На данный момент рынок похож по структуре на олигопольный, с наличием доминирующих фирм в каждом национальном рынке и подотрасли. Границы рынка довольно условны и сильно зависят от вида деятельности каждой компании, однако отрасль в целом может заинтересовать большинство населения планеты, имеющего доступ в интернет.

На примере российской компании Avito, ее американского аналога Ebay и европейской группы C2C Adevinta была выполнена сравнительная характеристика хозяйственной деятельности и финансовых показателей лидеров рынка классифайдов. Если в 2020 году Ebay и Avito показывали схожую рентабельность продаж в районе 35% и значительную разницу в рентабельности капитала из-за наличия большого количества непрофильных активов и приобретений на балансе компании Ebay, то после реструктуризации Ebay и покупки Avito другим инвестором ситуация изменилась. Ebay следовал проверенной бизнес-стратегии диверсификации активов, приобретая новые сервисы и избавляясь от нерентабельных,

например, от Adevinta, однако инвестиции вызвали снижение рентабельности активов на 3%, а продаж – на 10% за 4 года. Avito, получив крупные инвестиции KCG, постепенно развивает новые проекты и повышает рентабельность активов и продаж после резкого падения в 2022 году. Adevinta же продолжает курс Ebay по избавлению от сложных и неприбыльных активов, однако до сих пор менеджмент этой компании не смог достичь точки безубыточности.

Таким образом, несмотря на динамичное развитие рынков С2С коммерции в России и в мире и позитивные прогнозы исследовательских компаний о росте объемов товарооборота и объемов рынка до 25% в год, отдельные игроки продолжают сталкиваться с проблемами при разработке новых проектов и расширении влияния. С одной стороны, глобализация, распространение интернет торговли и внедрение новых технологий показали, что С2С коммерция как часть цифровой торговли занимает важную нишу в мировой экономики и зарождает новый формат рыночных взаимоотношений – шеринговую экономику. С другой стороны, мировые кризисы и валютная нестабильность негативно влияют на инвестиционную деятельность крупнейших игроков и органичивают транснациональное распространение С2С агрегаторов. Помимо этого даже коммерчески успешные и инновационные бизнес-модели сталкиваются с административными и юридическими барьерами в разных странах, вопросами безопасности и государственного регулирования из деятельности, что также может замедлить развитие отрасли. Кроме того, из-за большого разнообразия проектов и отсутствия общепринятой детализированной теоритической базы, может быть затруднен отраслевой анализ рынка С2С коммерции. Однако в общем понимании С2С модель показала коммерческую эффективность, распространилась по всей планете и на данный момент является одним из самых быстрорастущих сегментов отрасли цифровой экономики.