

4 listopada 2021 roku

Nowy raport GS1: jak oni e-handlują?

Publikacja „Cross-border e-commerce. Standardy GS1 w logistyce transgranicznej” przedstawia wyniki badań analizujących transgraniczny handel online z perspektywy polskiej, zarówno od strony sprzedawców, jak i kupujących. Okazuje się, że rodzime firmy coraz śmielej wychodzą na zagraniczne rynki i platformy marketplace, coraz częściej stosując globalne standardy znakowania GS1.

Cross-border e-commerce (EBEC) to towary, które fizycznie przekraczają granice państw w następstwie transakcji zawartych elektronicznie – i to w obie strony, tzn. jako eksport i import. Choć transgraniczny handel online zyskuje na popularności, nie był dotychczas szeroko rozpoznany jako zjawisko. Tego zadania podjęli się eksperci z Sieci Badawczej Łukasiewicz – Instytutu Logistyki i Magazynowania na zlecenie organizacji GS1 Polska.

Przeprowadzone badania empiryczne zostały podzielone na cztery etapy: indywidualne wywiady pogłębione (IDI), grupowe wywiady pogłębione (FGI) oraz ankiety w formie elektronicznej (CAWI). Przebadano w sumie 304 osoby reprezentujące podmioty gospodarcze prowadzący sprzedaż towarów przez internet poza granice Polski – sprzedawców internetowych (właściciele podmiotów bądź osoby pełniące funkcje zarządcze). Łącznie zrekrutowano 10 ekspertów, sprzedawców CBEC minimum średniego szczebla oraz ekspertów branżowych z przynajmniej 5-letnim doświadczeniem w e-commerce, a także 303 konsumentów, którzy w ciągu ostatnich 12 miesięcy dokonali co najmniej jednego zakupu towaru przez Internet od sprzedawcy z zagranicy.

– Cross-border e-commerce pociąga za sobą wiele wyzwań o charakterze logistycznym, ale również prawnym i finansowym, nierzadko determinowanym wielokulturowością. Opracowany przez nas raport przedstawia analizę rynku CBEC wraz potencjałem jego rozwoju oraz identyfikuje specyficzne cechy logistyki tej formy handlu – mówi prof. Arkadiusz Kawa, Dyrektor Łukasiewicz - ILiM.

Rozwój mimo wyzwań

Jak wynika z badań GS1, handel transgraniczny w Polsce jest obecnie dobrze rozwinięty, z perspektywą na dalszy wzrost. Polscy sprzedawcy internetowi potwierdzają duże zainteresowanie tym kanałem sprzedaży, podkreślając szerokie perspektywy, które daje CBEC, w tym możliwość dotarcia do nowych rynków czy rozwoju marki. Choć dane ilościowe dotyczące wielkości zamówień czy wielkości obrotów wynikających bezpośrednio z obsługi CBEC wciąż nie są imponujące, polscy sprzedawcy coraz śmielej robią kroki w tym kierunku. Jednocześnie e-sprzedawcy potwierdzają występowanie wielu wyzwań i barier, m.in. prawo handlowe, barierę językową, skomplikowane procedury formalne i finansowe.

Mimo wielu barier sprzedawcy chętnie poznają rynek zagraniczny i próbują na niego wejść bezpośrednio lub poprzez portale marketplace, które istotnie napędzają rozwój CBEC w Polsce. 77% przebadanych sprzedawców internetowych deklaruje współpracę z marketplace – nawet sprzedawcy, którzy posiadają własny sklep internetowy, dodatkowo korzystają z pośrednictwa platform internetowych – komentuje Magdalena Krasoń-Wałęsiak, Menedżer s. eCommerce w GS1 Polska.

Największą popularnością cieszą się Allegro, Amazon oraz eBay, choć ich popularność nie idzie w parze z wysokim poziomem zadowolenia sprzedawców. Najwyższe noty w zakresie zadowolenia ze współpracy z marketplace otrzymał AliExpress.

Polscy sprzedawcy internetowi mają wysoką świadomość znaczenia logistyki w organizacji dostaw zagranicznych, jednak badanie nie potwierdziło występowania „numeru 1” wśród polskich sprzedawców w zakresie logistycznej obsługi CBEC. Sprzedawcy w dużej mierze starają się obsługiwać logistycznie sprzedaż zagraniczną stosując różnorodne formy wysyłki dopasowane do potrzeb klientów.

Marketplace'y trzymają się mocno

Po stronie popytowej CBEC badania wykazały duże zainteresowanie polskich klientów produktami zagranicznymi, oferowanymi w sklepach i na platformach internetowych. Klienci sięgają do zagranicznych sklepów online głównie z powodu szerszego asortymentu, lepszej ceny lub „nietykowości”, czyli niedostępności w Polsce.

Konsumenci wysoko oceniają poziom obsługi klienta w sklepach zagranicznych i podkreślają, że wydłużony czas oczekiwania na przesyłkę nie jest istotnym minusem CBEC. Mają bardzo konkretne wymagania jakościowe co do towaru, wymagają, by dotarł nieuszkodzony i by

jego jakość była zgodna z oczekiwaniami i opisem sprzedawcy, co niestety nie zawsze ma miejsce.

Klienci CBEC również podkreślili istotną rolę marketplace'ów w rozwoju polskiego CBEC jako popularnego pośrednika w zakupie towarów online z zagranicy. Najczęściej jest to AliExpress, którego wybór deklaruje 72% badanych, za nim Amazon, a następnie eBay.

Znaczenie standardów GS1 rośnie

Jak wynika z raportu GS1 standardy GS1 nie są jeszcze powszechnie stosowane przez sklepy internetowe w CBEC, choć świadomość ich znaczenia i pozytywnej roli jest większa. Aż 71% badanych sprzedawców potwierdziło, że wykorzystuje numer GTIN jako identyfikator produktu w obrocie międzynarodowym.

Co więcej, aż 83% sprzedawców z tej grupy potwierdza, że jest to dla nich podstawowy atrybut identyfikujący produkty, aż 86% zamieszcza numery GTIN na karcie produktowej, a 78% sprzedawców umieszcza GTIN w danych strukturalnych stron internetowych. Takie wyniki pozwalają optymistycznie spojrzeć na dalszy rozwój identyfikatorów produktów w internetowym handlu transgranicznym.

– Wyniki przeprowadzonych badań i analiz wskazują na perspektywiczny charakter CBEC w Polsce. Zidentyfikowane bariery rozwoju tego zjawiska mogą być w dużej mierze skutecznie niwelowane poprzez zastosowanie standardowych identyfikatorów GS1, m.in. w zakresie identyfikacji produktów (GTIN) czy przesyłek (SSCC). W związku z tym zalecamy pilotażowe wdrożenia standardów GS1 w obszarze internetowej sprzedaży transgranicznej – podsumowuje Magdalena Krasoń-Wałęsiak.

Raport do pobrania tutaj: <https://cutt.ly/FR8zrVb>

###

Kontakt:

Marta Szymborska, Menedżer ds. Komunikacji, PR i CSR

e-mail: marta.szymborska@gs1pl.org; tel. kom.: 887 889 705

GS1 Polska – zarządza Systemem GS1 w Polsce. Jako jedyna upoważniona organizacja przyjmuje firmy i instytucje z Polski i UE do Systemu GS1 oraz nadaje im uprawnienia do stosowania kodów kreskowych GS1. Wspiera Uczestników Systemu w efektywnym wdrażaniu standardów GS1, stanowiących zbiór wielobranżowych rozwiązań i narzędzi



identyfikacyjnych oraz komunikacyjnych. Opracowuje rozwiązania krajowe oraz bierze aktywny udział w rozwijaniu globalnych standardów i nowych zastosowań.

Więcej informacji www.gs1pl.org