

РОЗНИЧНЫЙ ЭКСПОРТ

ТОВАРОВ ЧЕРЕЗ
ИНТЕРНЕТ

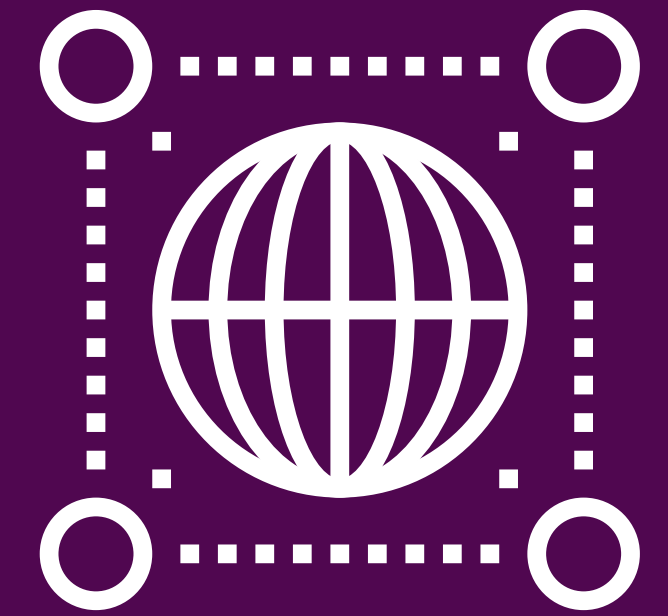
2019

DATA
insight

ebay

МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

Для оценки рынка розничного онлайн-экспорта мы создали модель, описывающую объем рынка в деньгах и заказах и их распределение по товарным категориям, странам назначения и регионам отправки.



ДЛЯ ПОСТРОЕНИЯ МОДЕЛИ МЫ ИСПОЛЬЗОВАЛИ:

1 Данные об экспортной выручке и объеме заказов крупных российских интернет-магазинов, их распределение по странам и товарным категориям

2 Данные о зарубежных отправлениях Почты России и других логистических компаний в разрезе стран

3 Данные о структуре экспортных продаж на eBay

4 Данные опроса экспортеров, продающих через маркетплейсы, в частности: средний чек, товарные категории, использование услуг логистических компаний

5 Собственные и публичные дополнительные данные: внутрироссийский оборот интернет-магазинов, их средние чеки продаж в России, распределение трафика, среднегодовой курс доллара США ЦБ РФ и другие

ТАКЖЕ В СОСТАВЕ ИССЛЕДОВАНИЯ:

- Экспертные интервью с сервисными компаниями
- Сравнение условий онлайн-экспорта из разных стран
- Интервью с онлайн-экспортерами на eBay

ПРОГНОЗ ОБЪЕМА РОЗНИЧНОГО ОНЛАЙН- ЭКСПОРТА МАТЕРИАЛЬНЫХ ТОВАРОВ В 2019 ГОДУ

Оценка проведена по первым 3 кварталам 2019 года

817 ^{млн}
\$

ОБЪЕМ РЫНКА

Оценка включает:

- Зарубежные заказы российских интернет магазинов, включая оформление заказов покупателями из-за рубежа через сайт, соцсети, другие каналы, а также продажи через представительства и сайты магазина в доменах других стран
- Зарубежные заказы мелких и средних экспортеров, получаемые через платформы продаж, включая мировые маркетплейсы и социальные сети
- Объемы продаж без учета НДС
- Объемы продаж без учета возвратов

15,7 ^{млн}

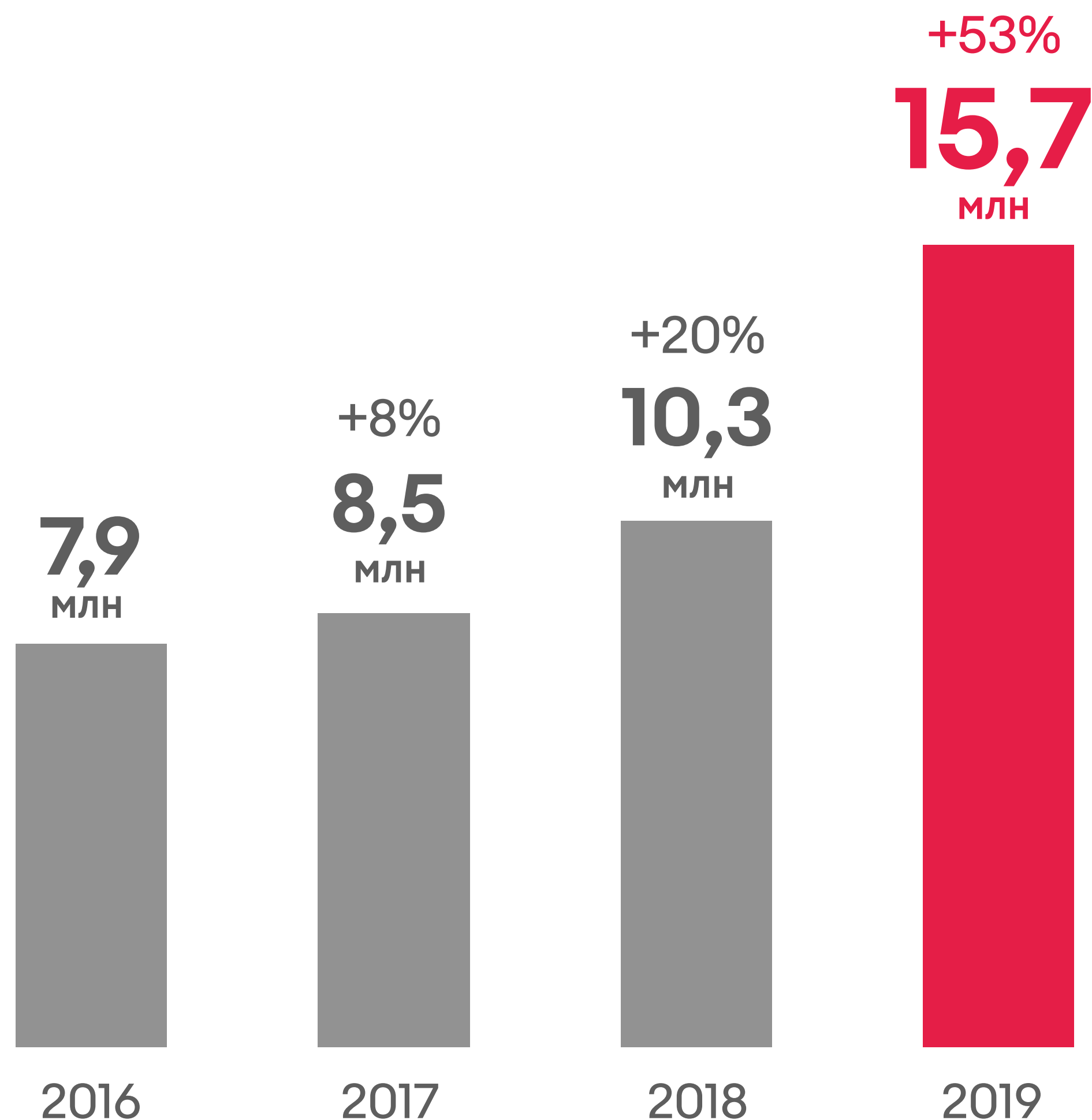
КОЛИЧЕСТВО ОТПРАВОК

52 \$

СРЕДНИЙ ЧЕК

ДИНАМИКА ЗАРУБЕЖНЫХ ЗАКАЗОВ У РОССИЙСКИХ ОНЛАЙН-ЭКСПОРТЕРОВ

Оценка проведена по первым 3 кварталам 2019 года



Количество заказов из-за рубежа у российских онлайн-продавцов растет на фоне снижения среднего чека. За год средний чек в онлайн экспорте снизился с \$62 в 2018 до \$52 (прогноз) в 2019 году.

РОСТ ЧИСЛА ЗАКАЗОВ С ОДНОВРЕМЕННЫМ СНИЖЕНИЕМ СРЕДНЕГО ЧЕКА ОБУСЛОВЛЕН НЕСКОЛЬКИМИ ФАКТОРАМИ:

- покупатели стали дробить заказы – стоимость и условия доставки перестают быть барьером при покупке
- в экспортную торговлю приходят новые продавцы с недорогими товарами
- продолжается перераспределение направления экспорта в пользу СНГ с более низким чеком, чем в странах дальнего зарубежья

ДИНАМИКА ВЫРУЧКИ РОЗНИЧНОГО ОНЛАЙН-ЭКСПОРТА

Оценка проведена по первым 3 кварталам 2019 года

430
млн

2016

550
млн

2017

+28%

659
млн

2018

+20%

817
млн

2019

+24%



О КОРРЕКТИРОВКЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ 2018 ГОДА

В ходе исследования 2019 года нами был скорректирован прогноз, сделанный в ходе исследования 2018 года на основе данных за первые 3 квартала 2018 года

КОРРЕКТИРОВКА ВКЛЮЧАЕТ ДВА КЛЮЧЕВЫХ ПУНКТА:

1 Корректировка вниз
итогового объема экспорта
в страны СНГ нескольких
крупных игроков

2 Корректировка вниз объема экспортных заказов,
перевозимого Почтой России, в которые были включены
отправления FanID перед Чемпионатом мира по футболу
2018 года (250 000 отправок)

-87 млн
\$

**СОВОКУПНЫЙ ОБЪЕМ
КОРРЕКТИРОВОК**

659 млн
\$

**ИТОГОВЫЙ ОБЪЕМ РОЗНИЧНОГО
ОНЛАЙН-ЭКСПОРТА ЗА 2018 ГОД**

СТРУКТУРА РОЗНИЧНОГО ОНЛАЙН-ЭКСПОРТА

Две трети выручки и одна треть заказов розничного онлайн-экспорта приходится на долю средних и мелких продавцов, торгующих через платформы продаж

- Маркетплейсы
- Интернет-магазины

31%
4,8 млн

посылок будут заказаны через маркетплейсы, в первую очередь — через международные платформы eBay и Amazon



67%
548 млн \$

Выручки экспортеров придется в 2019 году на платформы продаж



33%
269 млн \$

Выручки составит вклад интернет-магазинов в розничный онлайн-экспорт

69%
10,9 млн

посылок будут заказаны в российских интернет-магазинах на их сайтах, через представительства, соцсети и другие каналы

ДИНАМИКА КОЛИЧЕСТВА ОНЛАЙН-ЭКСПОРТЕРОВ ПО ДАННЫМ АККАУНТОВ НА ЕВАУ

Количество экспортеров растет

25 388

2018

29 131

2019

ДИНАМИКА РОСТА
КОЛИЧЕСТВА
ЭКСПОРТЕРОВ
НА ПЛОЩАДКЕ

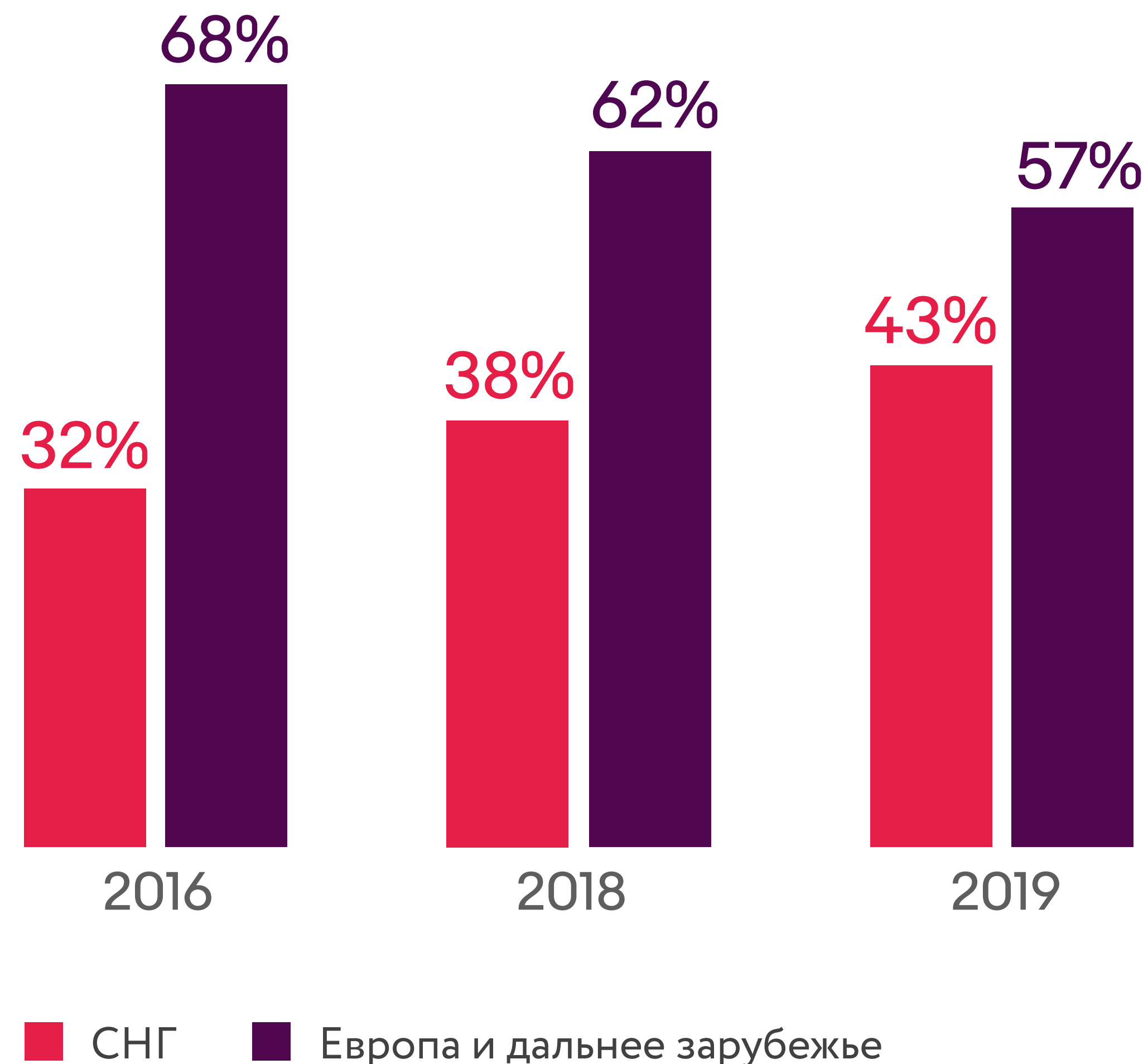
14%

ИЗМЕНЕНИЕ НАПРАВЛЕНИЯ РОЗНИЧНОГО ОНЛАЙН-ЭКСПОРТА 2016 – 2019 ГГ.

Сохраняется тренд на рост доли стран СНГ в структуре российского розничного онлайн-экспорта.

По прогнозу на конец 2019 года доля стран СНГ в экспортной выручке российских продавцов достигнет 43%.

Тренд обусловлен действиями крупнейших игроков, которые активно развивают продажи на соседних рынках. Wildberries наращивает продажи во всех, уже четырех не считая России, странах своего присутствия в СНГ. Ламода считает СНГ приоритетным для себя направлением экспорта.



СНГ В ПРИОРИТЕТЕ

«Lamoda — ведущая онлайн-платформа по продаже товаров, связанных с модой и образом жизни, в России и СНГ. Помимо России, Lamoda есть в Казахстане, Украине и Белоруссии. Эти страны — более 10% нашего бизнеса и важное стратегическое направление для Lamoda. К слову, мы были первым российским онлайн-ритейлером в области fashion & lifestyle, который начал продажи в Казахстане в 2012 году.

Экономическую ситуацию в странах СНГ сегодня нельзя назвать безоблачной, тем не менее, в 2019 году Lamoda показала рост во всех странах своего присутствия. В 2020 году мы ожидаем значительный рост в СНГ за счет расширения доступного ассортимента, открытия новых ПВЗ и инвестиций в маркетинг. Мы верим, что в 2020 году СНГ станет одним из самых быстрорастущих направлений бизнеса Lamoda.

Что касается перспектив кроссбордерных онлайн-продаж модных товаров из России, в основном они сосредоточены именно в странах СНГ. При поставках в ближнее зарубежье, российские игроки могут обеспечить уникальный ассортимент и привлекательную цену. На данный момент Lamoda не планирует выходить в дальнее зарубежье, не исчерпав своих возможностей в регионах присутствия».



**ЮЛИЯ
НИКИТИНА**

управляющий
директор
по цифровому
маркетингу
и продукту
Lamoda Group

СНГ В ПРИОРИТЕТЕ

«Компания Wildberries динамично наращивает масштабы своей работы во всех странах присутствия — России, Армении, Беларуси, Казахстане и Киргизии. Так, в 1 полугодии 2019 г. мы увеличили собственную сеть пунктов выдачи заказов, оборудованных удобными примерочными кабинами, на 1800 точек, из них за пределами России – 154. Всего за 2019 г. компания планирует открыть свыше 4 тыс. ПВЗ.

Мы продолжаем расширять ассортимент товаров, реализуемый за пределами страны, наиболее высокая динамика оборота в 1 п. 2019 года отмечена в категориях DIY, автотоваров, бытовой техники и электроники, beauty, детских товаров, спорта и т.д.

Мы ожидаем дальнейшего роста рынков интернет-торговли во всех странах нашего присутствия на территории ЕАЭС. Основным сдерживающим фактором экспорта за пределы Таможенного Союза остаются налоговые и законодательные ограничения различных стран, которые требуют изменений. На наш взгляд, e-commerce уже «дорос» до того этапа, когда его нужно выделять в отдельное направление отрасли и, соответственно, формировать отдельную законодательную базу.»



**КРИСТИНА
СПИРЕВА**

директор
по экспорту
Wildberries

СТРАНОВАЯ СТРУКТУРА РОЗНИЧНОГО ОНЛАЙН-ЭКСПОРТА В 2019 г.

Страны СНГ	2018	2019
Беларусь	17,5 %	21,8 %
Казахстан	13,7 %	12,9 %
Украина	6,6 %	4,6 %
Другие страны СНГ		3,5 %

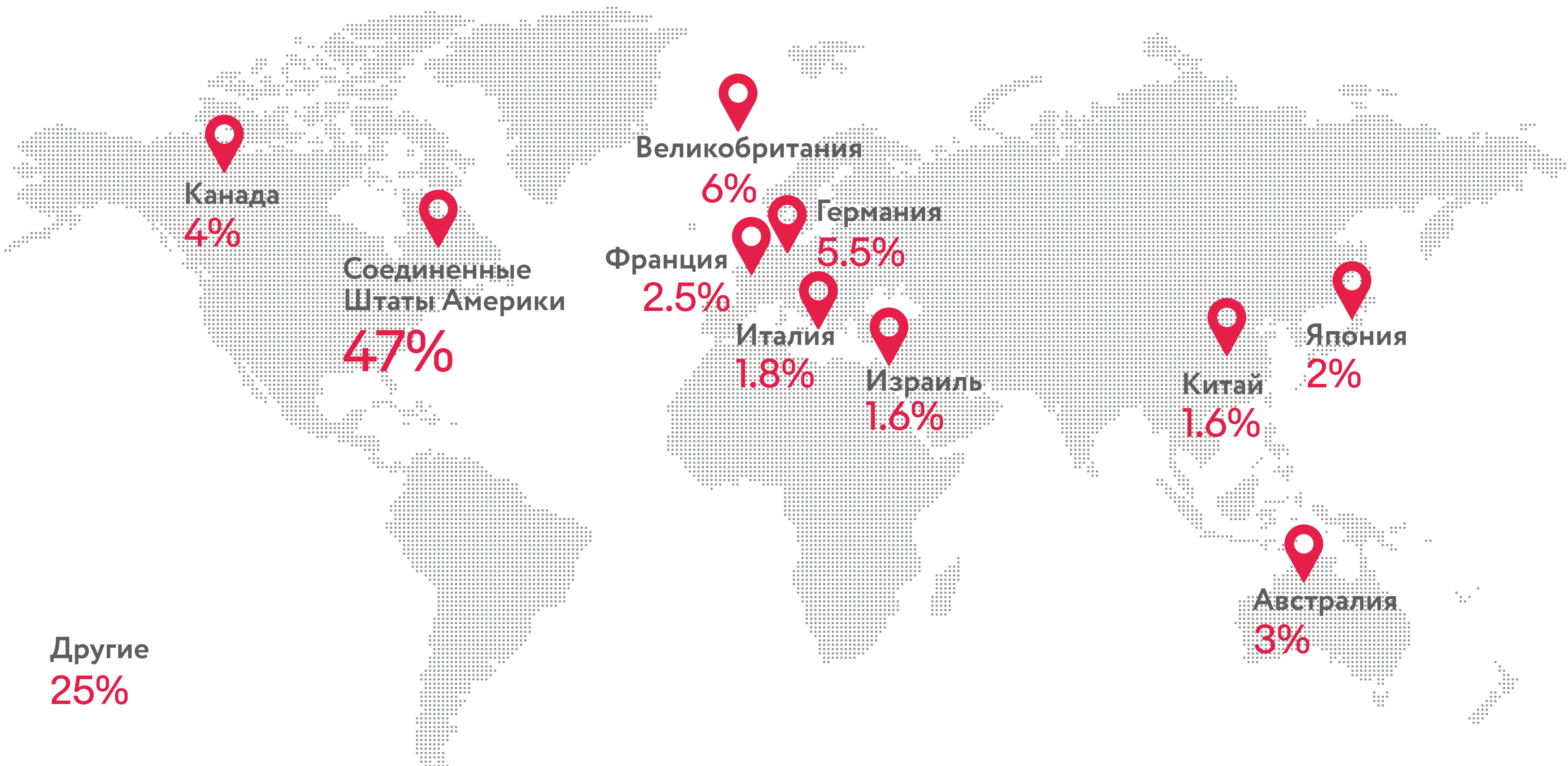
Страны дальнего зарубежья	2018	2019
США	17,6 %	20,4 %
Германия	4,5 %	4,3 %
Великобритания	3,8 %	3,8 %
Франция	2,4 %	2,3 %
Канада	2,2 %	2,3 %
Израиль	2,0 %	2,2 %
Китай	2,4 %	1,9 %
Другие страны дальнего зарубежья	27,4 %	20 %

Растет онлайн-экспорт как в страны СНГ, так и в страны дальнего зарубежья. Лидирующим направлением экспорта среди стран СНГ остается Беларусь, среди стран дальнего зарубежья — США.

Дальнее зарубежье — приоритетное направление экспорта СМБ через платформы продаж. Крупные интернет-магазины сосредоточены на развитии экспорта в страны таможенного союза, создавая тем самым экспортную инфраструктуру, которой в дальнейшем сможет воспользоваться и малый бизнес.

Данные: распределение долларовой выручки, прогноз на 2019 год

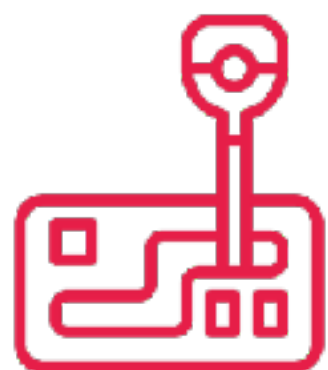
СТРАНОВАЯ СТРУКТУРА ЕВАУ



СТРАНЫ. МНЕНИЯ ЭКСПОРТЕРОВ ЕВАУ

«90 % — США.
Возможность
экономическая лучше,
ситуация лучше,
покупательская
способность больше».

Сергей Б., автозапчасти



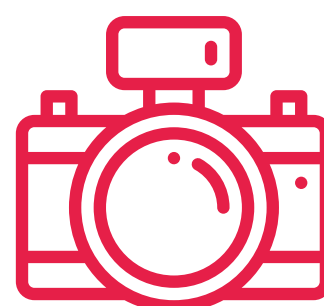
«Из Америки 40 %.
30 % из Азии,
Камбоджа, Вьетнам.
15 % из Европы.
Америка заказывает
больше, потому что
доставка дешевле».

Сергей Л., телефоны
и комплектующие



«В большей части
это США, Канада.
На европейцев
меньшее
количество заказов
приходится. 70 %
это США и Канада,
и 30 % Европа.
Возможно, в связи
с благосостоянием
населения».

Виталий К.,
фототовары



«США, Израиль.
Потому что в Израиле
дороговато, по
спортивной
профессиональной
обуви спрос у них
большой, а в США
практически
отсутствуют сборы
таможенные»

Олег Ч., обувь / игрушки



«США, Израиль,
Великобритания,
Канада. У них
электронная
торговля и PayPal
наиболее развиты.
С США 40 %,
по 20 % у Израиля
и Великобритании,
ну и по 10 %
у Канады
и Австралии»

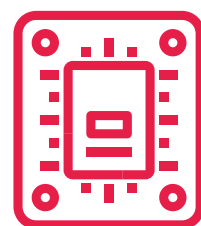
Николай Ш., ремешки
и браслеты для часов



СТРАНЫ. МНЕНИЯ ЭКСПОРТЕРОВ ЕВАУ

«Самая перспективная страна, она сама вышла на первый план — **США**. Вряд ли есть необходимость менять расстановку акцентов. Сам рынок так сформировался»

Сергей Г., компьютерные комплектующие

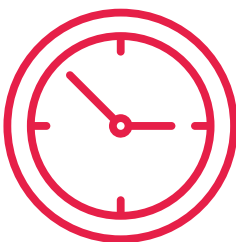


«**Франция, Великобритания**, где экономический уровень больше, покупательская способность больше и проблем меньше возникает».

Сергей Б., автозапчасти

«Проще всего, наверное, продавать в **США**. Продавать интересно, где с получателя не берут никакой пошлины. **Канада, Япония**».

Игорь Г., часы



«Более выгодно в **Европу** по тарифам за доставку, дешевле».

Дмитрий М., автозапчасти

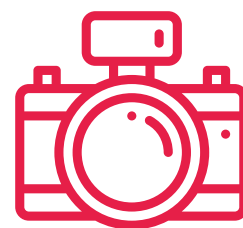
«**Китай**. Китайцев больше миллиарда, китайцы очень платежеспособные, сейчас путешествуют по всему миру больше всех, у них много денег, у них перспективы, страна богатеет год от года».

Николай, наручные часы



«**Китай** перспективная страна. Экономика. Заказов оттуда очень мало поступает. Если осваивать рынок, то этот в большей степени»

Виталий К., фототовары



«**Германия**. Потому что люди пользуются активно там интернет-площадками для покупки вещей, ну и большое население».

Артем П., электроника/одежда



РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ВЫРУЧКИ РОЗНИЧНОГО ОНЛАЙН-ЭКСПОРТА ПО ТОВАРНЫМ КАТЕГОРИЯМ



Данные: распределение долларовой выручки, прогноз на 2019 год

ЛИДЕРЫ РОСТА

Fashion

2019 **39 %**

2018 **36 %**

Автозапчасти и аксессуары

2019 **8 %**

2018 **4 %**

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ЭКСПОРТА ПО ТОВАРНЫМ КАТЕГОРИЯМ ЕВАУ



28%

Мода



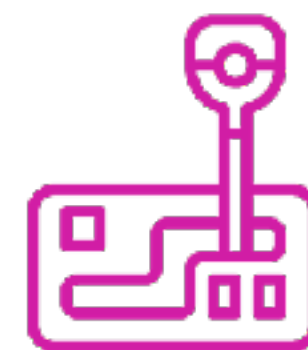
22%

Коллекционные
товары



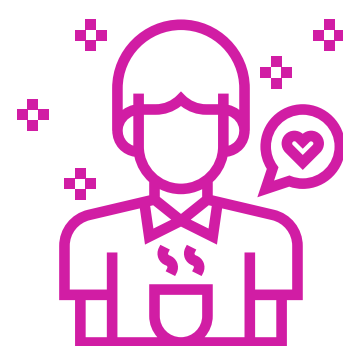
16%

Электроника



11%

Запчасти



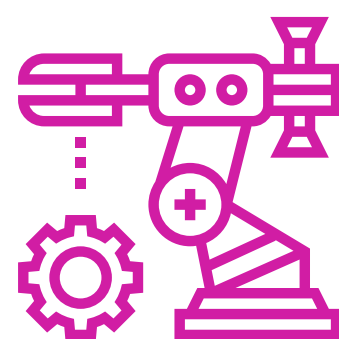
7%

Лайфстайл



6%

Дом и сад



6%

Бизнес и
промышленные
товары



3%

Медиа

САМЫЕ
ДИНАМИЧНЫЕ
КАТЕГОРИИ 2019

+24%
YoY

Красота и
здоровье

+10%
YoY

Дом и сад
(мебель)

+9%
YoY

Запчасти

ПЕРСПЕКТИВЫ ОНЛАЙН-ЭКСПОРТА КАТЕГОРИИ FASHION

«На Farfetch сегодня представлено более 2200 дизайнеров, в том числе и русские дизайнеры, которые доступны нашим покупателям в 190 странах мира. В данный момент мы сотрудничаем с русскими дизайнерами через наши партнерские бутики, а не напрямую, что связано с определенными ограничениями в Российском законодательстве. Со своей стороны мы делаем все возможное, чтобы предоставить нашим локальным партнерам в России все возможности Farfetch вне зависимости от месторасположения бутика или склада бренда. Мы в том числе работаем с рядом партнеров по изменению законодательства, чтобы открыть границы и дать доступ местным игрокам к огромной мировой аудитории, влюбленной в моду».



**VAKHTANG
AKIRTAVA**

Farfetch,
Operating
Director Russia
& CIS

ПЕРСПЕКТИВЫ ЭКСПОРТНОЙ ОНЛАЙН-ТОРГОВЛИ

«Объёмы рынка мировой и российской электронной торговли стремительно растут – по прогнозам к 2022-2024 году глобальный рынок превысит 5 трлн долларов, внутренний – 3-4 трлн рублей. Для нас такая динамика имеет особенное значение, т.к. Почта России как логистический и почтовый оператор с интеграцией и электронным обменом данными с ФТС доставляет порядка 95% посылок из зарубежных интернет-магазинов.

В этом году мы рассчитываем, что доля нашего международного бизнеса составит 20% от общего оборота компании – с перспективой выйти через несколько лет как минимум на 50%. В планах для увеличения объемов и сокращения сроков доставки – развитие услуги end-to-end и создание сети консолидационных дистрибуторских складов в максимальной близости к конечному получателю.

Мы работаем над тем, чтобы были сняты барьеры в цифровой торговле российскими товарами на зарубежных рынках, что позволит потенциально увеличить объем экспорта в 10 раз. В этом году в структуре экспортных отправок Почты России наибольший рост показали экспресс-отправления – около 50% по отношению к предыдущему году.

Для расширения рынка онлайн-торговли мы развиваем трехуровневую логистическую систему в России, состоящую из 38 логистических центров общей площадью более 400 тыс. м²., которая позволит увеличить объемы обработанных отправок и доставлять товары из интернет-магазинов за пару дней.»



**АЛЕКСЕЙ
СКАТИН**

Первый
заместитель
генерального
директора по
электронной
коммерции
АО «Почта
России»

ПЕРСПЕКТИВЫ ЭКСПОРТНОЙ ОНЛАЙН-ТОРГОВЛИ

«Для динамичного развития российской экспортной электронной торговли есть множество стимулов:

- Запущены различные акселераторы по экспортной торговле (РЭЦ совместно со Сбербанком, Минэком, ВТБ),
- Региональные центры поддержки экспорта начали финансово помогать российским компаниям в покупке аккаунтов на торговых площадках,
- Появляется все больше сервисных компаний, готовых помочь компании организовать экспортную интернет-торговлю «под ключ».

Однако главный катализатор роста отрасли в другом. Российский бизнес осознал, что может побороться за покупателя не только из стран Таможенного союза, но и из стран дальнего зарубежья. Каждую неделю мне приходят приглашения из разных регионов России. Меня просят приехать и рассказать местным предпринимателям про способы выхода на международный рынок. Есть встречные запросы от инфраструктурных игроков международной электронной торговли: коллеги выходят с инициативой помочь российским предпринимателям начать экспортную деятельность через свои мощности. Самое приятное, что инициатива предпринимателей и инфраструктурных игроков постепенно трансформируется в конкретные результаты!»



**АРМЕН
МАНУКЯН**

ex-Руководитель
проекта по
развитию
цифровых услуг,
РЭЦ

ПЕРСПЕКТИВЫ ЭКСПОРТНОЙ ОНЛАЙН-ТОРГОВЛИ

В первом квартале 2019 года экспортное направление в Ozon – без учета категории книг, которая традиционно сильна в нашем экспорте – выросло в деньгах в 2,8 раз относительно того же периода в 2018 году. 20 лет назад русскоговорящие клиенты Ozon в Австралии, Канаде, Японии и других странах покупали на Ozon книги, а в 2019 году они, а в некоторых случаях и их дети, - могут заказать на Ozon почти все: мы возим за пределы России 14 товарных категорий. За счет расширения ассортимента мы видим рост среднего чека и частоты покупок – это и есть основной драйвер наших продаж в текущий момент. Отметим, что несмотря на неплохой выбор товаров за рубежом, онлайн-покупатели ценят возможность заказывать из России – так, продажи детских товаров и товаров для красоты растут на 400% год к году, FMCG-категория – на 350%.

В 2020 году помимо дальнейшего расширения ассортимента мы сделаем акцент на наращивание логистической инфраструктуры, чтобы дать клиенту те же форматы и сроки доставки, что есть сегодня в России. В 2019 году мы запустили в Белоруссии доставку в почтоматы и сократили срок доставки в три раза – это более чем вдвое увеличило количество заказов из Республики. В следующем году мы планируем масштабировать этот опыт на другие страны.



**ДМИТРИЙ
ЛАВРОВ**

руководитель
отдела
международной
логистики
в Ozon

ПЕРСПЕКТИВЫ ЭКСПОРТНОЙ ОНЛАЙН-ТОРГОВЛИ

«Я наблюдаю позитивное движение розничного экспорта, наши клиенты в 2019-м году уже продавали в 96 стран мира. Прекрасная тенденция!

Вместе с тем, пока что успехи российских экспортеров носят точечный характер. В основном это разовые сделки, иногда удачное попадание в очень узкую нишу с несколькими товарными категориями.

В основе лежит целый ряд структурных причин, ведь экспортная культура и система и нашей страны никогда не была ориентирована на розничный экспорт — в основном на промышленно-сырьевой. Для развития розничного экспорта предстоит решить ещё целый ряд сложнейших и интереснейших организационно-управленческих и законодательно-нормативных задач в масштабах страны.

Также не стоит забывать, что сейчас как никогда высока конкуренция на мировом рынке товаров легкой промышленности и массового потребления. И требования к стоимости, актуальности и качеству товаров, скорости доставки - запредельные. Это вызов для экспортера из любой страны. Производители Ярмарки Мастеров решают эту непростую задачу, предлагая своим покупателям уникальную для мирового рынка продукцию.»



**ДЕНИС
КОЧЕРГИН**

Livemaster.ru

услуги для
**ОНЛАЙН-
ЭКСПОРТЕРОВ**

ebay

Один из показателей роста рынка розничного онлайн-экспорта – это **формирование и развитие нового рынка сервисных компаний, которые оказывают экспортерам различные услуги по сопровождению онлайн-торговли за рубежом.**

В рамках проекта мы провели серию экспертных интервью с представителями сервисных компаний и независимыми консультантами и поговорили с ними о развитии российского онлайн-экспорта, спросе и клиентах сервисных компаний, перспективах этого рынка.

ЭКСПЕРТЫ, ПРИНЯВШИЕ УЧАСТИЕ В ИССЛЕДОВАНИИ:



Дмитрий Афанасьев,
Svarog Trade



Андрей Зыков,
Active Trading



Артем Косилов,
Zonesmart



Борис Нейман,
PAL



Владислав Пономаренко,
Expand solutions



Александр Соколовский,
RUSeCommerce



Боб Ходжаев,
Swift Accent



Павел Яковлев,
консультант



Мария Агафонова,
консультант

ЗАЧЕМ ЭКСПОРТЕРАМ СЕРВИСНЫЕ КОМПАНИИ

ПРОДАЖИ НА ТОРГОВЫХ ПЛАТФОРМАХ



- Ведение аккаунтов на маркетплейсах
- Интеграция бизнеса с торговой площадкой
- Взаимодействие с поддержкой платформ
- Продвижение
- Консультации и обучение

СОПРОВОЖДЕНИЕ ПРОДАЖ



- Анализ спроса
- Вывод товара на рынок
- Сертификация
- Работа с поставщиками
- Логистическое сопровождение

Кратно растет спрос на сервисное, консалтинговое, логистическое сопровождение со стороны российских компаний, уже продающих и только намеревающихся начать онлайн-продажи за рубеж. В ближайшее время следует ожидать ускорения этого роста.

СПРОС НА УСЛУГИ СЕРВИСНЫХ КОМПАНИЙ РАСТЕТ

Борис Нейман, PAL:

«Динамика сумасшедшая. К нам приходят люди с конкретным вопросом: «Мы хотим разместиться на [Alibaba.com](https://www.alibaba.com/)/ [AliExpress](https://www.aliexpress.com/)», про другие маркетплейсы обычно задают вопросы уже действующие клиенты. Прирост клиентской базы в течение этого года был почти в 3 раза по сравнению с предыдущим».

Боб Ходжаев, Swift Accent:

«Спрос на наши услуги растет очень заметно, каждую неделю есть как минимум 3-5 новых партнеров (70% новички). Мы наблюдаем за данной аудиторией и видим, что число интересующихся растет ежегодно на 150-170%, далее потенциал растет заметно».

Сегодня клиенты сервисных компаний — это и физические лица, и компании разного размера и профиля. Большая часть новых клиентов сервисных компаний приходят по рекомендации знакомых. Спрос на услуги сервисных компаний пока не системный.

КЛИЕНТСКАЯ БАЗА СЕРВИСНЫХ КОМПАНИЙ НЕОДНОРОДНА

Владислав Пономаренко, Expand solutions:

«От самого небольшого бизнеса — художник или скульптор, может быть, в гараже у себя скульптуры делает или картины пишет, до масштабных производителей, например, одежды или обуви в большом ассортименте. Есть уникальные вещи, ювелирные изделия. Очень много разного».

Дмитрий Афанасьев, Svarog Trade:

«Наши целевые клиенты — производители, изобретатели уникальных товаров или владельцы брендов, которые отлично зарекомендовали себя на домашнем рынке».

ОСНОВНОЙ ЗАПРОС – НА ЭКСПЕРТИЗУ И ОБУЧЕНИЕ

Экспортеры обращаются в сервисные компании с запросами разного масштаба: от адаптации продукта под зарубежные рынки до ведения аккаунта экспортера на торговой платформе. Базовый запрос — на обучение и экспертизу.

Экспортеры ощущают нехватку информации. В этой ситуации распространение информации и обучение предпринимателей может дать колоссальный толчок для роста рынка онлайн-экспорта.

Дмитрий Афанасьев, Svarog Trade:

«Клиенты приходят с совершенно разными вопросами. Есть те, у кого товар находится на складе в ЕС или США, и они просят помочь запустить продажи. Некоторые просят разработать продающий продукт с нуля».

Андрей Зыков, Active Trading:

«Экспортер получает предварительный обзор рынка, что дает ему возможность посмотреть и проанализировать цены на полке у конкурентов и подготовить совместно с немецкими экспертами нашей компании конкурентный прайс, сформировав коммерческое предложение таким образом, чтобы "зацепить" байера сети. Тогда шансы на заведение товара "на полку" вырастают до 65-70%».

Объем отправок у клиентов разных сервисных компаний отличается на порядки, и число сервисных компаний пока не велико. Их клиентская база неоднородна, спрос не систематизирован.

Сегодня рынок услуг для онлайн-экспортеров находится в стадии формирования, и имеет большой потенциал, как и сам розничный онлайн-экспорт.

РЫНОК УСЛУГ ДЛЯ ОНЛАЙН-ЭКСПОРТЕРОВ В СТАДИИ ФОРМИРОВАНИЯ

Боб Ходжаев, SwiftAccent:

На рынке есть около 20 компании, из них 5-6 — достаточно серьезные игроки, которые имеют опыт в данной сфере не менее 2-3 лет с товарооборотом свыше 100 тыс./месяц.

Борис Нейман, PAL:

Наш рынок пока ещё очень узкий, и игроки друг друга знают. Если представить пружину, то наш рынок находится в состоянии скручивания. Но «пружина сжимается» перед тем как «развернуться».

РОЗНИЧНЫЙ ОНЛАЙН-ЭКСПОРТ: ВЗГЛЯД СЕРВИСНЫХ КОМПАНИЙ

СПРОС

Борис Нейман, PAL

В роли сервисного партнера мы работаем с 2016 года, ситуация тогда и сейчас абсолютно разная. В 2016 не было особо спроса на данные услуги, и в маркетплейсах не было спроса. Когда мы начинали этим заниматься, наши первые клиенты были энтузиастами, особенно это касалось международных маркетплейсов.

КЛИЕНТСКАЯ БАЗА

Артем Косилов, Zonesmart

Больше стало тех клиентов, кто уже имеет аккаунты на зарубежных площадках или даже какой-то опыт, кто-то успел попробовать. Осведомлённость и продвинутость клиентов в этой теме растёт.

МАРКЕТПЛЕЙСЫ

**Павел Яковлев,
консультант**

Постоянно меняются сами маркетплейсы, приходится к ним адаптироваться в ведении торговли. Например, Amazon постоянно улучшает свои алгоритмы, пытается довести до идеала проверки продавцов, чтобы убедиться, что продукция оригинальная.

**Мария Агафонова,
консультант**

Маркетплейсы начинают блокировать и чистить перекупщиков. Стало много китайских плохих товаров, на что жалуются покупатели, и много продавцов, которые торгуют чужими брендами. Маркетплейсы с этим борются.

КЛИЕНТСКИЙ ЗАПРОС

Александр Соколовский, RUSeCommerce

В последнее время много клиентов обращается с проблемным блоком: снятие блокировок, удаление дефектов, поднятие лимитов

НАПРАВЛЕНИЯ ТОРГОВЛИ

Дмитрий Афанасьев, Svarog Trade

С 2014 года рынок претерпел серьезные изменения с точки зрения потребительского поведения клиента в интернете. Раньше основными направлениями были США, Великобритания, Германия, а после Брекзита спрос и потребление в УК значительно просели. Драйверы роста сейчас США, Германия, в меньшей степени Франция, Италия, Япония, Китай.

2020

ПЕРСПЕКТИВЫ

ДРАЙВЕРЫ

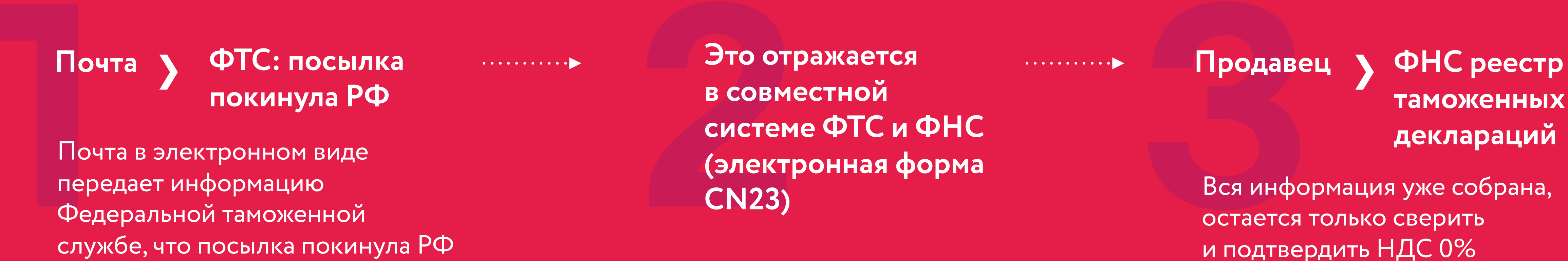
- НДС 0%
- РЕГИОНЫ
- ЭКСПОРТНАЯ ЛОГИСТИКА

ebay

ГЛАВНЫЙ ЭКСПОРТНЫЙ БАРЬЕР ПРЕОДОЛЁН!

Благодаря совместным усилиям гос органов и бизнеса с 1 апреля 2020 года в России подтверждение ставки НДС 0% для розничного экспорта будет происходить по новой упрощенной схеме

3 ШАГА УПРОЩЕННОЙ СХЕМЫ НДС 0%:



США

**ЭКСПОРТ НЕ
ОБЛАГАЕТСЯ НДС**

ЕС
Россия

НДС 0%

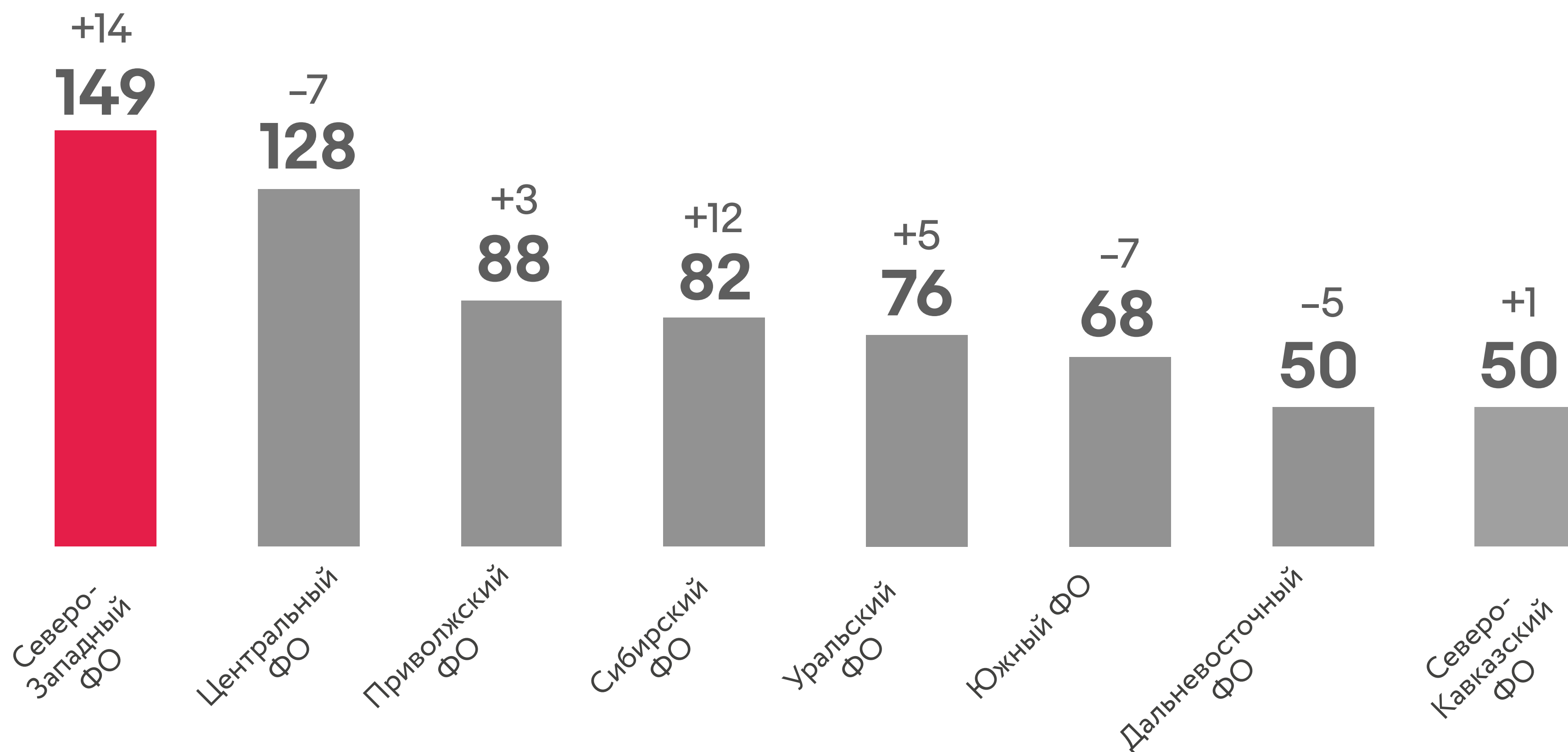
РОЗНИЧНЫЙ ОНЛАЙН-ЭКСПОРТ ПО ФЕДЕРАЛЬНЫМ ОКРУГАМ

Распределение отправок через платформы продаж



ЭКСПОРТНАЯ АКТИВНОСТЬ СРЕДНЕГО И МАЛОГО БИЗНЕСА ПО ОКРУГАМ

Экспортный индекс региона рассчитан как Affinity Index и равен отношению доли экспортеров в компаниях региона (в %) к их доле во всех российских компаниях. Количество компаний по данным «Единого реестра субъектов малого предпринимательства» ФНС на 10.2019. Количество экспортеров по данным eBay на 10.2019. Среднее значение индекса = 100.



Северо-Западный округ – лидер по доле экспортеров среди предпринимателей региона. Северо-Западный и Сибирский округа показали в 2019 году наибольший рост доли экспортеров среди предпринимателей.

ЭКСПОРТНАЯ АКТИВНОСТЬ СМБ ПО РЕГИОНАМ

11 регионов с долей онлайн-экспортеров eBay выше среднероссийской



Экспортный индекс региона рассчитан как Affinity Index и равен отношению доли экспортеров в компаниях региона (в %) к их доле во всех российских компаниях. Количество компаний по данным "Единого реестра субъектов малого предпринимательства» ФНС на октябрь 2019. Количество экспортеров по данным eBay на октябрь 2019. Среднее значение индекса = 100

ТОП РЕГИОНОВ-ЭКСПОРТЕРОВ EBAY



СТОИМОСТЬ ДОСТАВКИ ИЗ РОССИИ – НИЗКАЯ

Стоимость доставки из России ниже, чем из многих других стран и сопоставима со стоимостью доставки из Китая.

Параметр	Китай	Россия	Беларусь	Германия	Литва	Бразилия	США*
Минимальная стоимость посылки 400гр в США (USD)	9	11	17	18	19	29	37
Минимальная стоимость посылки 2 кг в США (USD)	18	31	33	18	34	42	78

* для США – в Россию

2020

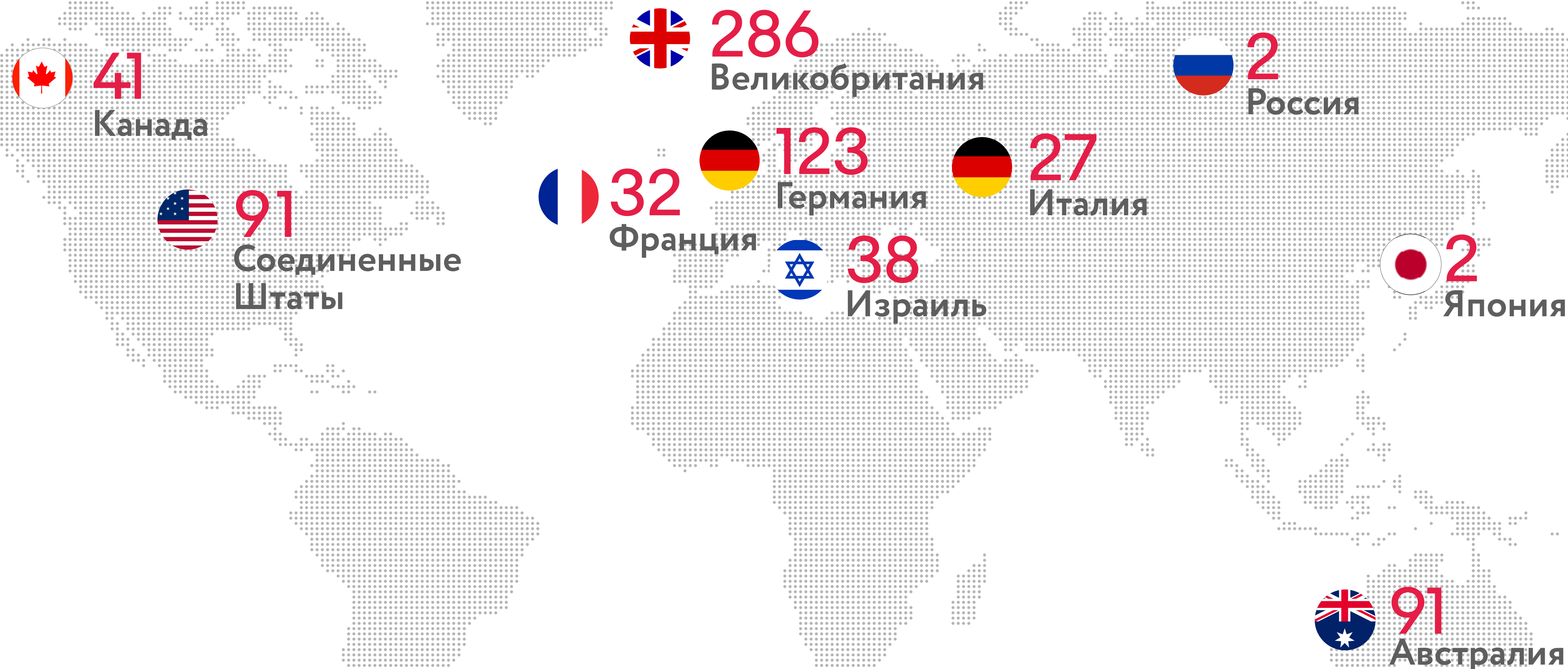
ПЕРСПЕКТИВЫ

ПОВЕСТКА

- В2В2С СКЛАДЫ
- РЕИМПОРТ
- ЭКСПОРТ КАК СТРАТЕГИЯ
РАЗВИТИЯ МСП

ebay

ПОТЕНЦИАЛ РОСТА КОЛИЧЕСТВА ОНЛАЙН-ЭКСПОРТЕРОВ



Потенциал роста количества онлайн-экспортеров рассчитан исходя из количества экспортёров на eBay на 10 000 интернет-пользователей страны. Проникновение интернета по странам — по данным ITU, количество экспортеров на eBay — по данным платформы.

ПОТЕНЦИАЛ РОСТА РЫНКА ОНЛАЙН-ЭКСПОРТА ИЗ РОССИИ

430
млн \$

817
млн \$

10
млрд \$

x2

x25

2016

2019

КОНТАКТЫ

Data Insight — первое в России агентство, специализирующееся на исследованиях и консалтинге в области e-commerce и других интернет-рынков



Узнать больше:



+7 (495) 540 59 06



a@datainsight.ru



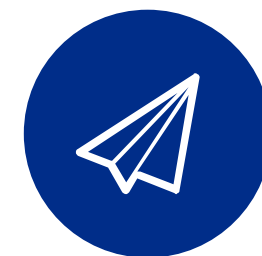
datainsight.ru



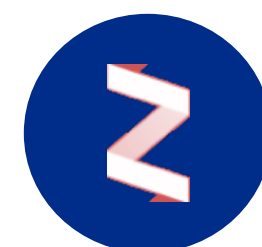
facebook.com/DataInsight



Slideshare.net/Data_Insight



t.me/DataInsight



zen.yandex.ru

ЭКСПОРТНАЯ АКТИВНОСТЬ СМБ ПО РЕГИОНАМ

ПРИЛОЖЕНИЕ 1

АДЫГЕЯ	29	КИРОВСКАЯ ОБЛАСТЬ	75	САМАРСКАЯ ОБЛАСТЬ	106
АЛТАЙСКИЙ КРАЙ	75	КОМИ	55	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	185
АМУРСКАЯ ОБЛАСТЬ	36	КОСТРОМСКАЯ ОБЛАСТЬ	76	САРАТОВСКАЯ ОБЛАСТЬ	134
АРХАНГЕЛЬСКАЯ ОБЛАСТЬ	93	КРАСНОДАРСКИЙ КРАЙ	64	САХАЛИНСКАЯ ОБЛАСТЬ	41
АСТРАХАНСКАЯ ОБЛАСТЬ	55	КРАСНОЯРСКИЙ КРАЙ	55	СВЕРДЛОВСКАЯ ОБЛАСТЬ	74
БАШКОРТОСТАН	66	КУРГАНСКАЯ ОБЛАСТЬ	66	СЕВЕРНАЯ ОСЕТИЯ	64
БЕЛГОРОДСКАЯ ОБЛАСТЬ	86	КУРСКАЯ ОБЛАСТЬ	53	СМОЛЕНСКАЯ ОБЛАСТЬ	91
БРЯНСКАЯ ОБЛАСТЬ	80	ЛЕНИНГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ	75	СТАВРОПОЛЬСКИЙ КРАЙ	59
БУРЯТИЯ	23	ЛИПЕЦКАЯ ОБЛАСТЬ	69	ТАМБОВСКАЯ ОБЛАСТЬ	44
ВЛАДИМИРСКАЯ ОБЛАСТЬ	72	МАГАДАНСКАЯ ОБЛАСТЬ	65	ТАТАРСТАН	73
ВОЛГОГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ	125	МАРИЙ ЭЛ	128	ТВЕРСКАЯ ОБЛАСТЬ	74
ВОЛОГОДСКАЯ ОБЛАСТЬ	70	МОРДОВИЯ	100	ТОМСКАЯ ОБЛАСТЬ	71
ВОРОНЕЖСКАЯ ОБЛАСТЬ	106	МОСКВА	196	ТУЛЬСКАЯ ОБЛАСТЬ	71
ГОРНЫЙ АЛТАЙ	27	МОСКОВСКАЯ ОБЛАСТЬ	117	ТЫВА	5
ДАГЕСТАН	31	МУРМАНСКАЯ ОБЛАСТЬ	93	ТЮМЕНСКАЯ ОБЛАСТЬ	70
ЕВРЕЙСКАЯ АВТОНОМНАЯ ОБЛАСТЬ	24	НЕНЕЦКИЙ АО	23	УДМУРТИЯ	101
ЗАБАЙКАЛЬСКИЙ КРАЙ	27	НИЖЕГОРОДСКАЯ ОБЛАСТЬ	90	УЛЬЯНОВСКАЯ ОБЛАСТЬ	79
ИВАНОВСКАЯ ОБЛАСТЬ	61	НОВГОРОДСКАЯ ОБЛАСТЬ	92	ХАБАРОВСКИЙ КРАЙ	68
ИНГУШЕТИЯ	16	НОВОСИБИРСКАЯ ОБЛАСТЬ	88	ХАКАСИЯ	52
ИРКУТСКАЯ ОБЛАСТЬ	64	ОМСКАЯ ОБЛАСТЬ	113	ХАНТЫ-МАНСИЙСКИЙ АО	46
КАБАРДИНО-БАЛКАРИЯ	51	ОРЕНБУРГСКАЯ ОБЛАСТЬ	43	ЧЕЛЯБИНСКАЯ ОБЛАСТЬ	82
КАЛИНИНГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ	106	ОРЛОВСКАЯ ОБЛАСТЬ	87	ЧЕЧНЯ	35
КАЛМЫКИЯ	18	ПЕНЗЕНСКАЯ ОБЛАСТЬ	70	ЧУВАШИЯ	102
КАЛУЖСКАЯ ОБЛАСТЬ	80	ПЕРМСКИЙ КРАЙ	69	ЧУКОТСКИЙ АО	24
КАМЧАТСКИЙ КРАЙ	21	ПРИМОРСКИЙ КРАЙ	77	ЯКУТИЯ	22
КАРАЧАЕВО-ЧЕРКЕСИЯ	24	ПСКОВСКАЯ ОБЛАСТЬ	54	ЯМАЛО-НЕНЕЦКИЙ АО	40
КАРЕЛИЯ	88	РОСТОВСКАЯ ОБЛАСТЬ	82	ЯРОСЛАВСКАЯ ОБЛАСТЬ	97
КЕМЕРОВСКАЯ ОБЛАСТЬ	68	РЯЗАНСКАЯ ОБЛАСТЬ	52	ВСЕГО	100

Экспортный индекс региона рассчитан как Affinity Index и равен отношению доли экспортеров в компаниях региона (в %) к их доле во всех российских компаниях. Количество компаний по данным "Единого реестра субъектов малого предпринимательства» ФНС на октябрь 2019. Количество экспортеров по данным eBay на октябрь 2019. Среднее значение индекса = 100

ТОП РЕГИОНОВ-ЭКСПОРТЕРОВ EBAY

МОСКВА	22,256%	ЧУВАШИЯ РЕСПУБЛИКА	0,644%
САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	12,578%	КИРОВСКАЯ ОБЛАСТЬ	0,622%
МОСКОВСКАЯ ОБЛАСТЬ	7,244%	ОРЕНБУРГСКАЯ ОБЛАСТЬ	0,596%
КРАСНОДАРСКИЙ КРАЙ	3,374%	ХАБАРОВСКИЙ КРАЙ	0,589%
СВЕРДЛОВСКАЯ ОБЛАСТЬ	2,889%	ТОМСКАЯ ОБЛАСТЬ	0,567%
РОСТОВСКАЯ ОБЛАСТЬ	2,522%	ТВЕРСКАЯ ОБЛАСТЬ	0,563%
САМАРСКАЯ ОБЛАСТЬ	2,244%	ИВАНОВСКАЯ ОБЛАСТЬ	0,559%
НОВОСИБИРСКАЯ ОБЛАСТЬ	2,196%	ЛИПЕЦКАЯ ОБЛАСТЬ	0,552%
НИЖЕГОРОДСКАЯ ОБЛАСТЬ	2,141%	АСТРАХАНСКАЯ ОБЛАСТЬ	0,548%
ЧЕЛЯБИНСКАЯ ОБЛАСТЬ	1,981%	ХАНТЫ-МАНСИЙСКИЙ-ЮГРА АВТОНОМНЫЙ ОКРУГ	0,544%
ТАТАРСТАН РЕСПУБЛИКА	1,970%	ВОЛОГОДСКАЯ ОБЛАСТЬ	0,519%
БАШКОРТОСТАН РЕСПУБЛИКА	1,533%	БРЯНСКАЯ ОБЛАСТЬ	0,515%
САРАТОВСКАЯ ОБЛАСТЬ	1,526%	УЛЬЯНОВСКАЯ ОБЛАСТЬ	0,511%
ВОЛГОГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ	1,459%	АРХАНГЕЛЬСКАЯ ОБЛАСТЬ	0,481%
ВОРОНЕЖСКАЯ ОБЛАСТЬ	1,422%	КАЛУЖСКАЯ ОБЛАСТЬ	0,481%
ПРИМОРСКИЙ КРАЙ	1,411%	СМОЛЕНСКАЯ ОБЛАСТЬ	0,470%
ПЕРМСКИЙ КРАЙ	1,393%	МАРИЙ ЭЛ РЕСПУБЛИКА	0,467%
ОМСКАЯ ОБЛАСТЬ	1,300%	КАРЕЛИЯ РЕСПУБЛИКА	0,444%
КРАСНОЯРСКИЙ КРАЙ	1,207%	РЯЗАНСКАЯ ОБЛАСТЬ	0,407%
УДМУРТСКАЯ РЕСПУБЛИКА	1,141%	КУРСКАЯ ОБЛАСТЬ	0,404%
КАЛИНИНГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ	1,126%	ОРЛОВСКАЯ ОБЛАСТЬ	0,359%
АЛТАЙСКИЙ КРАЙ	1,104%	МУРМАНСКАЯ ОБЛАСТЬ	0,344%
ЯРОСЛАВСКАЯ ОБЛАСТЬ	1,063%	ТАМБОВСКАЯ ОБЛАСТЬ	0,330%
ЛЕНИНГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ	1,026%	КОСТРОМСКАЯ ОБЛАСТЬ	0,315%
СТАВРОПОЛЬСКИЙ КРАЙ	0,937%	КОМИ РЕСПУБЛИКА	0,300%
КЕМЕРОВСКАЯ ОБЛАСТЬ	0,867%	НОВГОРОДСКАЯ ОБЛАСТЬ	0,296%
ИРКУТСКАЯ ОБЛАСТЬ	0,848%	ПСКОВСКАЯ ОБЛАСТЬ	0,289%
БЕЛГОРОДСКАЯ ОБЛАСТЬ	0,844%	МОРДОВИЯ РЕСПУБЛИКА	0,285%
ТЮМЕНСКАЯ ОБЛАСТЬ	0,730%	КУРГАНСКАЯ ОБЛАСТЬ	0,248%
ПЕНЗЕНСКАЯ ОБЛАСТЬ	0,707%	ДАГЕСТАН РЕСПУБЛИКА	0,226%
ВЛАДИМИРСКАЯ ОБЛАСТЬ	0,696%	ЗАБАЙКАЛЬСКИЙ КРАЙ	0,211%
ТУЛЬСКАЯ ОБЛАСТЬ	0,696%	КАБАРДИНО-БАЛКАРСКАЯ РЕСПУБЛИКА	0,185%

ПРИЛОЖЕНИЕ 2

БУРЯТИЯ РЕСПУБЛИКА	0,181%
САХА (ЯКУТИЯ) РЕСПУБЛИКА	0,170%
АМУРСКАЯ ОБЛАСТЬ	0,167%
СЕВЕРНАЯ ОСЕТИЯ - АЛАНИЯ РЕСПУБЛИКА	0,156%
ХАКАСИЯ РЕСПУБЛИКА	0,152%
АДЫГЕЯ РЕСПУБЛИКА	0,141%
САХАЛИНСКАЯ ОБЛАСТЬ	0,126%
ЯМАЛО-НЕНЕЦКИЙ АВТОНОМНЫЙ ОКРУГ	0,115%
КАМЧАТСКИЙ КРАЙ	0,093%
ЧЕЧЕНСКАЯ РЕСПУБЛИКА	0,085%
МАГАДАНСКАЯ ОБЛАСТЬ	0,059%
КАРАЧАЕВО-ЧЕРКЕССКАЯ РЕСПУБЛИКА	0,056%
АЛТАЙ РЕСПУБЛИКА	0,044%
ИНГУШЕТИЯ РЕСПУБЛИКА	0,037%
ЕВРЕЙСКАЯ АВТОНОМНАЯ ОБЛАСТЬ	0,026%
КАЛМЫКИЯ РЕСПУБЛИКА	0,022%
КРЫМ РЕСПУБЛИКА	0,019%
ЧУКОТСКИЙ АВТОНОМНЫЙ ОКРУГ	0,019%
ТЫВА РЕСПУБЛИКА	0,015%
НЕНЕЦКИЙ АВТОНОМНЫЙ ОКРУГ	0,011%

% российских экспортеров по регионам РФ на площадке eBay