

Handel elektroniczny w Rosji ma ogromny potencjał wzrostu. Rosną bowiem wskaźniki dostępu do Internetu, następuje wzrost popytu wewnętrznego, a także zrozumienie korzyści uzyskiwanych dzięki transakcjom on-line dokonywanym przez duże i średnie przedsiębiorstwa.



Fot. Lotus Head

Maria Jerczyńska

Handel elektroniczny w Rosji

Co wiedzieliśmy do tej pory o zaawansowaniu e-handlu w Rosji? Nic, lub prawie nic, ale od czerwca ub. r. możemy już wiedzieć znacznie więcej. Zadbalo o to stowarzyszenie Russian eMarket Participants National Association (NAUET), współpracujące z europejską agendą eMarket Services Research, która opublikowała pierwsze aktualne informacje z tej dziedziny. Nie stanowią one jeszcze kompleksowego raportu, ale zawierają konkretne przykłady w segmentach B2B, B2C oraz B2G.

B2B – Business to Business

W tym segmencie rozwijane są głównie platformy handlowe. W 2003 roku szczególnie

wzrosła ich ilość w sektorze energii oraz w sektorze metalurgicznym.

Na większości z nich kupujący i sprzedający lokują swoje oferty i propozycje oraz prezentowane są informacje analityczne. Jedynym wyjątkiem jest platforma B2B-Energo, która umożliwia także dokonywanie zmian cen aukcyjnych. Platforma eMatrix natomiast, specjalizująca się w handlu urządzeniami komputerowymi, ma nieco mniejszą funkcjonalność niż inne, za to ogromną ilość kupujących i sprzedających.

Przykładowe największe platformy handlowe funkcjonują w przemyśle ciężkim (patrz tabela).

Funkcjonują także inne platformy elektroniczne, tworzone przez wielkie rosyjskie przedsiębiorstwa, na przykład w dziedzinie medycyny, rolnictwa, stali, petrochemii. Ogólna wartość transakcji elektronicznych za pomocą platform osiągnęła w 2003 roku ponad 300 mln dolarów.

Co najbardziej utrudnia szybszy i znacznie szerszy zasięg korzystania z elektronicznych platform handlowych? Powodów jest kilka:

- niedostateczna promocja i zachęta ze strony ich organizatorów wśród uczestników rynku.

- niski poziom użyteczności tych systemów, wyrażający się w nie dość precyzyjnych klasyfikacjach produktów, rejestrach i kodach dostawców i odbiorców, funkcjach wyszukiwania
- problemy prawne, zwłaszcza trudności z uwierzytelnianiem dokumentów elektronicznych poprzez podpis elektroniczny
- brak infrastruktury umożliwiającej identyfikację użytkowników
- brak poufności transakcji.

B2C – Business to Consumer

Rozwój handlu elektronicznego i sklepów internetowych w segmencie B2C w ostatnich kilku latach uzyskał nowy impuls w postaci wzrostu popytu konsumentów, wspartego środkami kredytowymi. **Łączny szacunek wartości obrotów handlu elektronicznego w segmencie B2C w roku 2003 wyniósł prawie 500 mln dolarów, co stanowiło ok. 10-15 proc. obrotów całego handlu detalicznego.**

Handel elektroniczny obejmuje najczęściej takie towary, jak urządzenia komputerowe, audio-wizualne, książki, produkty video oraz muzyczne.

Charakterystyki największych platform handlowych w przemyśle rosyjskim w 2003 r.

Nazwa platformy	Rok powstania	Liczba rocznych transakcji	Obroty w euro	Liczba uczestników
Energia „B2B-Energo” (www.b2b-Energo.ru)	2003	1 737	880 008	1 643
Ropa i gaz „Industrial marketing system” (www.inmarsys.ru)	2000	–	206 077 000	15 603
Produkty naftowe „Oil products trading floor” (www.nge.ru)	2000	2 099	209 962 273	3 032
Metale „Emetex” (www.emetex.ru)	2000	384	261 504 (t)	195
Komputery „eMatrix”	2003	179 473	83 580 918	3 211
Urządzenia elektryczne „Tradecable” (www.tradecable.ru)	2001	–	–	1 656

Sposób sprzedaży on-line przypomina powszechnie stosowane modele. Występują więc sklepy internetowe, tworzone przez duże firmy handlowe. Inne kreowane są przy współpracy dużych firm i korzystające z ich struktury logistycznej (np. www.smarton.ru, www.003.ru), jeszcze inne łączą się w holding, specjalizujący się w sprzedaży określonych grup towarowych czy usług (*eHouse holding*).

Głównymi przeszkodami w szybszym rozwoju handlu elektronicznego w segmencie B2C są:

- niski jeszcze poziom stosowania kart płatniczych do płacenia via Internet, co wiąże się z brakiem zaufania co do bezpieczeństwa transakcji
- znaczne koszty promocji witryn wśród potencjalnych nabywców
- niski nadal poziom przyjazności sklepów internetowych dla większości kupujących, wyrażający się w funkcjach szukania, zamawiania, zapłaty, kredytowania, usług
- trudności związane z opracowaniem niezawodnego systemu logistycznego (magazynowanie towarów, dostawy we właściwym czasie)
- brak dostępu do Internetu większości potencjalnych klientów.

Prace nad przygotowaniem niezbędnej infrastruktury wymagają więc wielu jeszcze działań i to w skali tego wielkiego kraju.

B2G – Business to Government

Handel elektroniczny w tym segmencie, koncentrujący się głównie na zamówieniach publicznych, jest w Rosji najbardziej dynamiczny. W 2003 roku zwiększył się w stosunku do 2002 o ok. 14 razy, osiągając poziom 140 mln dolarów.

Tak duży wzrost zamówień dokonywanych on-line był spowodowany przede wszystkim zmniejszeniem kosztów transakcyjnych z uwagi na prostszą dokumentację. Niemalą rolę odegrało też obniżenie cen zakupów, z uwagi na ostrą konkurencję między dostawcami. Wymiana zaś informacji i przepływ dokumentów okazały się nieporównywalnie szybsze.

Systemy elektronicznych zamówień publicznych funkcjonują już w 6. regionach kraju, w 5. dalszych znajdują się w stadium wdrażania. W niektórych regionach już ponad 80 proc. całości zamówień publicznych jest realizowanych on-line, co zapewnia oszczędności kosztów wysokości ok. 10 proc. wartości obrotów.

Rozwój ten na szczeblu regionów jest oparty na lokalnych aktach prawnych, przygotowanych właśnie z myślą o zamówieniach publicznych. Zamówienia on-line już w pierwszym roku działania oszczędziły w tych regionach ok. 15 proc. środków budżetowych. Stanowią one ok. 0,5 proc. ogólnej wartości zamówień publicznych w Federacji Rosyjskiej. Odsetek ten jest jeszcze mały w porównaniu z krajami zaawansowanymi w technologii IT, np. w USA 5 proc., Szwecji 20 proc., w Norwegii 25 proc., czy w Irlandii 11 proc.

Trudniejsze będzie osiągnięcie znaczącego wzrostu w skali całej Federacji, właśnie z powodu braku ogólnych uregulowań prawnych oraz odpowiedniego systemu regulacyjnego. Jednak pierwsze wyniki są i na tym poziomie, mianowicie Ministerstwo Energii Atomowej dysponuje już swoją pierwszą platformą handlową. Na początku 2004 roku Ministerstwo Rozwoju Ekonomicznego i Handlu, w imieniu rządu rosyjskiego, opublikowało projekt utworzenia w połowie tego roku portalu, informującego o planowanych zamówieniach publicznych i zakupach.

* * *

Handel elektroniczny w Rosji ma ogromny potencjał wzrostu. Rosną bowiem wskaźniki dostępu do Internetu, następuje wzrost popytu wewnętrznego, a także zrozumienie korzyści uzyskiwanych dzięki transakcjom on-line dokonywanym przez duże i średnie przedsiębiorstwa. Ogólnie ocenia się, że wartość obrotów handlu elektronicznego w omawianych trzech segmentach już wykazuje wzrost dynamiczny, stabilny, nie ulegający żadnym zagrożeniom.

Opracowano na podstawie „The development of electronic commerce in Russia”

Tabele zawierające wzrost sprzedaży internetowej, zamówień publicznych i wartość obrotu w e-handlu w Rosji publikujemy na stronie www.e-fakty.pl