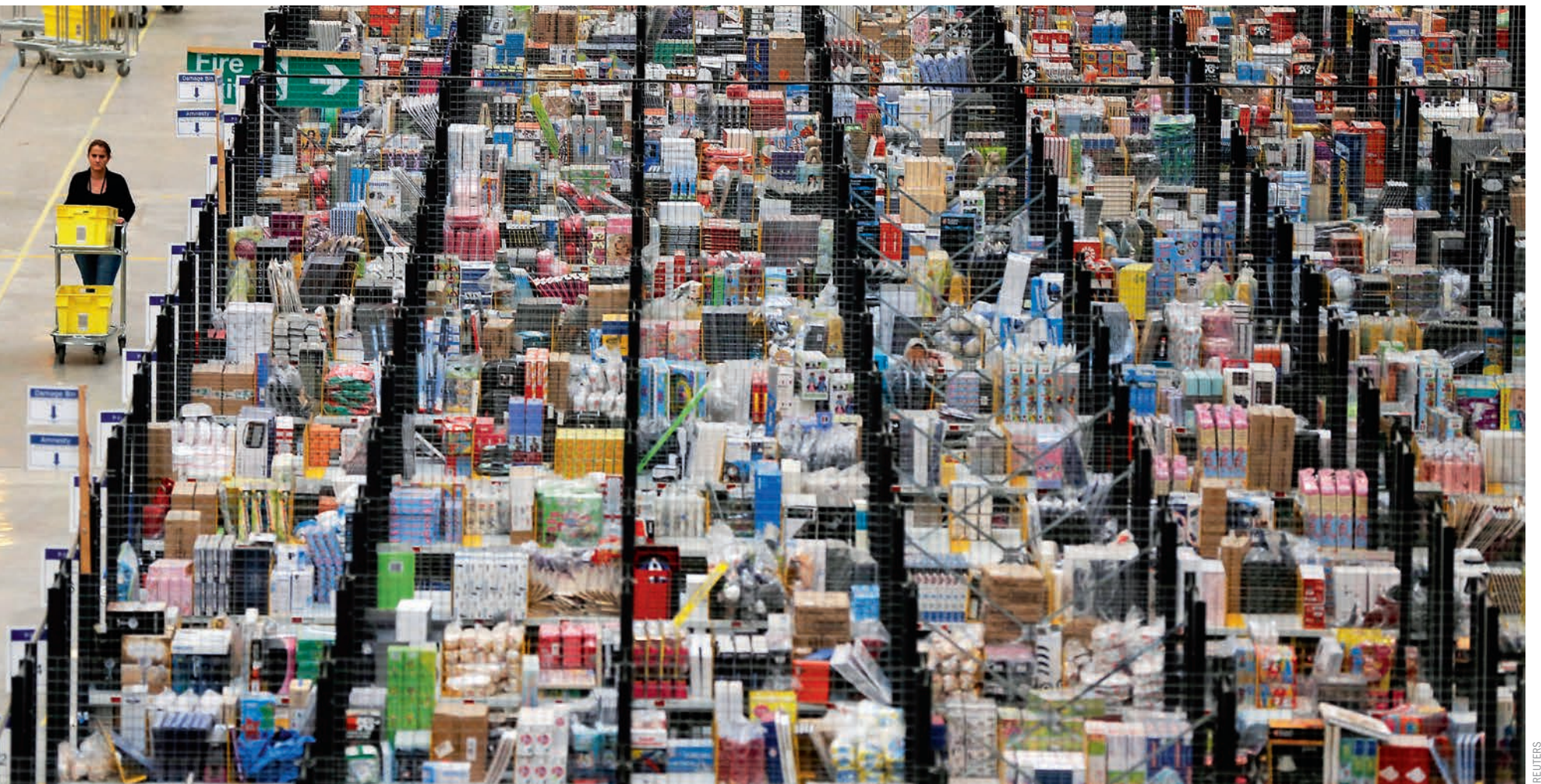




REUTERS

Помимо скидок от маркетплейсов и продавцов в течение года в пиковые события, такие как «черная пятница», дисконт на международных площадках может достигать до 70%, добавляет господин Кретов. По словам представителя Joom, размер скидки определяется не столько конкретной категорией, сколько спросом в той или иной ситуации, связанной с праздником, сезоном, трендом. В ряде случаев продавцы могут делать существенные скидки, если могут гарантировать значительный объем товара в дни распродаж, указывают там. Но, отмечает Артем Соколов, скидки стоит воспринимать прежде всего как маркетинговый инструмент и помнить, что флагманские модели техники, к примеру, никогда не будут продаваться с дисконтом: «В тех же США на общенациональных распродажах из магазинов выносятся уже устаревшие модели телевизоров».

Особенности доставки

По мнению господина Соколова, помимо цены покупателям интернет-магазинов стоит обращать внимание и на другие факторы. Так, указывает он, из Китая посылки могут идти около недели, а по Европе — один-два дня. Представитель Ozon Мария Заикина подтверждает, что российский клиент, особенно в мегаполисах, хочет доставку на следующий день, максимум через день, а для этого e-commerce-игрокам необходимо развивать логистическую инфраструктуру, в том числе «последнюю милю».

Кроме того, продолжает Артем Соколов, важно понимать распространяет-

ся ли на российский рынок гарантия, иначе вернуть проблемный товар будет невозможно. Желательно также, чтобы товар был сертифицирован по российским стандартам, чтобы подходили используемые в технике частоты связи и пр., говорит он. А в случае иностранной онлайн-площадки, продолжает господин Соколов, важным будет установление ответственности продавца: «Российский продавец подчиняется российским законам, а у зарубежных игроков вопрос урегулирования любых претензий покупателей остается только на их совести».

Как отмечает Мария Заикина, ассортимент российских площадок также позволяет совершать практически любые покупки в одном заказе, в том числе и срочные, например, продукты питания и детские подгузники. «Мы считаем, что российские магазины могут лучше управлять своим ассортиментом и предлагать покупателям более актуальные и востребованные товары за счет близости к своей аудитории и хорошего знания ее предпочтений», — добавляет представитель Lamoda.

Александр Иванов согласен, что для многих потребителей понятие «выгодной покупки» не ограничивается уровнем цен, а включает удобство заказа, скорость доставки и широту ассортимента. При этом, указывает он, более 50% в некоторых иностранных маркетплейсах просто не имеют аналогов в РФ. «Кроме низких цен по нашим внутренним опросам более 60% покупателей eBaу привлекает более широкий ассортимент, включающий редкие или брендовые товары, не пред-

ставленные в стране покупателя», — подтверждает Илья Кретов. По его словам, именно на трансграничных платформах можно найти и коллекционные вещи, а также товары, которые были выпущены только для определенного рынка за рубежом.

Как отмечает господин Иванов, с развитием рынка ключевым фактором становится скорость доставки: если покупатель готов ждать две-три недели, он заказывает в иностранном интернет-магазине, если нет — в российском. Но, добавляет он, из-за продолжительного падения реальных доходов в РФ цена все еще остается важным пунктом для российских потребителей при выборе площадки.

Обивание порогов

Мария Заикина считает наиболее важным изменением в регулировании онлайн-торговли, которое произошло с 1 января, распространение порога в €200 на одну посылку. Покупателю точно будет проще понимать, облагается ли каждая его посылка пошлиной, вместо того чтобы «плюсовать» свои покупки, совершенные в течение месяца, поясняет она. Кроме того, продолжает госпожа Заикина, в абсолютных значениях можно заказывать больше. Учитывая, что в объеме зарубежных покупок преобладают китайские площадки, где чек покупки находится в пределах 1 тыс. руб., порог в €200 точно не затронет подавляющее большинство поклонников трансграничного шоппинга, уверена представитель Ozon.

Господин Кретов подчеркивает, что при снижении порога беспошлинного

ввоза в первую очередь страдают покупатели, которые не смогут сэкономить на покупках по более доступным ценам на иностранных площадках. «Это снизит темп развития рынка e-commerce в России, который по большому счету только начал зарождаться, и даст несоизмеримое преимущество местным компаниям перед зарубежными», — предупреждает он. Кроме того, продолжает топ-менеджер eBaу, данное нововведение может привести к развитию серого импортного рынка и снижению качества продукции, как, например, это произошло в Белоруссии несколько лет назад. Для сравнения: в США, где намного более развит рынок e-commerce, власти несколько лет назад, напротив, подняли порог беспошлинного ввоза с \$500 до \$800, что не могло не сыграть на руку покупателям, рассказывает Илья Кретов.

По словам Александра Иванова, в России объем трансграничной онлайн-торговли в 2019 году впервые сократился на 1,5–2% год к году при продолжающемся падении среднего чека. Как отмечает Артем Соколов, обороты трансграничной интернет-торговли в России скорее стабилизировались после периода бурного роста. «В целом ситуация меняется каждый день. У покупателей есть целый пул площадок, которые позволяют ему выбирать любой товар по любой цене, потому все работают в условиях жесткой конкуренции за потребителя», — рассуждает он. Как меры регулирования рынка отразятся на работе интернет-магазинов, можно будет оценить уже в ближайшее время, говорят в Lamoda. ●