

## **ИССЛЕДОВАНИЕ РЫНКА ВЕРХНЕЙ ОДЕЖДЫ РОССИИ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ СЕРВИСА MPSTATS**

В настоящее время несомненными лидерами интернет-торговли по масштабам и темпам роста являются маркетплейсы. В Российской Федерации и ряде стран СНГ ведущие позиции в онлайн-торговле занимают маркетплейсы Wildberries и Ozon. По данным за 2024 г., этими сайтами электронной торговли в России пользуются 62 % населения в возрасте 12+, на их долю приходится 77 % всех заказов и 53 % общего объема реализации интернет-торговли.

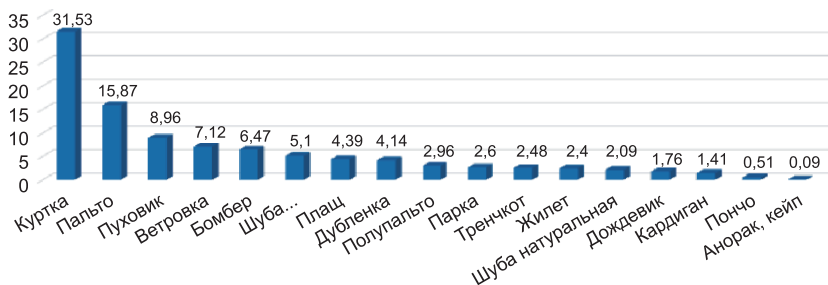
В 2024 г. категория «одежда, обувь и аксессуары» заняла наибольшую долю в объеме онлайн-продаж — 17,2 %, при этом доля верхней одежды составляет 18 % в общем объеме реализации данной категории.

Для эффективной работы на сайтах электронной торговли необходимо наличие актуальной и своевременной финансовой, маркетинговой и иной информации. Эту задачу решают специальные сервисы: они отслеживают количество продаж, цены и остатки по каждому товару. Сервисы аналитики помогают продавцам повышать продажи и сводить к минимуму риск ошибок и финансовых потерь, планировать поставки, управлять рекламой.

Распространенным комплексным сервисом аналитики и управления продажами маркетплейсов Wildberries, Ozon и Яндекс.Маркет является MPSTATS, который собирает и обрабатывает огромный массив данных через API (программный интерфейс) маркетплейсов, предоставляя пользователям отчеты для стратегического планирования и масштабирования бизнеса. Доступ к информации сервиса осуществляется на платной основе.

Исходя из возможностей сервиса MPSTATS, проведем анализ рынка верхней одежды России за 10 месяцев 2025 г. (по данным маркетплейса Wildberries). Так, в исследуемом периоде объем реализации верхней одежды составил более 480 млрд руб., а в натуральном выражении — более 131 млн шт. При этом на долю женской верхней одежды в общем объеме реализации верхней одежды пришлось около 50 %. Исследуемая товарная группа представлена 11 тыс. продавцами. На рисунке приведена структура реализации по видам женской верхней одежды в России за 10 месяцев 2025 г.

Как видно из рисунка, наибольшую долю в структуре реализации женской верхней одежды занимают куртки (более 30 %), на 2-м месте — пальто (15,9 %). Существенны доли таких видов верхней женской одежды, как пуховик, ветровка и бомбер. Наименьшие доли в структуре реализации верхней женской одежды занимают пончо,



Структура реализации по видам женской верхней одежды в России, %

анорак, кейп и кардиган. При этом значительная часть товаров, представленная на Wildberries, имеет российское происхождение (более 90 % от общего объема продаж), часть товаров, не имеющая логотипов, в основном произведена в Китае и странах Азии (7,61 %). Самыми продаваемыми российскими брендами являются Zarina и Befree.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что значительная часть верхней одежды в России реализуется на маркетплейсе Wildberries. Наибольшую долю в структуре реализации занимает женская верхняя одежда. К наиболее популярным видам женской верхней одежды относятся куртки и пальто. Данная информация может быть использована отечественными производителями швейных изделий при формировании ассортимента и организации продажи товаров посредством маркетплейсов.

**В. Б. Ледовских, В. П. Сургуевич**

*БГЭУ (Минск)*

*Научный руководитель — О. В. Толкач*

## **СИНДРОМ ДЕФИЦИТА ВРЕМЕНИ: ДИАГНОСТИКА, ПОСЛЕДСТВИЯ И СТРАТЕГИИ КОМПЕНСАЦИИ В ОРГАНИЗАЦИОННОЙ СРЕДЕ**

Современный ритм жизни все больше погружает людей в состояние хронической нехватки времени: задачи растут, коммуникации ускоряются, уведомления требуют немедленных реакций. Это выходит за рамки обычной занятости и проявляется как синдром дефицита времени — состояние, когда человек теряет чувство контроля над собственным временем и действует импульсивно, подчиняясь обстоятельствам, а не исходя из понимания ситуации.

Синдром возникает на фоне несоответствия между когнитивными возможностями и организационными требованиями. При постоянных