

Розничный экспорт товаров через интернет

Аналитическое агентство Data Insight и компания eBay выпустили совместное исследование, посвященное состоянию рынка экспорта материальных товаров из России. Находясь на стадии становления, рынок уже достиг значительных объемов, а российские товары разных категорий от тысяч продавцов пользуются спросом как в странах ближнего, так и дальнего зарубежья.

Данные для исследования были собраны в рамках экспертных интервью и анализа внутренних сведений компаний-участников рынка в июле-августе 2017 г. В опросах приняли участие логистические операторы, отвечающие более чем за 95 % розничных экспортных отправок, и крупнейшие онлайн-магазины, имеющие значимые для рынка объемы трансграничных продаж.

Общие оценки по экспорту материальных товаров включают в себя два формата отправок:

непосредственные заказы из-за рубежа в российских интернет-магазинах; заказы в локальных представительствах (на локальных доменах), у локальных партнеров российских интернет-магазинов, осуществляющих отгрузки с российских складов под конкретные заказы.

Основные результаты

Объем интернет-экспорта материальных товаров из России в 2016 г. составил 430 млн. долл. США. Количество отправленных посылок — 7,9 млн. Средний чек покупки иностранца в российском онлайн-магазине — 55 долл.

Структура розничного онлайн-экспорта представлена на рис. 1. Из всего объема экспортируемых товаров, заказанных в онлайн, 2/3 приходится на трансграничные отправки в местных представительствах (на локальных доменах) крупных российских магазинов. Маркетплейсы обеспечивают порядка 40 % от всех заказов, сделанных непосредственно у российских продавцов.

Из общего объема рынка (430 млн. долл.; 7,9 млн. посылок) 219 млн. долл. (4,9 млн. посылок) составляют трансграничные отправки онлайн-магазинов, а 211 млн. долл. (3 млн. посылок) — заказы непосредственно у российских продавцов.

Более половины заказов, сделанных из-за рубежа, приходится на про-

давцов за пределами столичного региона (рис. 2). А учитывая значительную внутрироссийскую централизацию рынка интернет-торговли, можно утверждать, что розничный экспорт является весьма перспективным каналом для региональных игроков.

Треть покупок российских товаров (32 %) совершают в странах СНГ, на долю других стран приходится 68 %. Среди стран СНГ основную долю составляют Белоруссия (43 %), Казахстан (38 %) и Украина (20 %). Больше половины продаж в дальнее зарубежье осуществляется в следующие страны: США — 25 %, Германия — 8 %, Великобритания — 7 %, Израиль — 5 %, Китай — 4 %, Франция — 3 %, Канада — 3 %.

В государствах СНГ российские товары могут пользоваться большим спросом, но более ограниченная покупательская способность местного на-

селения в совокупности с довольно высокими затратами на логистику сдерживают рост продаж в эти страны. Особо стоит выделить страны Таможенного союза, где нет каких-то сдерживающих факторов и наблюдается стабильный рост продаж.

Спрос на продукцию из России существует там, где есть русскоязычные диаспоры (Канада, США, Израиль и др.). Русскоговорящее население в странах дальнего зарубежья представляет собой многочисленную и привлекательную целевую аудиторию для товаров, традиционных в российской системе образования и образа жизни. В первую очередь они имеют отношение к русскому языку и принятой в России системе воспитания детей (развивающие и обучающие игрушки, книги на русском языке, особенно детские, и т. д.).

Востребованы российские производители детского питания и эколо-

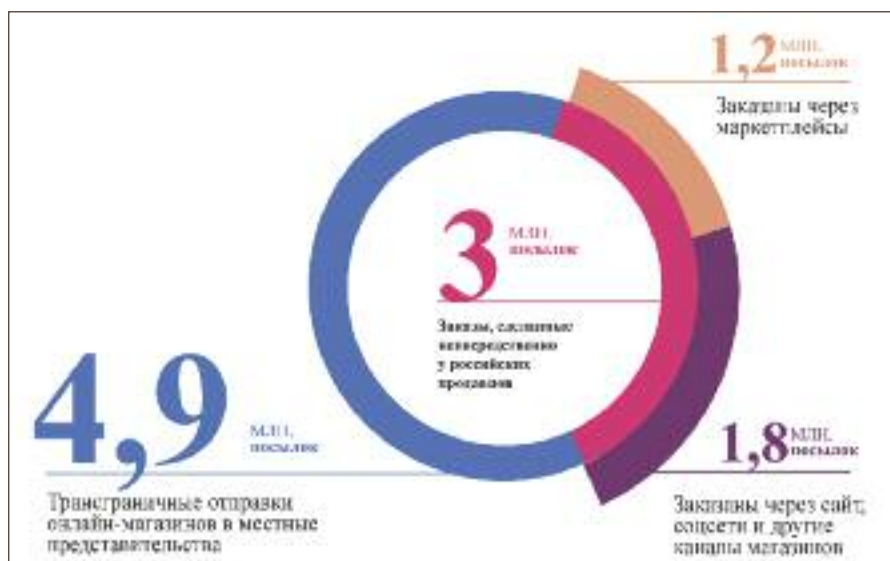


Рис. 1. Структура розничного онлайн-экспорта