

Nykytilanne Venäjän verkkokaupassa – Pro Gradu -tutkimuksen tuloksia

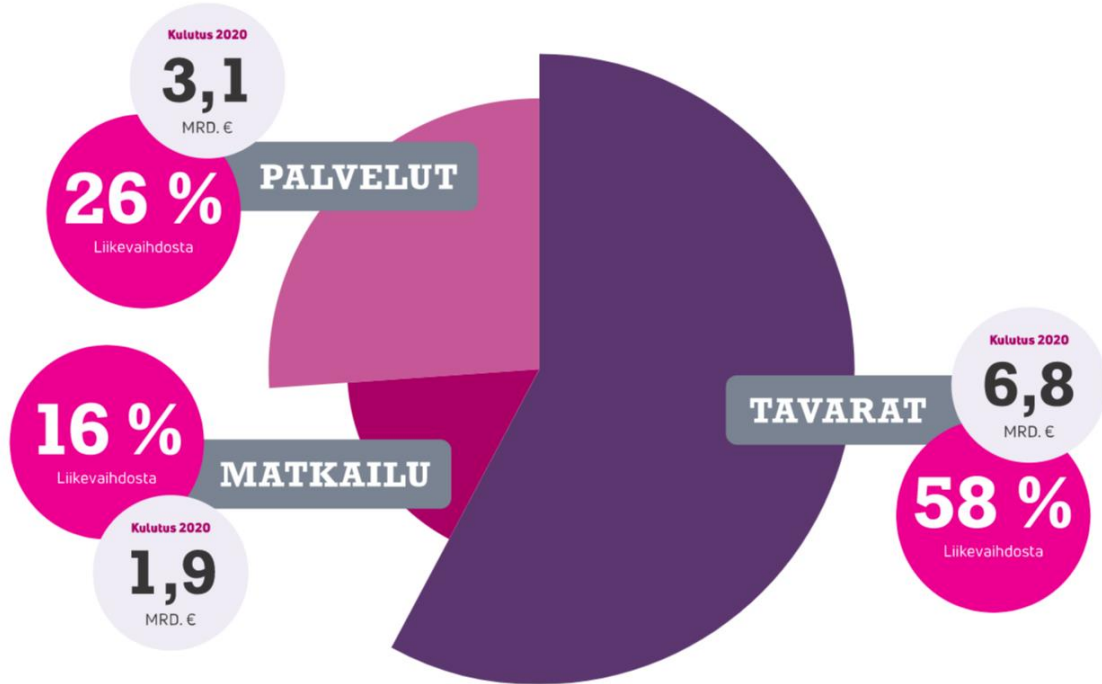
Iina Laakso



Verkkokauppamarkkina Suomessa ja Venäjällä

- **Suomi:** Verkkokaupankäynti on kasvanut tasaisesti viime vuosikymmenien aikana ja koronapandemia on nopeuttanut tätä kasvua. Suomessa on arvioitu, että pandemia on kasvattanut verkkokaupankäyntiä jopa 25 %. Erityisesti päivittäistavara- ja ruokakauppa on kasvattanut verkkokauppamyyntiä huomattavasti. Myös muut vähittäiskaupan osa-alueet, kuten kotitaloustavarat ovat kasvaneet vuonna 2020.
- **Venäjä:** Venäjällä verkkokauppamyynnin odotetaan kasvavan 44 % vuonna 2020 2,5 triljoonaan ruplaan. 10 % vähittäismyynnistä arvioidaan tulevan verkkokaupasta vuonna 2020, joka tarkoittaa 6 % nousua viime vuodesta. Sama luku oli vuonna 2019 Yhdysvalloissa 16 % ja Kiinassa 37 %.





Lähde: Paytrail

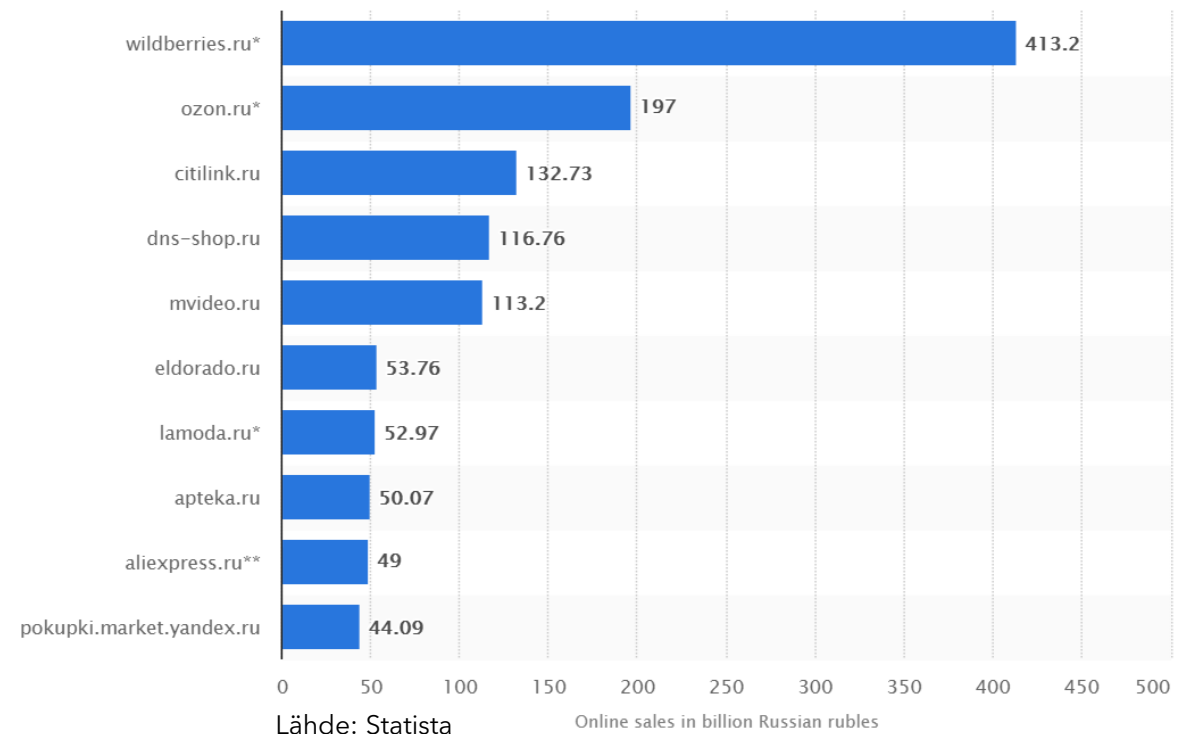
Suomen verkkokauppamarkkina

- Vuonna 2020 suurin osa Suomen verkkokauppamyynnistä tuli tavaroista. Normaalisti matkailun osuus on ollut lähes puolet suomalaisesta verkkokaupasta. Vuonna 2020 sen osuus putosi 16 % koronapandemiasta johtuen.
- Euroopan komission mukaan melkein puolet suomalaisista vähittäiskaupoista käyttävät digitaalisia kanavia hyödyksi myynnissään, mikä on enemmän kuin EU:n keskiarvo. Kuitenkin vain 6 % suomalaisista vähittäiskaupoista myy verkossa muiden EU maiden tai EU:n ulkopuolisten maiden kuluttajille.

Venäjän verkkokaupamarkkina

- Suuret globaalit yritykset eivät ole Venäjällä suosituimpien verkkokauppojen joukossa, vaan paikalliset verkkokaupat hallitsevat markkinaa.
- Venäjä, jonka verkkokaupan volyyymi kasvoi 23% vuonna 2019, on Euroopan suurin Internet-markkina. Vuonna 2019 vain 5% Venäjän koko vähittäismyynnistä tuli verkkokaupamarkkinoilta, mikä jättää paljon tilaa kasvulle tulevaisuudessa. (Korobkin, 2020.)

Venäjän suurimmat verkkokaupat vuonna 2020

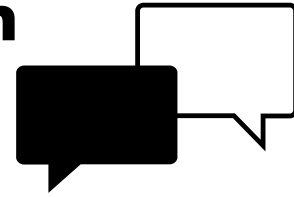




Yritysten tieto Venäjän verkkokauppa-markkinoista

- Ennakkoluulot yleisiä ja johtuvat pääasiassa tiedon puutteesta.
- Markkinan koon ja erilaisen tuotevalikoiman tuomat mahdollisuudet tunnistetaan.
- Kuitenkin vain harvat yritykset tähtäävät strategisesti Venäjän verkkokauppa-markkinoille.

Yritysten kokemat esteet Venäjän verkkokauppamyynnin aloittamiseen



Tiedon puute



- Suurin este Venäjän verkkokauppamarkkinoihin liittyen, koska se aiheuttaa vääriä ennakkoluuloja ja siten estää yrityksiä aloittamasta verkkokauppamyyntiä Venäjälle.
- Esteestä voitaisiin päästä yli tarjoamalla yrityksille tietoa Venäjän verkkokauppamarkkinoista.

Kielimuuri

- Kielimuuri on toinen merkittävä este, koska se estää yrityksiä kohdistamasta markkinointia venäläisiin asiakkaisiin ja tarjoamaan parasta mahdollista asiakaspalvelua, koska asiakaspalveluun ei ole yhteistä kieltä.
- Kielimuuri voitaisiin ylittää tarjoamalla kohtuuhintaisia käännöspalveluita yrityksille. Yrityksillä on myös mahdollisuus ulkoistaa Venäjän verkkokauppasivustonsa.



Ongelmat toimituksissa

- Useammalla haastatellulla yrityksellä oli ollut ongelmia tuotteiden palautuksiin tai vaihtoihin liittyen.
 - Kaivataan selkeää protokollaa palautusten ja vaihtojen käsittelemiseksi.
- Joskus turhia tarkastuksia rajalla, jotka johtavat toimitusten viivästymisiin.



Kehitysideoita Venäjälle suuntautuviin cross-border pakettitoimituksiin

- Yrityksille suunnattu tietopaketti Venäjän verkkokaupamarkkinoista ja niiden toimitusprosessista.
- Toimitusten kehittäminen loppuasiakkaan näkökulmasta.
- Tullausprosessi mahdollisimman selkeäksi ja automatisoiduksi.

Kiitos!

Lisätietoja: iina.laakso@oulu.fi