

## **Эволюция классифайдов: доминирование платформы Avito на российском и глобальном рынке цифровых объявлений**

*Кагала Анастасия Игоревна*

*Приамурский государственный университет имени Шолом-Алейхема*

*Студент*

### **Аннотация**

Целью исследования является анализ эволюции классифайдов от бумажных форматов к цифровым платформам и оценка их трансформирующего влияния на рыночные отношения с акцентом на доминирование платформы Avito в России и в мире. Методы исследования включают анализ научных публикаций, рыночных отчетов (Data Insight, SimilarWeb), статистики платформ (Avito, Cian, Youla) и данных Google Trends. Результаты подтверждают лидерство Avito: глобальная посещаемость – 303.8 млн/мес. (май 2025), 78% доли поисковых запросов в РФ. Цифровые классифайды изменили потребительское поведение (мобильный трафик – до 84.5%, глубина просмотра – до 29.88 стр./посещение). При этом выявлены структурные ограничения: доля охвата аудитории Avito в России (53%) уступает маркетплейсам из-за рисков мошенничества и отсутствия гарантий.

Ключевые слова: классифайды, Avito, платформенная экономика, сетевые эффекты, цифровизация рынка, потребительское поведение.

## **The evolution of classifieds: The dominance of the Avito platform in the Russian and global digital ads market**

*Kagala Anastasia Igorevna*

*Sholom-Aleichem Priamursky State University*

*Student*

### **Abstract**

The purpose of the study is to analyze the evolution of classifieds from paper formats to digital platforms and assess their transformative impact on market relations, with an emphasis on the dominance of the Avito platform in Russia and in the world. Research methods include the analysis of scientific publications, market reports (Data Insight, SimilarWeb), platform statistics (Avito, Cian, Youla) and Google Trends data. The results confirm Avito's leadership: global traffic – 303.8 million/month (May 2025), 78% of the share of search queries in the Russian Federation. Digital classifieds have changed consumer behavior (mobile traffic – up to 84.5%, viewing depth – up to 29.88 pages/visit). At the same time, structural limitations have been identified: the share of Avito audience coverage in Russia (53%) is inferior to marketplaces due to fraud risks and lack of guarantees.

Keywords: classifieds, Avito, platform economy, network effects, market digitalization, consumer behavior.

## **1 Введение**

### **1.1 Актуальность**

Фундаментальный переход от традиционных бумажных объявлений к цифровым платформам кардинально изменил механизмы взаимодействия покупателей и продавцов. Цифровые доски объявлений (Avito, Youla, Cian и др.) стали ключевыми инфраструктурными элементами локальных и национальных экономик, обеспечивая мгновенный доступ к огромному массиву предложений товаров, услуг, вакансий и недвижимости. Их роль выходит далеко за рамки простого информирования: они формируют новые рыночные практики, снижают барьеры для входа на рынок малого бизнеса и частных лиц, оптимизируют ценообразование за счет повышения прозрачности и конкуренции.

Актуальность темы исследования обусловлена стремительным развитием цифровых технологий, трансформирующих традиционные форматы подачи объявлений. Авито, как крупнейшая российская площадка, демонстрирует уникальные стратегии адаптации к меняющимся потребностям пользователей и рыночным условиям, что делает её ключевым объектом для анализа. Изучение её успеха позволяет выявить факторы, способствующие завоеванию и удержанию лидерства в условиях высокой конкуренции, включая маркетинговые механизмы, технологические инновации и пользовательский опыт. Кроме того, исследование проливает свет на тенденции глобального рынка цифровых объявлений, где Авито конкурирует с международными гигантами, такими как Craigslist и OLX. Полученные выводы могут быть полезны как для академического сообщества, изучающего цифровую экономику, так и для бизнеса, стремящегося оптимизировать свои стратегии в сфере онлайн-торговли.

### **1.2 Обзор исследований**

В исследовании С. В. Мамонтовой, Е. Ю. Чарочкиной, Е. А. Жуковой на основе статистических данных проведен анализ и дана оценка динамики интернет-торговли в современном экономическом пространстве. [1]. А.Р. Латникова анализирует основные площадки электронной коммерции на основе их сильных и слабых сторон, чтобы лучше понять, что делает их подходящими для конкретных случаев [2]. В статье Е.М. Циплакова рассматривает ключевые аспекты интернет-торговли как актуального фактора развития электронной коммерции, выявляя основные особенности интернет-торговли [3]. В исследовании И.А. Карпова представлена трансформация методов и приемов маркетинга, обусловленных особенностями развития интернет-коммуникаций [4]. С.А. Тюлина разработала методический подход к анализу рынка классифайдов, динамично развивающихся ввиду трансформации экономики потребления с распространением моделей совместного потребления [5].

### **1.3 Цель исследования**

Цель исследования заключается в анализе эволюции классифайдов от бумажных форматов к цифровым платформам, а также в оценке факторов, обеспечивших доминирование Avito на российском и глобальном рынке цифровых объявлений. Исследование направлено на определение её конкурентных преимуществ и структурных ограничений в сравнении с другими игроками, такими как маркетплейсы и международные классифайды.

## **2 Материалы и методы**

Исследование проводилось с применением анализа научных публикаций, рыночных отчетов и статистики использования цифровых платформ, а также сервиса поисковых запросов Google Trends [9]. Данные были взяты из источников: Data Insight и SimilarWeb (аналитические платформы, которые предоставляют информацию и исследования в области электронной коммерции и цифрового маркетинга) [6] и официальных данных и пресс-релизов Avito, Cian и Youla [7], которые находятся в открытом доступе.

## **3 Результаты и обсуждение**

В современной цифровой экономике значительную роль играют онлайн-платформы, известные как классифайды (от англ. "classified advertisements"). Под этим термином понимаются специализированные онлайн-сервисы, агрегирующие и структурирующие объявления от частных лиц и коммерческих организаций, сгруппированные по тематическим категориям. Эти платформы функционируют как двухсторонние рынки, сводящие предложение и спрос на разнообразные товары, услуги, вакансии и объекты недвижимости.

Эволюция классифайдов демонстрирует переход от традиционных печатных форматов к цифровым платформам. В России исторически первым и знаковым классифайдом стала газета «Из рук в руки», начавшая печатные выпуски в 1992 году и осуществившая стратегический переход к онлайн-формату в 1997 году. На глобальном уровне одним из пионеров отрасли признается американский сервис Craigslist.org, основанный в 1995 году. Знаковым событием для Craigslist стало привлечение инвестиций от eBay, крупнейшего интернет-аукциона, в 2004 году, что подчеркнуло рыночный потенциал данного сегмента [8].

Авито – онлайн-платформа для размещения объявлений, которая существует с 2007 года. Сервис Авито запустили в октябре 2007 года предприниматели из Швеции Йонас Нордландер и Филип Энгельберт. Пилотную версию сайта создали как площадку для продажи и покупки товаров массового потребления. Изначально на сайте можно было размещать не только объявления, но и аукционы, но в 2009 году от этой функции отказались, сконцентрировавшись на работе с объявлениями.

Преимущества классифайда Авито включают: широкий ассортимент товаров, удобный поиск по различным категориям, возможность создать

личный кабинет для управления объявлениями, а также наличие отзывов о продавцах. Пользователи могут быстро и просто разместить объявления, привлечь большое количество потенциальных покупателей и быстро продать товар. Площадка Авито стала одним из основных игроков в онлайн-торговле в России и в мире, обеспечивая широкий выбор услуг и товаров для пользователей.

В мае 2025 года Российская платформа avito.ru занимает 1-е место по посещаемости - 303.8М в месяц, опережая более чем в 2 раза мировой Craigslist - 138.3М и европейских лидеров [6].

|    | Домен (10,000)  | Рейтинг страны | Число посещений ... | Настольный компьютер против Мобильного |  | Продолжительность визита | Страницы/Посещение |
|----|-----------------|----------------|---------------------|----------------------------------------|--|--------------------------|--------------------|
| 1  | avito.ru        | #80            | 303,5М              | 53.4%                                  |  | 00:10:55                 | 12.52              |
| 2  | craigslist.org  | #109           | 138,3 М             | 37.1%                                  |  | 00:07:10                 | 25.17              |
| 3  | leboncoin.fr    | #222           | 121,8 М             | 47.5%                                  |  | 00:09:27                 | 9.23               |
| 4  | sahibinden.c... | #159           | 110,7 М             | 38.0%                                  |  | 00:09:57                 | 18.77              |
| 5  | olx.ua          | #499           | 54,13М              | 37.4%                                  |  | 00:07:16                 | 10.76              |
| 6  | subito.it       | #653           | 49,62М              | 38.2%                                  |  | 00:07:21                 | 8.27               |
| 7  | otomoto.pl      | #800           | 44,51М              | 33.9%                                  |  | 00:07:10                 | 7.25               |
| 8  | olx.in          | #940           | 33,14М              | 15.5%                                  |  | 00:05:47                 | 7.71               |
| 9  | finn.no         | #510           | 32,57М              | 58.3%                                  |  | 00:09:24                 | 29.88              |
| 10 | kijiji.ca       | #1,768         | 22,15М              | 44.5%                                  |  | 00:06:42                 | 7.22               |
| 11 | blocket.se      | #1,535         | 21,67М              | 36.0%                                  |  | 00:06:55                 | 9.66               |
| 12 | kufar.by        | #1,904         | 20,75М              | 30.2%                                  |  | 00:08:25                 | 10.04              |
| 13 | gumtree.com     | #2,242         | 20,31 М             | 30.3%                                  |  | 00:05:46                 | 5.71               |
| 14 | olx.ro          | #1,746         | 19,97М              | 34.3%                                  |  | 00:07:47                 | 9.08               |
| 15 | tori.fi         | #1,474         | 19,95М              | 24.6%                                  |  | 00:09:10                 | 14.28              |

Рисунок 1 – Мировая статистика классифайдов за май 2025 года

На основе анализа мирового рейтинга классифайдов выявляется фрагментированный рынок с доминированием локальных площадок (avito.ru – Россия, craigslist.org – США, leboncoin.fr – Франция, sahibinden.com – Турция, olx.ua – Украина и др.) Ключевой тренд – преобладание мобильного трафика у 12 из 15 площадок (особенно выражено у olx.in – 84.5%, tori.fi – 75.4%), за исключением avito.ru (примерный паритет) и finn.no (преимущественно компьютерные пользователи). Потребители отдают предпочтение удобным для мобильных устройств платформам цифровых объявлений, что отражает их предпочтение удобству и оперативности совершения транзакций. Появление более молодой, технически подкованной аудитории меняет рынок, поскольку эти пользователи отдают предпочтение удобным интерфейсам и интегрированным социальным функциям. Показатели вовлеченности (время на сайте, страницы/посещение) не коррелируют напрямую с объемом трафика: крупнейшие игроки демонстрируют средние значения, в то время как менее посещаемые площадки показывают экстремальные результаты – например, finn.no (Норвегия) лидирует по глубине просмотра (29.88 страниц/посещение), а Craigslist.org сочетает высокий трафик с интенсивным просмотром (25.17 страниц) при относительно низком времени на сайте (7:10), что объясняется минималистичным интерфейсом. Общее поведение пользователей

варьируется от коротких сессий (gumtree.com – 5:46, olx.in – 5:47) до длительного взаимодействия (avito.ru – 10:55, tori.fi – 9:10), подчеркивая разнообразие моделей использования и специфику платформ. Это подтверждает высокую цифровизацию Российского рынка и его лидирующую позицию по охвату аудитории (большее время посещение сайта среди представленных классифайдов).

На рисунке 2 представлены данные о динамике запросов 5 популярных в России классифайдов (Авито, Циан, HeadHunter, Юла и Авто.ру) за период с января по май 2025 года через сервис Google Trends [9]. Эти данные позволяют проследить изменения количества запросов в мире не зарегистрированных или не имеющих приложения цифровых досок пользователей, определить средние показатели и сделать прогнозы на будущее.

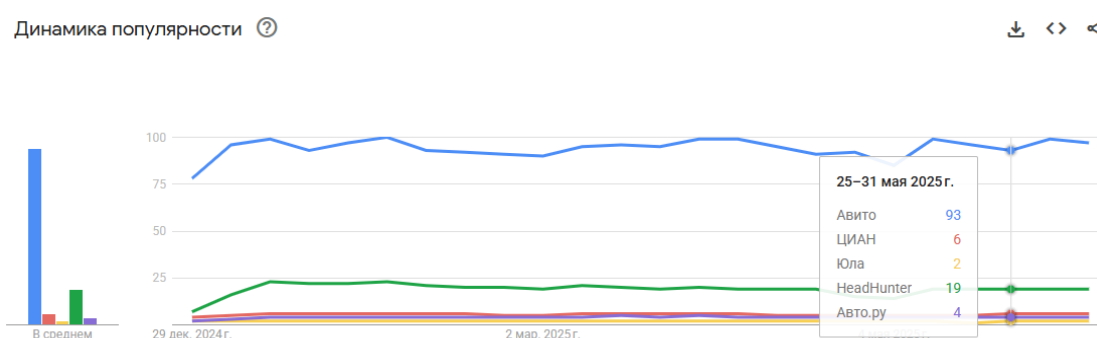


Рисунок 2 – Динамика популярности запросов на Российские классифайды в 2025 году

Исходя из динамики на 25-31 мая 2025 года прослеживается лидирующая позиция классифайдера – Авито с колоссальной долей запросов в 93%, что подчеркивает его доминирующее положение на рынке. Выделяется неожиданно высокий показатель HeadHunter (19%), который не является классическим классифайдом и указывает на специфику анализируемых запросов, связанных с вакансиями на площадках объявлений. Другие сервисы (Циан – 6%, Авто.ру – 4%, Юла – 2%) демонстрируют значительно меньшую популярность в сравнении с Авито. Данная статистика доказывает лидерство Авито не только на мировом, но и на всероссийском рынке торговых площадок.

Рисунок 3 отображает данные о доле поисковых запросов в России и в мире за период с января по май 2025 года. Эти данные полезны для оценки рыночной доли ключевых игроков и выявления неочевидных региональных трендов.

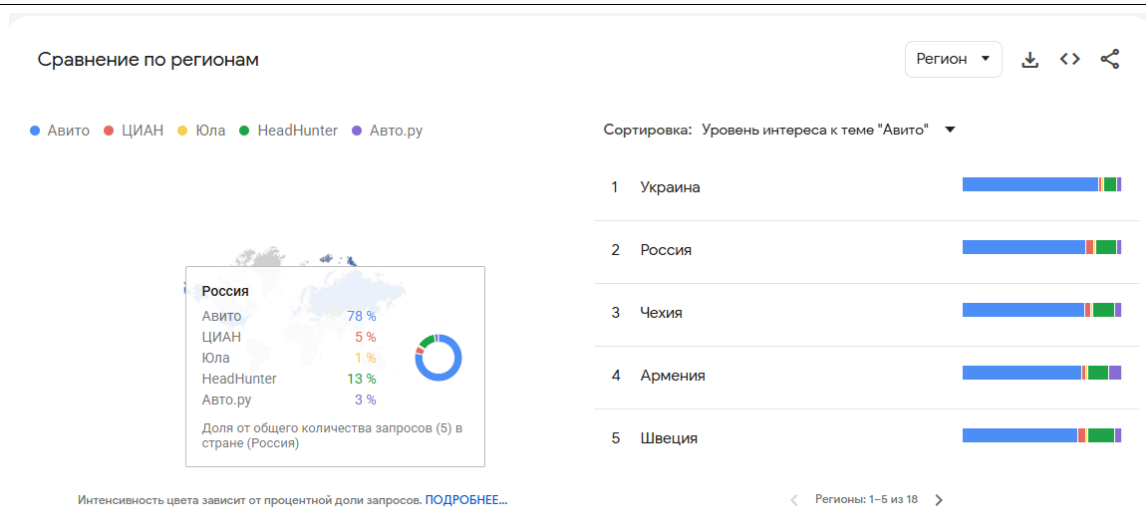


Рисунок 3 – Сравнение поисковых запросов классифайдов в России и в мире за 2025 год

В России Авито сохраняет лидерство с 78%. Примечателен высокий показатель HeadHunter (13%), что вновь указывает на включение запросов, связанных с вакансиями. Циан (5%), Авто.ру (3%) и Юла (1%) значительно уступают.

Ключевая региональная аномалия: Украина возглавляет рейтинг интереса к теме "Авито", опережая Россию (2-е место), Чехию, Армению и Швецию. Это неожиданно, учитывая российское происхождение сервиса, однако может указывать на активное использование сервиса русскоязычной аудиторией за рубежом.

На рынке цифровых объявлений в России наблюдается умеренный рост, обусловленный такими факторами, как расширение доступа в Интернет, смещение предпочтений потребителей в сторону онлайн-платформ и усиление конкуренции среди рекламодателей, ищущих экономически эффективные решения. Стремление молодого поколения к удобству и скорости транзакций побудило службы объявлений усовершенствовать свои мобильные интерфейсы, сделав объявления более доступными и привлекательными [10].

На рисунке 4 изображена диаграмма охвата площадок (популярных в России маркетплейсов и классифайда – Авито) в % населения на октябрь 2024 года.

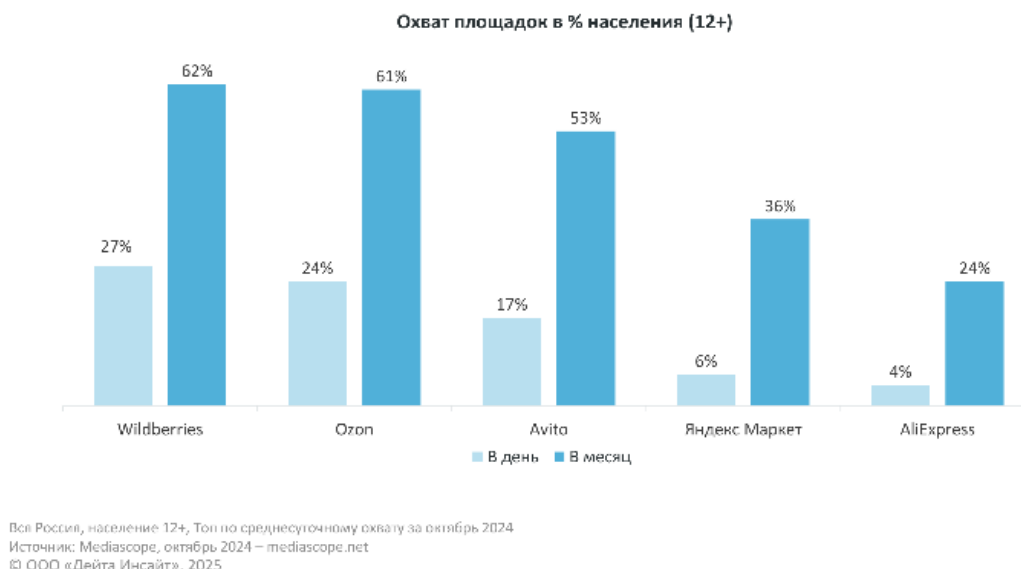


Рисунок 4 – Диаграмма охвата площадок в % населения на октябрь 2024 года

Несмотря на лидирующую позицию среди мировых классифайдов по посещаемости, Авито занимает лишь третье место (53%) по охвату аудитории среди маркетплейсов за месяц, существенно уступая лидерам рынка: Wildberries (62%) и Ozon (61%); это подчеркивает разницу в частоте использования между классифайдом для регулярных поисков и маркетплейсами для периодических покупок, а также доминирование Wildberries и Ozon по широте аудитории за месяц.

Главный плюс классифайдов – отсутствие комиссий за продажу и полная свобода в ценообразовании, общении и условиях передачи товара, но минус – высокие риски мошенничества и отсутствие гарантий, именно поэтому потребители чаще выбирают маркетплейсы нежели доски объявлений для поиска необходимого товара.

На рисунке 5 представлена круговая диаграмма бюджета времени, проведенного населением на торговых площадках на октябрь 2024 года, которая позволяет оценить рыночную концентрацию и поведенческие предпочтения потребителей в цифровой торговле.

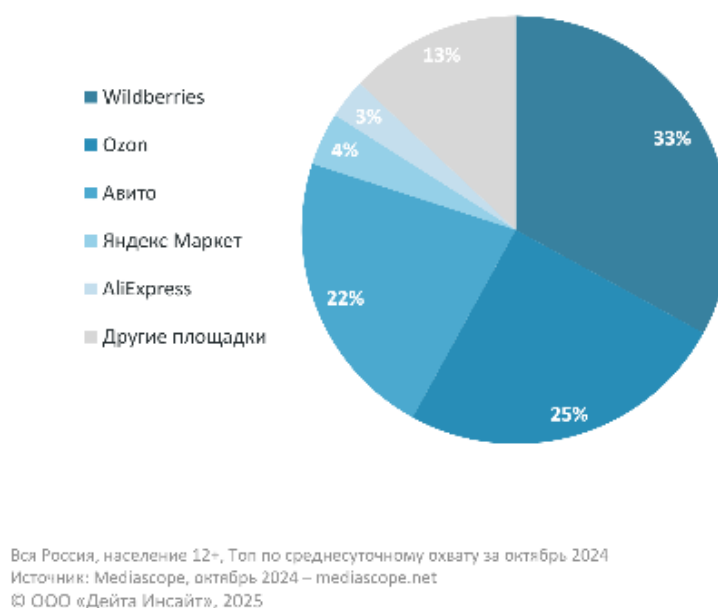


Рисунок 5 – Круговая диаграмма бюджета времени, проведенного населением на торговых площадках на октябрь 2024 года

На основе данных Mediascope за октябрь 2024 года о распределении времени пользователей на торговых площадках в России очевидно абсолютное доминирование Wildberries с долей в 33%, что делает его бесспорным лидером по вовлеченности аудитории; уверенное второе место занимает Ozon с 25%, формируя вместе с Wildberries основу рынка (суммарно 58%). При этом другие крупные игроки – классифайд Авито (22%), Яндекс Маркет (4%), и международный AliExpress (3%) – показали значительно более скромные результаты, сильно уступая лидерам. Значительная доля (13%), отнесенная к "Другим площадкам", подчеркивает фрагментированность оставшегося сегмента рынка, хотя это не меняет общего вывода о двойном лидерстве Wildberries и Яндекс Маркета и значительной роли классифайда Авито, в сравнении с крупными конкурентами в виде маркетплейсов.

В совокупности это отражает структурный сдвиг в экономике потребления: пользователи предпочитают платформы с гарантиями, логистикой и минимальными транзакционными издержками, что усиливает сетевые эффекты у крупнейших игроков.

#### 4 Выводы

Анализ эволюции классифайдов подтверждает их трансформационное влияние на рыночные отношения, демонстрируя радикальный переход от бумажных форматов к цифровым платформам как ключевым инфраструктурным элементам экономики. Результаты исследования, основанные на анализе данных SimilarWeb, Data Insight, Google Trends и официальной статистики платформ, однозначно устанавливают глобальное и национальное лидерство Avito: платформа демонстрирует рекордную месячную посещаемость в 303.8 млн пользователей (май 2025г.) и контролирует 78% поисковых запросов в РФ, существенно опережая как

международных конкурентов (Craigslist), так и локальных классифайдов (Юла, Циан, Авто.ру).

Доминирование Avito обусловлено его способностью формировать новые потребительские практики, выражающиеся в высокой мобилизации трафика (до 84.5% у лидеров сегмента) и глубине взаимодействия (до 29.88 стр./посещение у лидеров сегмента), а также эффективным использованием сетевых эффектов. Однако исследование выявило структурные ограничения классифайд-модели: несмотря на лидерство в своем сегменте, охват аудитории Avito в России (53%) уступает ведущим маркетплейсам (Wildberries – 62%, Ozon – 61%) из-за присущих классифайдам рисков мошенничества и отсутствия гарантий для покупателей. Это подчеркивает устойчивый тренд потребительского предпочтения платформ с интегрированными сервисами, снижающими транзакционные издержки.

Таким образом, Avito сохраняет доминирующие позиции в нише цифровых объявлений, меняя поведение пользователей в сторону мобильности и интенсивного взаимодействия, но сталкивается с растущей конкуренцией со стороны маркетплейсов, предлагающих более безопасную и комплексную экосистему онлайн-торговли. Дальнейшее развитие сегмента будет зависеть от способности классифайдов минимизировать свои ключевые недостатки при сохранении преимуществ открытости и свободы транзакций.

Это свидетельствует о ключевом тренде в экономике потребления: пользователи отдают приоритет платформам с минимизированными транзакционными издержками, интегрированной логистикой и защитой сделок. Успех Avito обусловлен адаптацией к технологическим трендам (мобилизация, UX) и сетевым эффектам, но для сохранения конкурентоспособности в условиях растущего давления маркетплейсов требуется развитие инструментов безопасности и доверия. Полученные данные подчеркивают необходимость дальнейшего изучения баланса между свободой C2C-взаимодействий и потребностью в гарантиях в цифровой торговле.

## Библиографический список

1. Мамонтова С. В., Чарочкина Е.Ю., Жукова Е.А. Тенденции развития интернет-торговли в условиях трансформации экономического пространства // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. 2020. Т. 10. № 5. С. 72-79.
2. Латникова А. Р. Аналитика основных площадок электронной коммерции: сильные и слабые стороны // Лучшие научные проекты и исследования 2023: сборник статей IV. 2023. С. 34.
3. Циплакова Е. М., Ещеркина Л. В. Ключевые аспекты интернет-торговли как актуального фактора развития электронной коммерции // Управление в современных системах. 2024. № 4(44). С. 44-52.
4. Карпов И. А., Крячков А. Ф., Пряхина С. М. Classified-сервис: современные тенденции развития в России // Проблемы совершенствования организации

- производства и управления промышленными предприятиями: Межвузовский сборник научных трудов. 2016. № 2. С. 126-132.
5. подход к сегментации потребителей и разработке маркетинговых стратегий компаний-классифайдов // Экономика и управление: проблемы, решения. – 2020. Т. 2. № 6. С. 44-52.
  6. Отчеты аналитических агентств (Data Insight, SimilarWeb) о рынке онлайн-классифайдов и аудитории в России. URL: <https://datainsight.ru/>, <https://www.similarweb.com/> (дата обращения: 25.05.2025)
  7. Официальные данные и пресс-релизы Авито, Юла, Циан (2023-2024 гг.). URL: <https://www.avito.ru/company/>, <https://youla.ru/>, <https://www.cian.ru/> (дата обращения: 25.05.2025)
  8. Центр стратегических разработок. Контроль иностранного влияния в IT-секторе на примере рынка классифайдов: доклад. М.: ЦСР, 2022. 51 с. URL: <https://www.csr.ru/> (дата обращения: 28.04.2025)
  9. Поисковый сервис Google Trends. URL: <https://trends.google.com/trends/>
  10. Электронные объявления – Россия. URL: <https://www.statista.com/outlook/amo/advertising/digital-classifieds/russia> (дата обращения: 25.05.2025)