

РОЗНИЧНЫЙ

ЭКСПОРТ

ТОВАРОВ

через интернет

2021

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 об отправлениях логистических компаний из России за рубеж

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 логистическими компаниями и площадками
- Экспертные интервью с представителями государства
- Интервью с онлайн-экспортерами

# ПРОГНОЗ ОБЪЕМА РОЗНИЧНОГО ОНЛАЙН-ЭКСПОРТА В 2021

1,514 <sup>млрд</sup> \$

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

50,94 <sup>млн</sup>

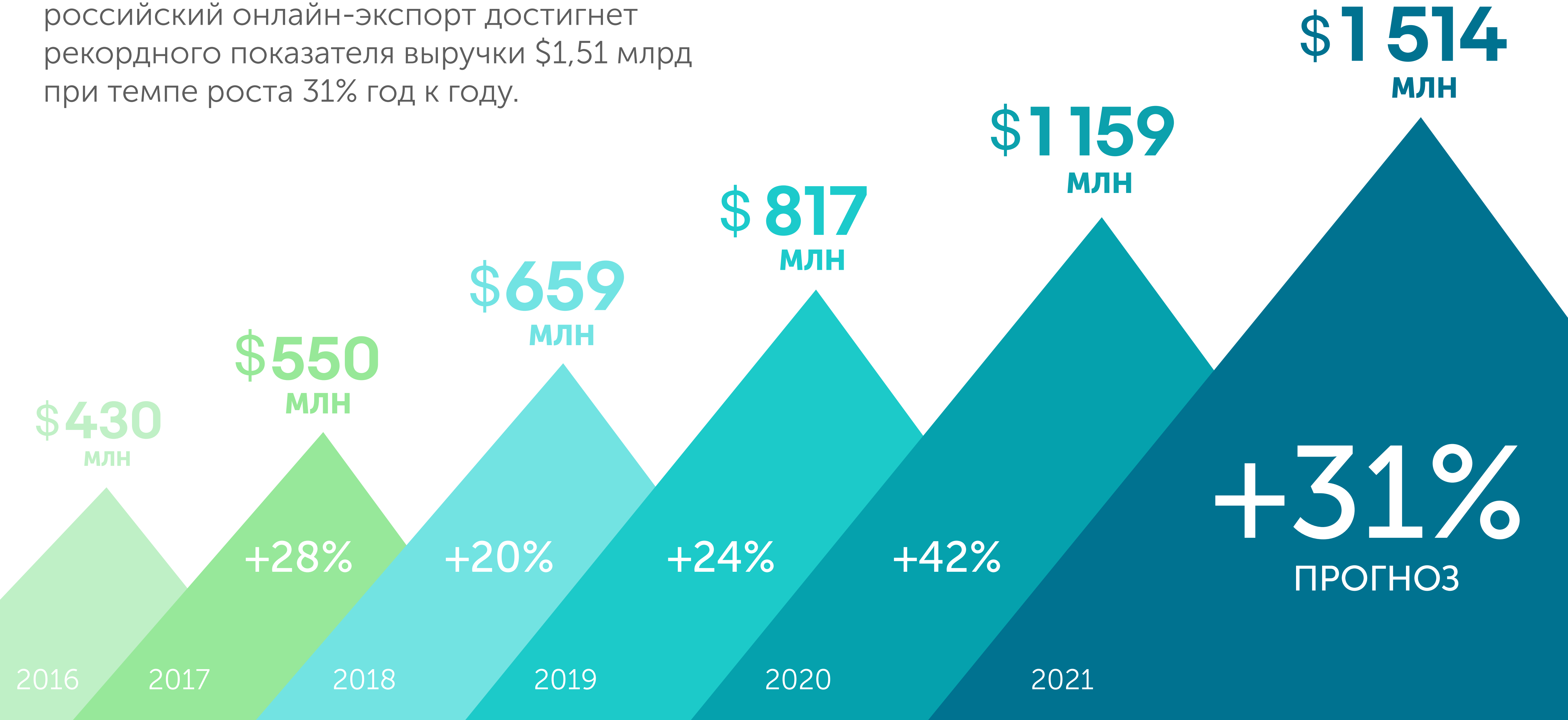
КОЛИЧЕСТВО  
ОТПРАВОК

30 \$

СРЕДНИЙ ЧЕК

# ДИНАМИКА ВЫРУЧКИ РОЗНИЧНОГО ОНЛАЙН-ЭКСПОРТА

Согласно оценкам Data Insight, в 2021 году российский онлайн-экспорт достигнет рекордного показателя выручки \$1,51 млрд при темпе роста 31% год к году.

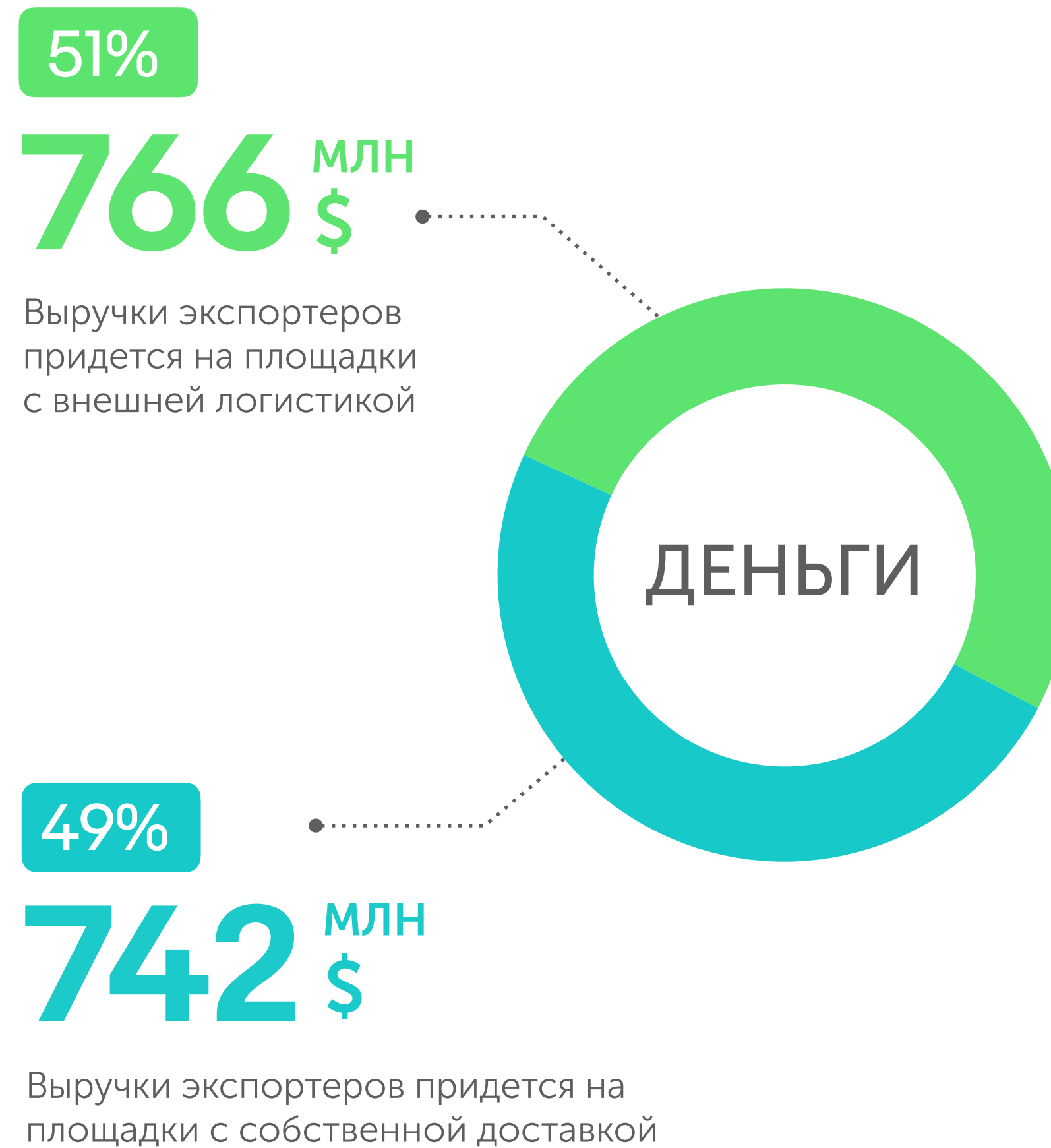


# ДИНАМИКА ЗАРУБЕЖНЫХ ЗАКАЗОВ



# СТРУКТУРА ДОСТАВКИ В РОЗНИЧНОМ ОНЛАЙН-ЭКСПОРТЕ\*

- Онлайн-площадки, использующие доставку транспортных компаний (eBay, Etsy и др.)
- Онлайн-площадки с собственной службой доставки (Wildberries, Lamoda, Ozon и др.)



СРЕДНИЙ ЧЕК

■ **\$99**

■ **\$17**

\*По прогнозу на конец 2021 года

# КАНАЛЫ ЭКСПОРТНЫХ ОНЛАЙН-ПРОДАЖ

*«Какие интернет-площадки приносят вам заказы из-за рубежа?»*

# 34%

## eBay

**eBay – самая популярная экспортная платформа в России, ее использует каждый третий онлайн-экспортер.**

% ОПРОШЕННЫХ КЛИЕНТОВ ТРАНСПОРТНЫХ КОМПАНИЙ,  
ПРОДАЮЩИХ ЗА РУБЕЖ

eBay	34 %
Instagram	33 %
Собственный сайт и/или мобильное приложение	26 %
Wildberries	21 %
Etsy	17 %
Ozon	14 %
Amazon	12 %
Авито	10 %
Затрудняюсь ответить, не хочу отвечать	10 %

# РОЗНИЧНЫЙ ОНЛАЙН-ЭКСПОРТ ИЗ РОССИИ НА EBAU В 2021

33%

Рост выручки на  
eBay за прошедший  
год составил

36%

Средний чек на eBay  
вырос на



# ДИНАМИКА КОЛИЧЕСТВА ОНЛАЙН-ЭКСПОРТЕРОВ ПО ДАННЫМ АККАУНТОВ НА ЕВАУ

Рост активных  
продавцов составил  
40% по отношению  
к прошлому году.

+ 40%

**48 000**  
ПРОДАВЦОВ



**РОССИЯ —  
САМЫЙ  
ДИНАМИЧНО  
РАСТУЩИЙ  
РЫНОК НА ЕВАУ\***

2020

2021

\*данные за период с 1 ноября 2020 по 31 октября 2021

# НОВЫЕ ЭКСПОРТЕРЫ НА EBAU

**8 000**

сделали свое  
первое товарное  
объявление

**+110%**

рост YoY\*

**2 000 000**

активных товарных  
объявлений из России

**+16%**

рост YoY\*

**20%**

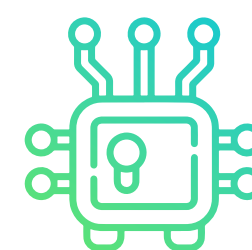
от всего объема  
выручки из России  
приходится на  
продажи новых  
селлеров\*\*

На

**120%**

выше средний чек  
у новых продавцов,  
чем у других  
российских  
экспортеров  
на eBay\*\*

СРЕДНИЙ ЧЕК В ПОДКАТЕГОРИЯХ,  
В КОТОРЫХ ПРОДАЮТ НОВЫЕ ПРОДАВЦЫ\*\*



**1 102 \$**

Товары для  
майнинга



**1 051 \$**

Цифровые  
камеры



**900 \$**

Женские  
сумки



**726 \$**

Часы



**303 \$**

Мужская  
спортивная обувь

\*По данным eBay за август 2021 года.

\*\*По данным eBay за 2021 год.

# ПЕРСПЕКТИВЫ ОНЛАЙН-ЭКСПОРТА



**ЕВГЕНИЙ  
ЩАПИН,**

руководитель  
направления  
«Международные  
продажи», СДЭК

*«Компания СДЭК является одним из лидеров на рынке розничного онлайн-экспорта. Сейчас у нас самая большая база селлеров среди всех транспортных компаний РФ – более 100 000 активных магазинов. Среди них более 20 000 активных онлайн-экспортеров. В связи с этим мы занимаем бóльшую долю рынка в объеме посылок среди экспресс-перевозчиков.*

*В прошлом году мы запустили собственную сеть складов фулфилмента и собственную сеть постоматов OmniCDEK. В этом году мы активно развиваем эти два важных направления. Сейчас у нас функционируют фулфилмент склады по всей России, которые помогают интернет-магазинам улучшить сроки доставки и сократить koszty на доставку. В 2021 мы установили более 1 000 постоматов по всей России. В следующем планируем развивать сеть на страны ЕАЭС.*

*Конечно, в планах на 2021 был и остается выход на рынок дальнего зарубежья. Именно для этого мы сейчас идем по трендам, разрабатываем новые продукты, которые позволят нашим клиентам быстро и просто начать экспортировать свои товары вместе со СДЭК. Мы видим большой потенциал этого рынка в ближайшие пять лет: развитие не только розничного онлайн-экспорта, но и оптового, фулфилмент в странах и развитие C2C сервисов. Все только начинается».*

# НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ



**ЛЕОНИД  
ЗОНДБЕРГ,**

советник  
заместителя  
генерального  
директора по  
электронной  
коммерции, АО  
«Почта России»

*«Одним из ключевых факторов успеха развития экспорта является ускорение доставки. Мы запускаем новые логистические маршруты, увеличиваем количество прямых авиарейсов.*

*Почта, на мой взгляд, останется основным логистическим провайдером экспортных операций. Компания занимает уникальное положение на рынке – мы доставляем в 240 стран, у нас сделана глубокая интеграция с Федеральной таможенной службой, что дает возможность для упрощенного порядка таможенного декларирования товаров – экономит время и затраты продавцов.*

*Потенциал огромный – в ближайшие годы мы хотим расти на 25-30%, не меньше».*

# ПЕРСПЕКТИВЫ ОНЛАЙН-ЭКСПОРТА



**МИХАИЛ  
КОНЕВ,**

руководитель  
бизнес-  
направления,  
Boxberry

*«За десять с половиной месяцев мы запустили ЕАЭС, существенно расширили географию по Беларуси, Киргизии, Армении и Казахстану, а также начали осуществлять курьерскую доставку со 100% покрытием этих стран.*

*Мы пока не планируем развивать доставку внутри страны, так как это бизнес наших партнеров, однако у нас уже есть сейчас достаточно большой запрос на доставку от интернет-магазинов из стран ЕАЭС в Россию. В первую очередь это Беларусь и Казахстан.*

*Мы наращиваем количество точек отправки из России в Казахстан, потому что отправлять из Новосибирска в Нурсултан через Москву, с точки зрения логистики, может, и логично, но для потребителя совершенно неудобно. На текущий момент мы отправляем в Казахстан из Москвы и Екатеринбурга, а с ноября планируем отправлять из Новосибирска для сокращения сроков и стоимости отправки».*

# ПЕРСПЕКТИВЫ ОНЛАЙН-ЭКСПОРТА



**АРТЕМ  
КРАСОТКИН,**

директор по  
развитию  
компании-  
интегратора  
ZoneSmart

*«В онлайн-экспорте мы работаем по двум направлениям: создаем магазины на маркетплейсах под ключ (в качестве агентства) и предоставляем онлайн-сервис по автоматизации работы с маркетплейсами (SaaS-модель). Второе направление запустилось в июне этого года. Запуск единого личного кабинета для работы с маркетплейсами ZoneSmart – очень важное событие для нас. Это онлайн-сервис, к которому продавцы могут подключить свои магазины на площадках, чтобы управлять ими в едином интерфейсе. Сервис помогает интегрировать маркетплейсы с внутренней системой учета, синхронизировать каталог и товарные остатки, скачивать заказы со всех площадок, передавать на доставку и др. Таким образом операционная деятельность, которую многие ведут руками в Excel, сейчас может быть автоматизирована.*

*В прошлом году нашим основным клиентом были начинающие продавцы. Благодаря запуску сервиса мы смогли охватить аудиторию опытных продавцов, перед которыми стоят задачи оптимизации текущих процессов, увеличения прибыльности продаж, масштабирования бизнеса.*

*Все больше запросов поступает от средних и крупных продавцов (от \$10 000 оборота в месяц): например, на перенос каталогов с одной площадки на другую, скачивание заказов со всех каналов, передачу товарных остатков из системы учета (CMS, WMS) на маркетплейсы в режиме реального времени. Среди таких есть и те, кто вместе с нами только начинал продажи на зарубежных площадках год-два назад».*

# ДИНАМИКА РЫНКА



**ЕГОР ИСАЕВ,**

руководитель  
направления  
международного  
бизнеса, Ozon

*«Для роста экспорта в Ozon мы, в первую очередь, открыли продажи за рубеж всем предпринимателям маркетплейса (раньше экспорт осуществлял только сам Ozon, как ритейлер). Мы также значительно улучшили условия доставки на приоритетных рынках Беларуси и Казахстана. В обеих республиках начали сотрудничество с национальными почтовыми операторами – Белпочтой и Казпочтой, а также открыли собственные сортировочные центры в Минске, Нур-Султане и Алма-Ате.*

*За последний год доставка в страны дальнего зарубежья вернулась к “допандемийному” уровню, а в страны ближнего зарубежья — значительно улучшилась, в том числе за счет подключения всех крупных логистических партнеров. Все это напрямую отразилось на показателях — продажи в экспортном направлении в Ozon выросли за 9 месяцев 2021 почти в 9 раз в годовом отношении».*

# РАЗРАБОТКА ЭКСПОРТНЫХ ВЕБ-ИНСТРУМЕНТОВ



**МАРИНА  
ПРИСУХИНА,**

Head of Marketing,  
UPS

*«В этом году в UPS Russia произошло много интересного. Одним из самых важных для нас стал запуск UPS EXPORT WEB TOOL, который упрощает брокерские процедуры и общение с таможенными органами. Это специальное бесплатное веб-приложение, которое помогает управлять экспортными операциями – например, клиент может хранить там все таможенные документы: справки, доверенности, копии паспортов, проч. Также есть возможность создавать и хранить каталог товаров с фотографиями и на основании этого составлять и заверять новые счета. Это универсальная точка входа для экспортеров. В сентябре этого года мы запустили его в полноценном формате, но у нас большие планы по развитию этого решения в будущем.*

*Мы будем и дальше развивать наш веб-сайт, упрощая customer experience для каждого клиента, который с нами работает. У нас также есть довольно большое количество приложений и веб-сервисов, которые может использовать наш клиент, в том числе широкий спектр API-интерфейсов, которые помогают интегрировать решения UPS с онлайн-магазинами клиентов».*



# СТРАНОВАЯ СТРУКТУРА РОЗНИЧНОГО ОНЛАЙН-ЭКСПОРТА В 2021

БЛИЖНЕЕ ЗАРУБЕЖЬЕ	2021
Беларусь	29 %
Казахстан	18 %
Украина	6 %
Армения	2 %
Киргизия	1 %
Другие страны ближнего зарубежья	1 %

СТРАНЫ ДАЛЬНОГО ЗАРУБЕЖЬЯ	2021
США	15 %
Европейский союз	9 %
Израиль	4 %
Великобритания	3 %
Канада	2 %
Китай	1 %
Япония	1 %
Австралия	1 %
Другие страны дальнего зарубежья	7 %

# СТРАНОВАЯ СТРУКТУРА EBAU



\*Данные по объему выручки за период с 1 ноября 2020 по 31 октября 2021

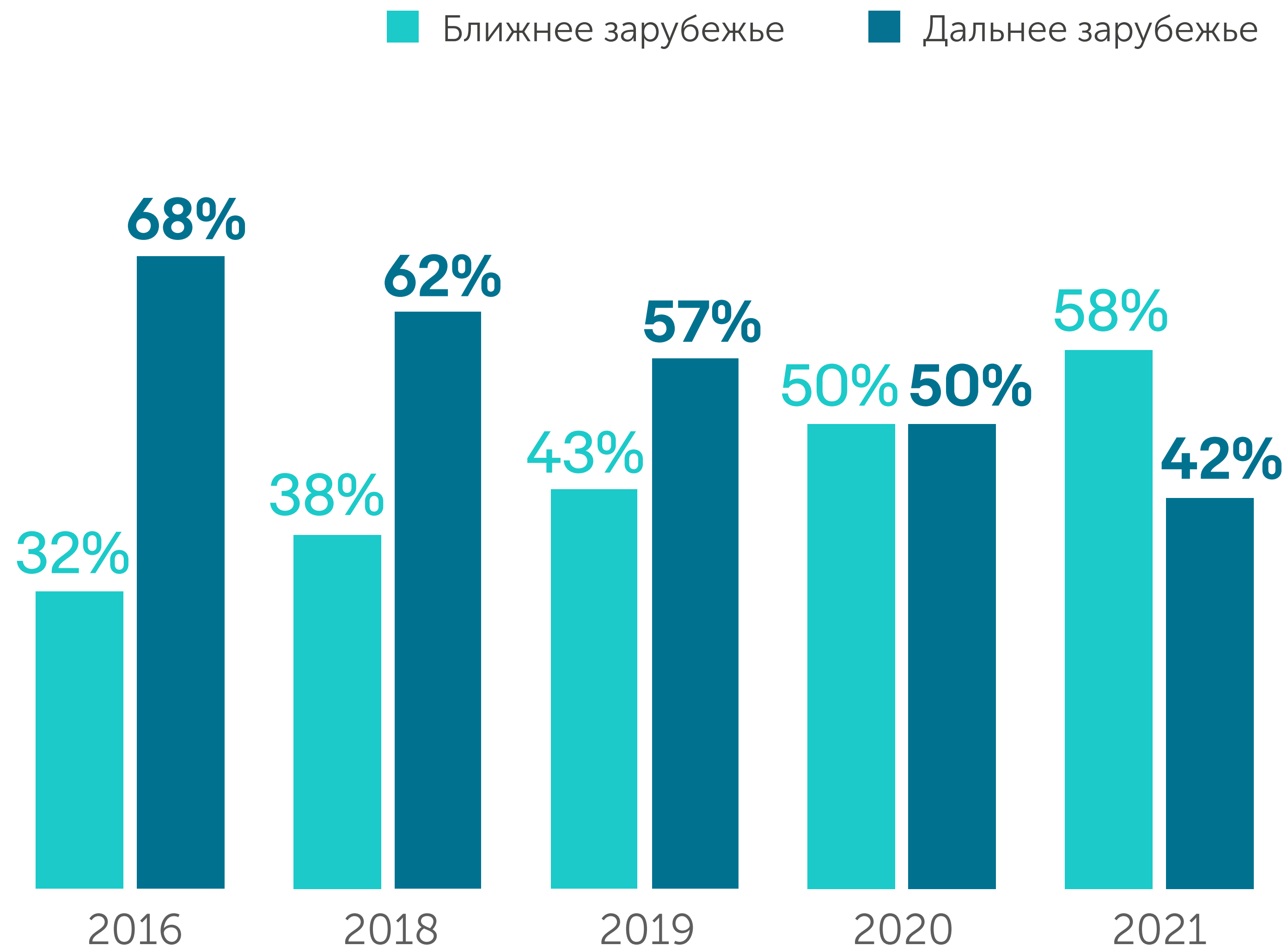
# ИЗМЕНЕНИЕ НАПРАВЛЕНИЯ ЭКСПОРТНЫХ ПРОДАЖ В 2016-2021

Сохраняется тренд на рост доли стран ближнего зарубежья в структуре российского розничного онлайн-экспорта. По прогнозу на конец 2021 года, доля стран ближнего зарубежья в экспортной выручке российских продавцов достигнет 58%.

---

**КЛЮЧЕВОЙ ФАКТОР ЭТОГО РОСТА – ДЕЙСТВИЯ РОССИЙСКИХ МАРКЕТПЛЕЙСОВ, АКТИВНО ОСВАИВАЮЩИХ РЫНКИ СТРАН БЛИЖНЕГО ЗАРУБЕЖЬЯ.**

---



# ДИНАМИКА ОНЛАЙН-ЭКСПОРТА ПО СТРАНАМ В 2018-2021

Продолжает расти доля Беларуси (29%) в экспортном обороте. США по-прежнему остается ключевым рынком с долей в экспортном обороте 15%.

**Беларусь, Казахстан и США составляют в 2021 году топ-3 ключевых направлений российского онлайн-экспорта.**

## ДИНАМИКА ЭКСПОРТНОЙ ВЫРУЧКИ

СТРАНА	2018	2019	2020	2021
Беларусь	17,5 %	21,8 %	22,3 %	29,4 %
Казахстан	13,7 %	12,9 %	17,7 %	18,1 %
США	17,6 %	20,4 %	17,3 %	14,5 %
Украина	6,6 %	4,6 %	5,6 %	6,0 %
Германия	4,5 %	4,3 %	4,6 %	3,7 %
Израиль	2,0 %	2,2 %	3,0 %	3,6 %
Великобритания	3,8 %	3,8 %	4,1 %	3,0 %
Канада	2,2 %	2,3 %	2,2 %	1,8 %
Франция	2,4 %	2,3 %	2,1 %	1,6 %
Китай	2,4 %	1,9 %	1,3 %	1,3 %

# РОССИЙСКИЕ РЕГИОНЫ И ЭКСПОРТНАЯ АКТИВНОСТЬ



## ИЛЬЯ КРЕТОВ,

директор по  
электронной  
коммерции  
Тинькофф, ранее  
занимал должность  
генерального  
директора eBay на  
глобальных  
развивающихся  
рынках

*«Намечается определенный тренд на увеличение активности регионов с точки зрения экспорта. Со стороны eBay с 2018 мы осуществляли одну региональную программу, в 2019 – уже две-три программы, а в 2021 – у нас уже параллельно идет 10 разных программ. Регионы сами учреждают акселераторы экспорта и маркетплейсов, инвестируя значительные средства и ресурсы, а eBay в свою очередь поддерживает их обучающими материалами и прочим.*

*Такие программы в основном запускаются локальными центрами поддержки экспорта с привлечением наших интеграторов, иногда с подключением eBay напрямую. Ведущими экспортными центрами являются Санкт-Петербург, Башкортостан, Татарстан, Удмуртия и другие. Удмуртия и Татарстан особенно активны в этом году».*

# ДРАЙВЕРЫ РОСТА



**АРТЕМ  
КОСТЫЛЕВ,**

советник отдела  
развития  
электронной  
торговли,  
общественного  
питания и бытовых  
услуг Департамента  
развития  
внутренней  
торговли,  
Минпромторг  
России

*«Интернет-торговля приобрела у потребителей особую актуальность в связи с распространением новой коронавирусной инфекции. В онлайн вышли десятки тысяч новых организаций. Только на маркетплейсах количество российских субъектов малого и среднего предпринимательства достигает 300 тыс.*

*Дистанционная торговля способствует открытию границ движения товаров. Механизм дистанционной торговли позволяет существенно сократить цепочки сбыта товаров и зачастую создает прямой доступ на зарубежные рынки без прохождения серьезных административных процедур.*

*Важно обозначить, что все исходящие экспортные посылки являются надбавкой к внутреннему производству, даже если это отправления сделаны физическими лицами.*

*Таким образом, от эффективности представленного канала сбыта зависит уровень развития экономики государства и благосостояние граждан».*

# СТРАНЫ, КОЛИЧЕСТВО ЗАКАЗОВ ИЗ КОТОРЫХ В 2021 УВЕЛИЧИЛОСЬ ОТНОСИТЕЛЬНО ДРУГИХ НАПРАВЛЕНИЙ

Несмотря на значительный рост, емкость рынков и покупательская способность населения стран ближнего зарубежья невелика. Перспектива развития экспорта лежит в торговле на дальнее зарубежье, где потребители способны совершать более дорогие покупки.

## % ОПРОШЕННЫХ ОНЛАЙН-ЭКСПОРТЕРОВ

1	Беларусь	<b>31 %</b>
2	Казахстан	<b>22 %</b>
3	США	<b>10 %</b>
4	Армения	<b>5 %</b>
5	Германия	<b>5 %</b>

# РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ВЫРУЧКИ РОЗНИЧНОГО ОНЛАЙН-ЭКСПОРТА ПО ТОВАРНЫМ КАТЕГОРИЯМ



40%

Одежда  
и обувь



11%

Коллекционные  
вещи



9%

Товары  
для дома  
и интерьера



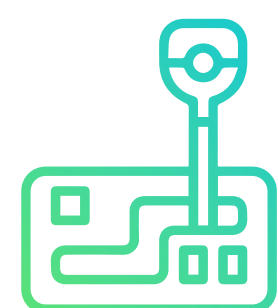
8%

Электроника



7%

Косметика



6%

Автозапчасти  
и аксессуары



5%

Товары для  
спорта, отдыха  
и досуга



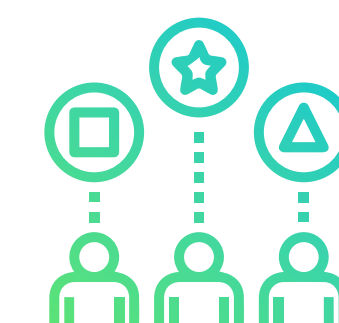
4%

Книги, игры,  
винил, диски



2%

Медицинские  
товары



7%

Другое

## ЛИДЕРЫ РОСТА 2021



151%

Книги, игры,  
винил, диски



102%

Косметика



# РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ЭКСПОРТНОГО ОБОРОТА ПО ТОВАРНЫМ КАТЕГОРИЯМ ЕВАУ



30%

Мода



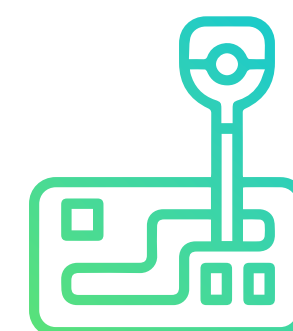
21%

Коллекционные  
товары



16%

Электроника



13%

Автозапчасти  
и аксессуары



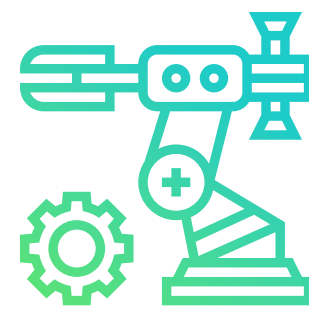
6%

Лайфстайл



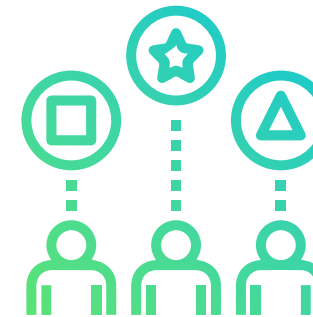
5%

Дом и сад



5%

Товары для  
бизнеса



4%

Другое

## ЛИДЕРЫ РОСТА 2021

+31%  
YoY

Коллекционные  
товары

+16%  
YoY

Автозапчасти  
и аксессуары

+10%  
YoY

Лайфстайл

# РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ВЫРУЧКИ ПО ТОВАРНЫМ ПОДКАТЕГОРИЯМ ЕВАУ

## РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПОДКАТЕГОРИЙ ПО РОСТУ ВЫРУЧКИ YOY:

Товары для домашних растений	<b>+ 1907 %</b>
Различные товары для дома и сада	<b>+ 1880 %</b>
Спортивная атрибутика и сувениры	<b>+ 480 %</b>
Пищевые растительные добавки	<b>+ 219 %</b>
Товары для видеоигр	<b>+ 51 %</b>
Винтажные видео- и аудиотовары	<b>+ 43 %</b>
Часы	<b>+ 26 %</b>
Видеоигры	<b>+ 26 %</b>

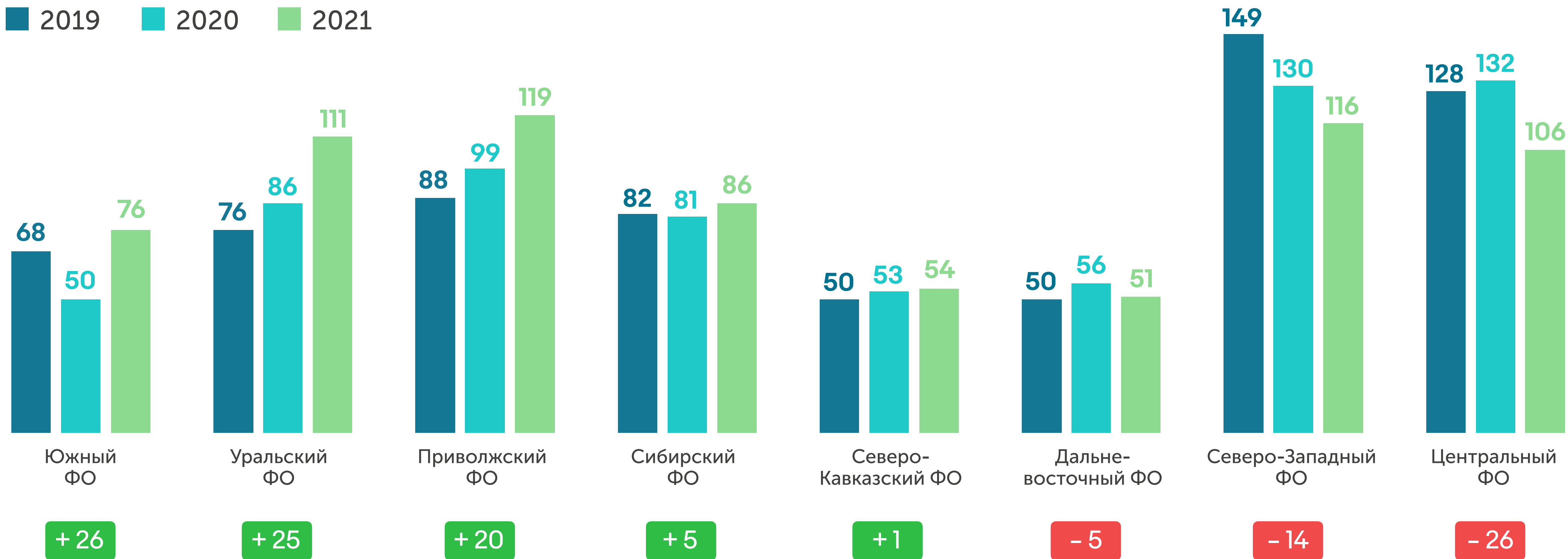
## РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПЕРСПЕКТИВНЫХ ПОДКАТЕГОРИЙ ПО ДАННЫМ О СРЕДНЕМ ЧЕКЕ:

Женские сумки	<b>\$ 737</b>
Цифровые камеры	<b>\$ 717</b>
Лазерная оптика	<b>\$ 456</b>
Мужская верхняя одежда	<b>\$ 312</b>
Колеса, шины и аксессуары	<b>\$ 289</b>
Женская верхняя одежда	<b>\$ 278</b>
Автотовары для систем кондиционирования и обогрева	<b>\$ 251</b>
Мужская спортивная обувь	<b>\$ 223</b>
Запчасти для спортивных автомобилей	<b>\$ 208</b>
Платья	<b>\$ 182</b>
Куклы и наборы для кукол	<b>\$ 138</b>

# ЭКСПОРТНАЯ АКТИВНОСТЬ СМБ

Центральный округ в 2021 году стал лидером по доле экспортеров среди предпринимателей региона, обогнав Северо-Западный ФО.

■ 2019 ■ 2020 ■ 2021



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 11.2021. Количество экспортеров по данным eBay на 11.2021. Среднее значение индекса = 100.

# ЭКСПОРТНАЯ АКТИВНОСТЬ СМБ

РЕГИОН	2021
Республика Башкортостан	331
Тюменская область	184
Кемеровская область	150
Санкт-Петербург	141
Москва	127
Республика Хакасия	123
Челябинская область	120
Удмуртская республика	119
Волгоградская область	117
Курганская область	112
Ярославская область	110
Воронежская область	109
Брянская область	108
Московская область	105
Мурманская область	105
Ленинградская область	103
Тамбовская область	100

---

# 17

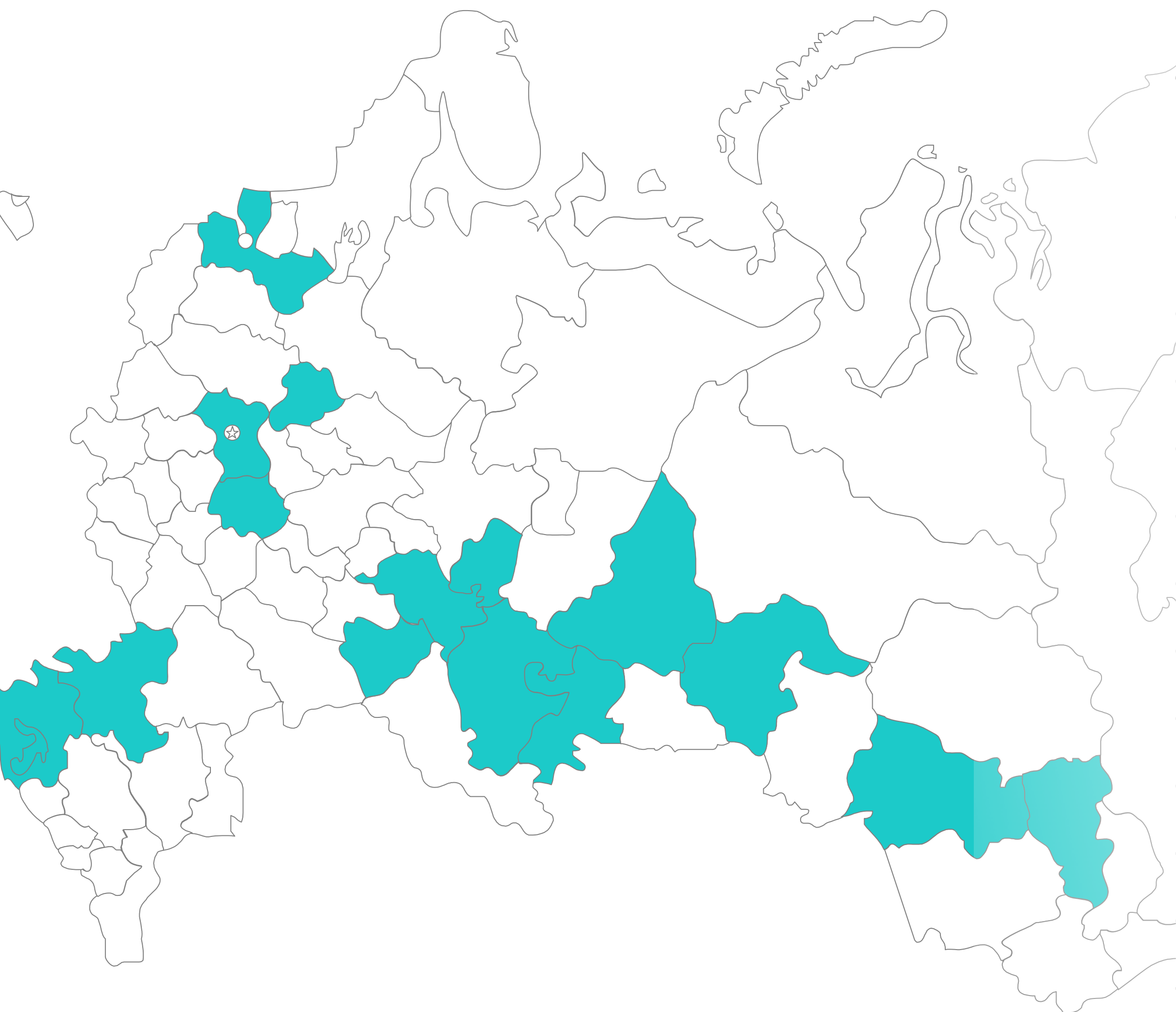
## РЕГИОНОВ

С ДОЛЕЙ ОНЛАЙН-  
ЭКСПОРТЕРОВ ЕВАУ 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 11.2021. Количество экспортеров по данным eВау на 11.2021. Среднее значение индекса = 100.

# ТОП ЭКСПОРТИРУЮЩИХ РЕГИОНОВ РОССИИ НА ЕВАЗУ



## КОЛИЧЕСТВО ПРОДАННЫХ ТОВАРОВ ПО РЕГИОНАМ РФ

Москва и Московская область	<b>712 698</b>
Санкт-Петербург и Ленинградская область	<b>337 918</b>
Краснодарский край	<b>140 050</b>
Удмуртская Республика	<b>110 278</b>
Новосибирская область	<b>96 114</b>
Республика Башкортостан	<b>81 162</b>
Челябинская область	<b>76 890</b>
Свердловская область	<b>73 558</b>
Тюменская область	<b>67 772</b>
Самарская область	<b>65 443</b>
Ростовская область	<b>56 035</b>
Тульская область	<b>51 523</b>

## КОЛИЧЕСТВО ПРОДАВЦОВ ПО РЕГИОНАМ РФ

Москва и Московская область	<b>10 274</b>
Санкт-Петербург и Ленинградская область	<b>4 237</b>
Республика Башкортостан	<b>3 109</b>
Краснодарский край	<b>1 400</b>
Челябинская область	<b>1 207</b>
Свердловская область	<b>1 172</b>
Республика Татарстан	<b>1 107</b>
Ростовская область	<b>932</b>
Тюменская область	<b>909</b>
Новосибирская область	<b>864</b>
Самарская область	<b>818</b>
Кемеровская область	<b>751</b>

# ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА ОНЛАЙН-ЭКСПОРТА В РЕГИОНАХ РОССИИ



**МАРИНА  
ПРИСУХИНА,**

Head of Marketing,  
UPS

*«В этом году стало очевидно, что развитие экспорта для российских регионов – это не просто эксперимент: “давайте попробуем экспортировать что-то местное”. Теперь работа стала более систематической, а экспортеры – более информированными. У них уже есть постоянные объемы и четкое представление о том, чего они хотят: какие товары они собираются продавать, как их продвигать, какова должна быть цена и т. д.*

*Сейчас мы наблюдаем растущую поддержку со стороны местных властей в России. Например, очень активен Татарстан, это довольно уникальная республика: там достаточно большое количество местных предпринимателей, и они получают поддержку для развития электронной коммерции на государственном уровне. У них есть собственный акселератор, Татарстан действительно очень много вкладывает в развитие у себя электронной коммерции. И здесь мы видим прямую корреляцию: там, где местные власти поддерживают развитие электронной коммерции в целом, там растет и розничный экспорт».*

# ЭКСПОРТНЫЕ ОТПРАВЛЕНИЯ 2021 ПО ФЕДЕРАЛЬНЫМ ОКРУГАМ

ОЦЕНКА ПО ДАННЫМ ЛОГИСТИЧЕСКИХ ОПЕРАТОРОВ  
ЗА 10 МЕСЯЦЕВ 2021 ГОДА



Центральный ФО 44 %

Северо-Западный ФО 16 %

Приволжский ФО 10 %

Южный ФО 10 %

Сибирский ФО 8 %

Уральский ФО 8 %

Северо-Кавказский ФО 2 %

Дальневосточный ФО 2 %

# ПОРТРЕТ ЭКСПОРТЕРА EBAU

# 58%

селлеров на eBay  
регулярно продают  
товары за рубеж

## ГОДОВАЯ ВЫРУЧКА ЭКСПОРТЕРОВ ОТ ВСЕХ ПРОДАЖ (ВКЛЮЧАЯ ВНУТРИРОССИЙСКИЕ)

Менее 150 тыс. рублей	<b>16 %</b>
От 150 тыс. до 300 тыс. рублей	<b>7 %</b>
От 300 тыс. до 1 млн рублей	<b>15 %</b>
От 1 млн до 10 млн рублей	<b>26 %</b>
От 10 млн до 100 млн рублей	<b>17 %</b>
От 100 млн до 300 млн рублей	<b>3 %</b>
От 300 млн до 1 млрд рублей	<b>2 %</b>
Более 1 млрд рублей	<b>1 %</b>
Не знаю / не хочу отвечать	<b>14 %</b>

## НА ДОЛЮ ЭКСПОРТЕРА ПРИХОДИТСЯ

До 15% оборота	<b>38 %</b>
От 15% до 30% оборота	<b>10 %</b>
От 30% до 50% оборота	<b>3 %</b>
Почти все продажи	<b>49 %</b>



# ПРОИЗВОДИТЕЛИ И ДИСТРИБЬЮТЕРЫ НА ЕВАУ

## ГДЕ И КАК ВЫ ПОЛУЧАЕТЕ ТОВАРЫ?

1	Закупаем у населения или других компаний (ягоды, антиквариат и пр.)	<b>34 %</b>
2	Закупаем для продажи	<b>33 %</b>
3	Производим силами компании	<b>21 %</b>
4	Изготавливаем всей семьей	<b>20 %</b>
5	Делегируем производство подрядчику	<b>12 %</b>
6	Реализуем как дистрибьютор товары другой компании	<b>10 %</b>
7	Другое	<b>10 %</b>
8	Затрудняюсь ответить	<b>6 %</b>

# НЕТ СВОЕГО САЙТА? ЕСТЬ ЕВАУ

# 76%

экспортеров, продающих на eBay,  
не имеют своего сайта и ведут продажи  
только через торговые платформы

# 3%

имеют свой сайт,  
но он не приносит  
экспортных заказов

# 16%

получают заказы  
из-за рубежа через  
свой сайт

ЛОГИСТИЧЕСКИЕ

УСЛУГИ

ДЛЯ ОНЛАЙН-  
ЭКСПОРТЕРОВ

ebay

# ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ТРАНСПОРТНЫХ КОМПАНИЙ ДЛЯ ДОСТАВКИ ЗАРУБЕЖНЫХ ЗАКАЗОВ

**Открытый вопрос:**

*«Расскажите, услуги каких логистических операторов в каких случаях вы используете?»*

По данным опроса  
онлайн-экспортеров

**ИСПОЛЬЗОВАНИЕ УСЛУГ  
ЛОГИСТИЧЕСКИХ ОПЕРАТОРОВ,  
% ЭКСПОРТЕРОВ**

**СРЕДНЯЯ ДОЛЯ ЛОГИСТИЧЕСКОГО  
ОПЕРАТОРА В ЗАРУБЕЖНЫХ  
ОТПРАВЛЕНИЯХ ЭКСПОРТЕРА**

Почта России	<b>87 %</b>	<b>85 %</b>
DHL	<b>14 %</b>	<b>3 %</b>
UPS	<b>11 %</b>	<b>4 %</b>
Voxberry	<b>8 %</b>	<b>3 %</b>
СДЭК	<b>7 %</b>	<b>2 %</b>
DPD	<b>4 %</b>	<b>1 %</b>
Pony Express	<b>2 %</b>	<b>2 %</b>
Другой способ отправки	<b>6 %</b>	<b>0 %</b>
Не знаю, затрудняюсь ответить	<b>2 %</b>	<b>0 %</b>

# ВЫБОР ТРАНСПОРТНОЙ КОМПАНИИ ДЛЯ ДОСТАВКИ ЗА РУБЕЖ

## КОМПАНИЯ



### Основные причины выбрать именно ее

1. Низкая стоимость отправки, особенно в страны дальнего зарубежья.

Почту России выбирают за низкую стоимость доставки и отправляя ей недорогие или небольшие по весу товары. Также ее выбирают продавцы, для которых основная площадка – Instagram или собственный сайт.

1. Скорость доставки по всему миру.
2. По желанию покупателя.

DHL выбирают, чтобы быстро и надежно доставить дорогостоящие товары в страны дальнего зарубежья. Также некоторые продавцы используют DHL по просьбе покупателей.

1. Скорость доставки по странам СНГ.

Многие клиенты используют СДЭК для доставки в страны СНГ, а также по выбору покупателя.

1. Основные причины выбрать именно ее – скорость доставки по ближнему зарубежью.

Boxberry выбирают для быстрой доставки по странам СНГ, особенно в Казахстан и Беларусь, а также для доставки товаров на eBay и Amazon.

# РАЗВИТИЕ ЭКСПОРТНОГО РЫНКА ВНЕ СНГ



**МАРИНА  
ПРИСУХИНА,**

Head of Marketing,  
UPS

*«Поскольку мы американская компания, нас часто воспринимают как подрядчика, который может помочь в развитии бизнеса на американских направлениях. Американский рынок очень благоприятен для электронной коммерции – там очень высокий порог беспошлинной торговли, высокий средний чек, поэтому объемы растут быстрыми темпами. Тем не менее, мы советуем не ограничиваться каким-то отдельным рынком, а рассматривать экспортные возможности в целом, демонстрируя миру свой творческий потенциал, свежие идеи и уникальную культуру.»*

*Российские магазины и маркетплейсы давно научились работать с ближним зарубежьем, и поэтому новые рынки могут стать отличным драйвером дальнейшего развития онлайн-экспорта для российских компаний».*

# БАРЬЕРЫ РАЗВИТИЯ



**МИХАИЛ  
КОНЕВ,**

руководитель  
бизнес-  
направления,  
Voxberry

*«Примерки и возврата после выдачи товара нет, поэтому доля одежды и обуви у нас небольшая. Часто встречается косметика, книги, различное здоровое и спортивное питание. В Казахстан отправляется довольно много религиозной одежды и товаров, в особенности мусульманских.»*

*Крупных магазинов, которые выходят в ЕАЭС, не так много. Это связано с их большей инертностью, так как у нас огромный пул интернет-магазинов, которые находятся на интеграции. К сожалению, если у крупного интернет-магазина в стратегии не учитывался ЕАЭС, то им достаточно много времени нужно для того, чтобы развернуться в сторону этих стран. Во-вторых, у крупных интернет-магазинов есть определенные требования по бизнес-процессам, например, возврат после примерки или наложенный платеж, то есть те условия, которые мы либо сейчас, либо только в следующем году сможем реализовать.»*

*Другой барьер – в законодательстве стран. Например, в Беларуси есть достаточно много местных маркетплейсов, но российские интернет-магазины не могут найти «паркинг-место» и, соответственно, представлять свои товары, хотя они готовы это делать. Есть законодательные ограничения по приему платежей в адрес третьих лиц, особенно если третье лицо нерезидент. Таким образом, несмотря на то, что у ЕАЭС – единое пространство, существуют сложности с организацией процесса. Например, в Киргизии и Армении наши партнеры вынуждены собирать паспортные данные у получателей, что сильно усложняет процессы.»*

*Также существенно осложнить развитие электронной торговли внутри ЕАЭС может планируемое введение в 2022 году в Беларуси и Казахстане «ввозного НДС» для зарубежных интернет-магазинов и маркетплейсов. Помимо того, что это является само по себе значимым барьером, наш анализ этих законов показывает их крайне слабую проработку, не учитывающую как двусторонние международные договоры, в том числе принятые в рамках ЕАЭС, так и многие бизнес-процессы (как пример можно привести возврат в российские интернет-магазины невостребованных или неподошедших товаров)».*

# РЕГУЛЯТИВНЫЕ БАРЬЕРЫ



**АЛЕКСАНДР  
ИВАНОВ,**

президент  
Национальной  
ассоциации  
дистанционной  
торговли

*«Полтора года назад был сделан очень важный шаг – отмена экспортного НДС. Ничего более важного в обозримом будущем, наверное, не произойдет. Это сам по себе очень хороший стимул, но это недокрученная, недоделанная история, потому что этот стимул распространяется только на дальнее зарубежье, а, например, страны ЕАЭС не затрагивает. В результате условные покупатели из Казахстана приобретают производимое в России дороже, чем, например, в Германии. Причина в том, что Казахстан – это зона ЕАЭС, где мы платим НДС и выставляем цены с НДС, в отличие от Германии. В результате получаем существенную разницу в 20%. Наверное, следующий шаг, который предстоит сделать в обозримом будущем – все-таки отменить экспортный НДС в страны ЕАЭС».*



# ДРАЙВЕРЫ РОСТА



**МИХАИЛ  
КОНЕВ,**

руководитель  
бизнес-  
направления,  
Boxberry

*«Было бы неплохо иметь компетенции по налогообложению, потому что мы логисты и не являемся экспертами в налогообложении экспортеров, а также специалистами в статистике. Существует большой запрос, например, от интернет-магазинов: “А как продвигаться за рубежом?”. Такая информация была бы очень полезна от государственных органов для образовательных целей и для поддержки экспортеров, их деятельности на зарубежных рынках. На мой взгляд, развитие экспорта вполне совпадает с государственными задачами: логично инвестировать в продвижение трансграничных продаж на государственном уровне, и эти ресурсы затем вернутся с экспортными налогами».*

# ПЕРСПЕКТИВЫ РОСТА



**ЛЕОНИД  
ЗОНДБЕРГ,**

советник  
заместителя  
генерального  
директора по  
электронной  
коммерции, АО  
«Почта России»

*«Для развития экспорта сейчас прекрасные перспективы. В первую очередь, это нереализованный потенциал с учётом низкой доли экспортеров. Сейчас на внутреннем рынке по экспертным оценкам 300 тыс. продавцов, и их число будет расти. Растет количество селлеров и растет доля тех, кто продает на экспорт, осваивает зарубежные электронные площадки. При этом основным драйвером роста могут стать отечественные маркетплейсы, стремящиеся расширить аудиторию и конкурировать глобально.»*

*Также отмечу большую роль в развитии экспорта Российского экспортного центра (РЭЦ), с которым у нас есть ряд интересных проектов, в том числе национальный магазин на Amazon.de. В рамках этого проекта продавцы смогут осуществлять как трансграничную доставку, так и локализовывать свой товар на нашем фулфилмент-центре в Германии. Вместе с РЭЦ мы планируем рассказывать участникам рынка о возможностях экспорта, о тех категориях товаров, которые пользуются популярностью за пределами РФ. Другой проект – решение вопроса с маркировкой, что позволит сделать реимпорт товаров максимально прозрачным и сократит затраты продавцов на возврат заказов.»*

*Еще один важный фактор – товары российских продавцов становятся все более конкурентоспособными, растет российский сегмент hand made товаров. В первую очередь в российских товарах заинтересованы страны ЕС, а также США – на эту страну приходится треть нашего экспорта.»*

*Если говорить о странах ЕАЭС, то здесь мы активно работаем по сокращению сроков доставки, снижению тарифов, развитию услуги наложенного платежа, создаем новые продукты для разных типов клиентов, ориентируясь в первую очередь на селлеров, которым доступна возможность сдать посылки в 12 700 пунктах приема Почты.»*

*Кроме этого, совместно с правительством мы занимаемся субсидиарной программой для экспортеров, которая позволит маркетплейсам и продавцам на них быстрее осваивать зарубежные рынки.»*

*Еще одно направление – бондовые склады, они работают не только на импорт, но и на экспорт, так как они приближают товар к конечному покупателю».*

# РАЗВИТИЕ КЛИЕНТСКИХ СЕРВИСОВ



**ДМИТРИЙ  
САУТЕНКОВ,**

вице-президент  
по продажам и  
маркетингу, DHL

*«В этом году мы начали обращать внимание наших экспортеров на новую услугу – экологический сбор. Это доставка с возможностью компенсировать свой углеродный след, сделать доставку своего груза углеродно-нейтральной. После появления такой услуги некоторые наши клиенты-экспортеры с огромным удовольствием начали ей пользоваться, как раз чтобы увеличить свои продажи. По данным исследований bigcommerce, 75% миллениалов буквально готовы менять свои покупательские привычки ради того, чтобы проявить заботу об окружающей среде. Другими словами, если у клиента на сайт приходят миллениалы, и он хочет, чтобы конверсия была выше, тогда он предлагает возможность углеродно-нейтральной доставки. Таким образом, конверсия у этой группы покупателей повышается. Это действительно нравится нашим клиентам, особенно тем, кто так или иначе связывает свою деятельность с экологичными решениями.*

*Также в прошлом году у нас появился новый продукт – оплата таможенных пошлин в стране назначения. То есть наш клиент, находясь в России, может взять на себя оплату таможенных платежей за получателя и оплатить их вместе со счетом и услугами DHL. Это очень хорошая и своевременная услуга, которая оказалась полезной для наших экспортеров из-за изменений законодательств ряда стран».*

# ОЖИДАНИЯ ОТ ЛОГИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ

Открытый вопрос:

*«Как изменилась логистика для экспортной онлайн-торговли за прошедший год?»*

---

Доставка стала быстрее

**20 %**

---

Доставка стала удобнее

**16 %**

---

При поиске логистического партнера выбор стал больше

**12 %**

---

У логистов расширился спектр услуг

**11 %**

---

Доставка стала дешевле

**6 %**

---

Ничего из перечисленного

**27 %**

---

# ПРОФИЛЬ ЭКСПОРТЕРА EBAU



**Алексей Буряк,**  
директор Silver Dream Studio



Санкт-Петербург



**Изготовление, роспись  
и продажа оловянных фигурок**

**95%**

Экспортные продажи

**8 лет**

Опыт экспортных продаж

**Онлайн**

Приоритетный канал продаж



США, страны Европы

## Как начинались экспортные продажи?

«Началось это в 2013 году, когда мне друзья рассказали про eBay. В течение нескольких лет с того момента все экспортные продажи у меня шли именно через eBay».

## Чем помогает eBay?

«Основной плюс – это очень эффективная реклама. Я занимаюсь исторической миниатюрой, солдатиками, и, когда я вбиваю в поисковике название какой-то эпохи, я вижу ссылки на мой магазин на eBay. Мы достаточно небольшой бизнес. eBay даёт нам возможность выйти на международные рынки, не участвуя в сложных процессах, таких как декларирование, валютный контроль. Маркетплейс выполняет роль агрегатора и сильно упрощает мне жизнь».

## Чем хороши экспортные продажи?

«Выгодно продавать туда, где люди готовы заплатить больше».

## Запомнившийся заказ?

«Сейчас у нас в работе проект на 60 фигур, который повторяет картину моего знакомого из Испании. Мы будем воссоздавать ее в объёме».

## Совет начинающим экспортерам?

1. Не бояться. Потому что лучше попробовать, чем не попробовать.
2. Учить язык и уметь им пользоваться.
3. Клиент всегда прав.
4. Лучше потерять деньги, чем репутацию.
5. Быть профессионалом в своем деле».

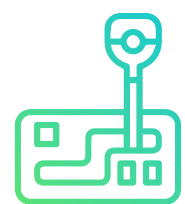
# ПРОФИЛЬ ЭКСПОРТЕРА EBAU



**Алексей Макаренко,**  
предприниматель tema4x4



Новосибирск



Производство и продажа  
автозапчастей

**60-70%**

Экспортные продажи

**> 6 лет**

Опыт экспортных продаж

**Онлайн**

Приоритетный канал продаж



По всему миру

## Как начинались экспортные продажи?

«Изначально эту площадку я использовал как покупатель, был там давно зарегистрирован и хорошо знаком с ней. Где-то в конце 2014 – начале 2015 года возникла идея попробовать продавать на маркетплейсе. Сейчас большая часть продаж идет через eBay».

## Чем помогает eBay?

«Это один из основных каналов сбыта. Маркетплейс обеспечивает продажи и предоставляет клиентов. Представители eBay оказывают поддержку и помогают вопросы решать, если что-то непонятно».

## Чем хороши экспортные продажи?

«Россия – это только один рынок, а весь мир – это гораздо больше. В целом просто это увеличение аудитории в десятки раз – то есть не в разы, а в десятки раз».

## Запомнившийся заказ?

«Один клиент из Южной Америки, купивший товар в самом начале пандемии, получил его только через восемь месяцев. Я был удивлен, почему он не пожаловался и не попросил вернуть деньги, но покупатель, оказывается, был просто счастлив, что ему пришла долгожданная посылка».

## Совет начинающим экспортерам?

«Надо просто брать и начинать делать. Если ты понимаешь, что что-то востребовано и веришь в это – попробуй. Сначала ничего не получается, потом начинает немного получаться, потом ты начинаешь углубленно изучать. Это долгая работа, и ею нужно заниматься».

# ПРОФИЛЬ ЭКСПОРТЕРА EBAU



**Константин Капцов,**  
руководитель бизнес-проектов  
Luxxu.com



Москва



Покупка, аутентификация,  
оценка и реализация люксовых  
товаров

**40%**

Экспортные продажи

**> 5 лет**

Опыт экспортных продаж

**Онлайн**

Приоритетный канал продаж



Америка – 95%

## Как начинались экспортные продажи?

«Я решил продать две книги. Оценил такие же экземпляры на сайте eBay, посмотрел, по каким ценам они выставлены. Удивился, что можно получить так много денег и продал их за два-три месяца. Убедившись, что eBay работает, сместил акцент на одежду, и пошло по нарастающей».

## Чем помогает eBay?

«Главная фишка этой площадки в том, что вы можете продать практически любой товар, будь то книги или сумки за тысячи долларов. Нет никаких рамок для вас как для продавца, вы можете работать в офисе или дома, лежать на диване или сидеть в офисе. Главное – выстроить эффективную цепочку продаж».

## Чем хороши экспортные продажи?

«Продавая за границу, вы повышаете свой статус, получаете большую прибыль, находите новые рынки сбыта. Это главные особенности».

## Запомнившийся заказ?

«В прошлом году была продана сумка Chanel за 11 тыс. долларов. Это одна из самых дорогих сумок Chanel, проданная на eBay, и самая дорогая среди российских продавцов».

## Совет начинающим экспортерам?

«Учиться, учиться и еще раз учиться на своих собственных ошибках. На eBay есть много инструментов – постоянно анализируйте их и изучайте. Находите свою нишу. Создавайте, экспериментируйте, оптимизируйте, упрощайте, и вы добьетесь успеха».

# ПРОФИЛЬ ЭКСПОРТЕРА EBAU



**Айрат Хайдаров,**  
директор по продажам  
MV-tuning



**Тольятти**



**Производство и продажа  
тюнинг-аксессуаров для  
автомобилей**

**65%**

**Экспортные продажи**

**> 6 лет**

**Опыт экспортных продаж**

**Онлайн, офлайн розница**

**Приоритетный канал продаж**



**140 стран мира**

## Как начинались экспортные продажи?

«История экспорта началась с моих покупок на eBay. Я заказывал различные вещи: кроссовки, мото-аксессуары, выхлопные системы – то, что невозможно было купить в России 12-13 лет назад. В 2010 я пришел в компанию MV-tuning как менеджер отдела продаж, и в 2015 мы вышли на международный рынок.

Никогда не забуду, как однажды к нам пришел запрос из Нью-Йорка от двух парней: одного звали Скот, другого Кайл. Мы проработали упаковку, логистику, таможенное оформление и доставили им бесплатно два комплекта. Эти ребята поставили детали, покрасили и были просто счастливы, потому что других таких машин больше не было. Самое крутое, что они сделали фотографии в локациях Нью-Йорка и выложили их на профильных форумах по данному автомобилю. И тут пошли запросы!».

## Чем помогает eBay?

«Он снимает с тебя обязательство как-то продвигать продукт. Мы выставили товары на продажу, сделали сотню листингов, про некоторые детали вообще забыли, а eBay сам это все продвигает, индексирует в поисковых системах, и люди приходят. Ты выкладываешь товар, и его сразу видят несколько десятков миллионов покупателей по всему миру – это очень большой плюс. Главное – правильно оформить товарные объявления. eBay помог нам во время кризиса в конце 2014 года, когда доллар вырос в два раза, и все очень подорожало. Тогда экспортные продажи спасли нашу компанию».

## Чем хороши экспортные продажи?

«Они дают хороший доход, что немаловажно – в валюте. В России мы можем реализовать деталь, например, с прибылью в 1 000 руб., а в случае экспортной продажи той же детали прибыль составит уже 3 000 руб. На зарубежных рынках и заработок больше, и клиентов больше».



# ПРОФИЛЬ ЭКСПОРТЕРА EBAU



**Айрат Хайдаров,**  
директор по продажам  
MV-tuning



Тольятти



Производство и продажа  
тюнинг-аксессуаров для  
автомобилей

**65%**

Экспортные продажи

**> 6 лет**

Опыт экспортных продаж

**Онлайн, офлайн розница**

Приоритетный канал продаж



140 стран мира

## Запомнившийся заказ?

«В этом году был хороший заказ из Англии с неплохими чаевыми. Стоимость заказа с учетом доставки обошлась в 1 700 руб., а 8 300 руб. покупатель отправил в качестве благодарности, как чаевые! Но вообще интересно само общение... Столько интересных людей: из Америки, на Ближнем Востоке, в Европе, Израиле... Мне интересно общение с ними, на самом деле».

## Совет начинающим экспортерам?

«Пожелание новым экспортерам: не бояться. У нас получилось, и у вас получится! Заниматься экспортом классно, легко, сложного ничего нет. Нужно быть честным, быть на стороне покупателя, потому что покупатель прав во всем в принципе. Пока он не получил посылку и все не проверил, нужно ставить себя на его место».

П Р И Л О Ж Е Н И Е

# ЭКСПОРТ

ЮВЕЛИРНЫХ

ИЗДЕЛИЙ

ebay

# ВНУТРЕННИЙ\* И ВНЕШНИЙ ОНЛАЙН-РЫНОК ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЙ В 2020 ГОДУ

Онлайн-продажи  
ювелирных изделий  
в России\*



Розничный  
онлайн-экспорт  
ювелирных изделий



Одежда и обувь

163 МЛРД  
РУБ

ВНУТРЕННИЙ

33,8 МЛРД  
РУБ

ВНЕШНИЙ



Электроника

663 МЛРД  
РУБ

ВНУТРЕННИЙ

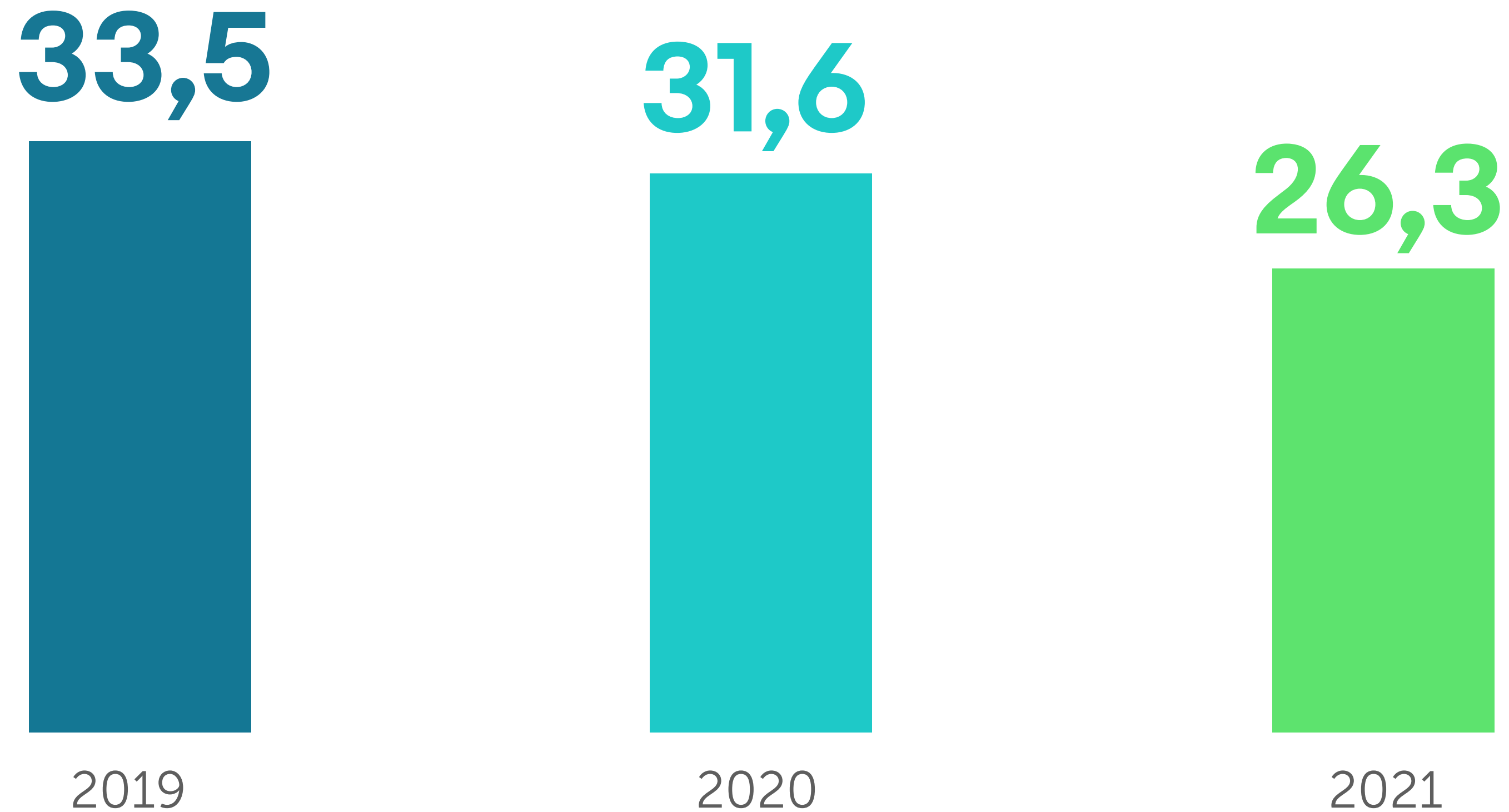
7,2 МЛРД  
РУБ

ВНЕШНИЙ

\*Учитываются объемы продаж крупнейших в категориях интернет-магазинов, входящих в ТОП-1000 по оценке Data Insight

# ДИНАМИКА РОЗНИЧНОГО ОНЛАЙН-ЭКСПОРТА ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЙ ИЗ РОССИИ, 2019-2021

ОБОРОТ РОЗНИЧНОГО ОНЛАЙН-ЭКСПОРТА ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЙ  
ИЗ РОССИИ, МЛН ДОЛЛАРОВ



# ДОЛЯ ЭКСПОРТА У КРУПНЫХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ

*«Пока доля экспорта в бизнесе любой усредненной компании либо равна нулю, либо ничтожно мала».*



**ВЛАДИМИР ЗБОЙКОВ,**  
эксперт Комитета по работе с государственными органами власти и федеральными общественными организациями ассоциации «Гильдия ювелиров России»

*«Сейчас доля экспорта в обороте небольшая – около пяти процентов. По нашим оценкам в этом году экспорт удвоился, насколько мне известно, вырос в два с половиной раза».*



**АЛИНА КОЛПАКОВА,**  
руководитель аналитического центра Sokolov

*«Пока что подобная работа не ведется. Однако это был бы логичный шаг для любой компании, которая что-либо производит – выходить на любую зарубежную площадку. Для нас с большой долей вероятности это будет следующий год. Все-таки, согласно вашему же исследованию, наша доля рынка – 36%. Это означает, что нам тоже нужно выходить на какие-то новые рынки, чтобы продолжать расти».*

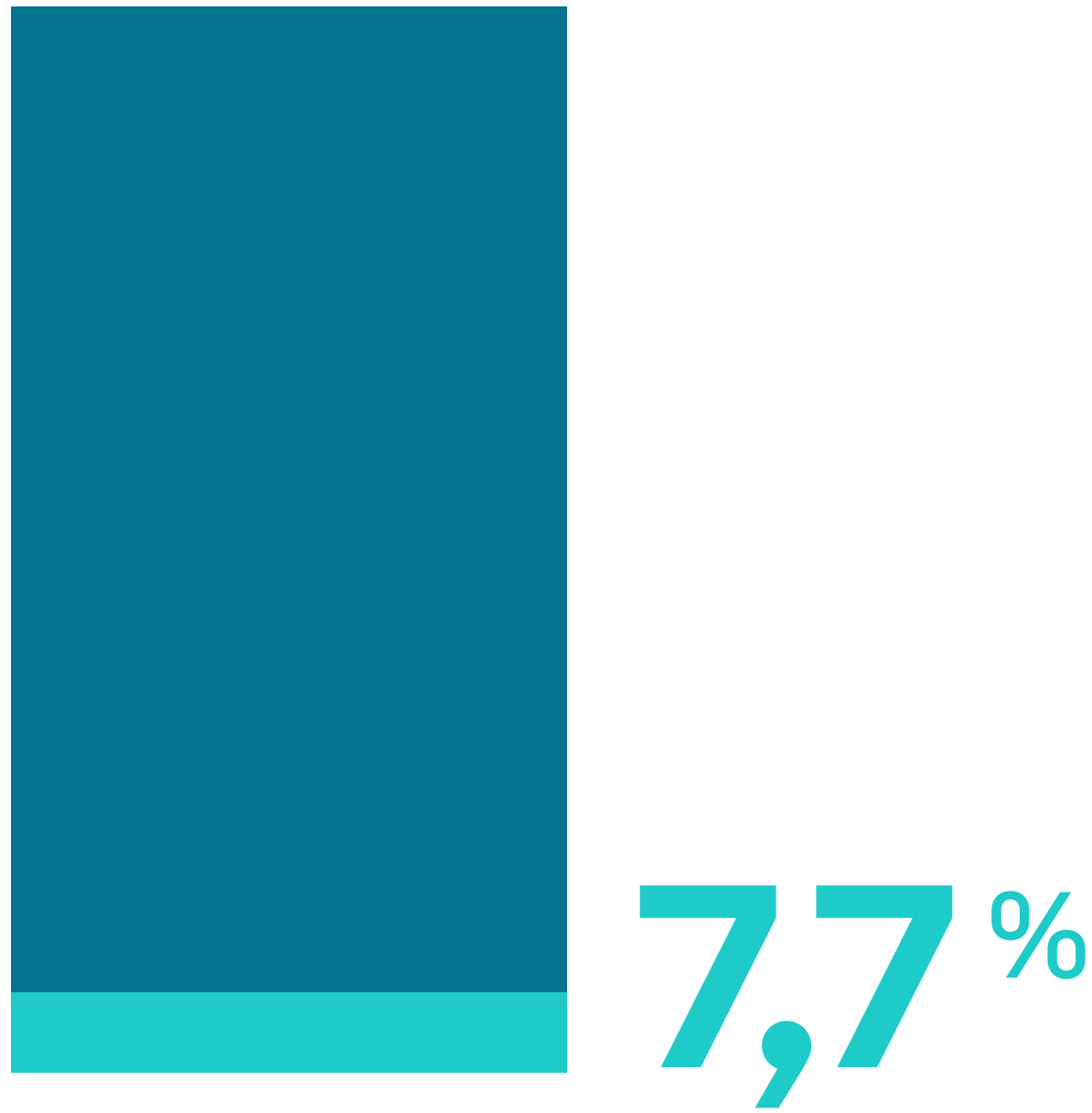


**ЯКОВ БОЛЬШУНОВ,**  
директор департамента по омниканальному развитию Sunlight

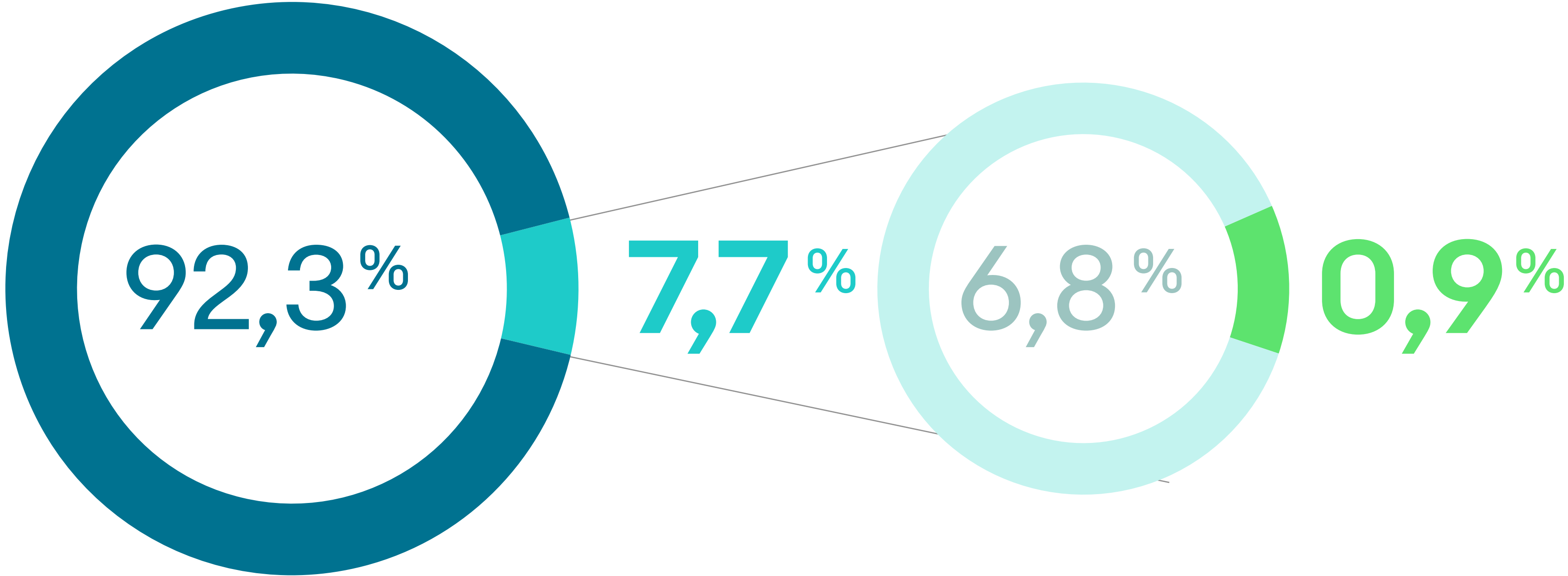
# ПРОДАВЦЫ ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЙ ЕВАУ

ДОЛЯ ПРОДАВЦОВ ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЙ ПО РЕГИОНУ ГЛОБАЛЬНЫХ РАЗВИВАЮЩИХСЯ РЫНКОВ

- Остальные продавцы
- Продавцы ювелирных изделий
- Продавцы ювелирных изделий – другие страны
- Продавцы ювелирных изделий – Россия



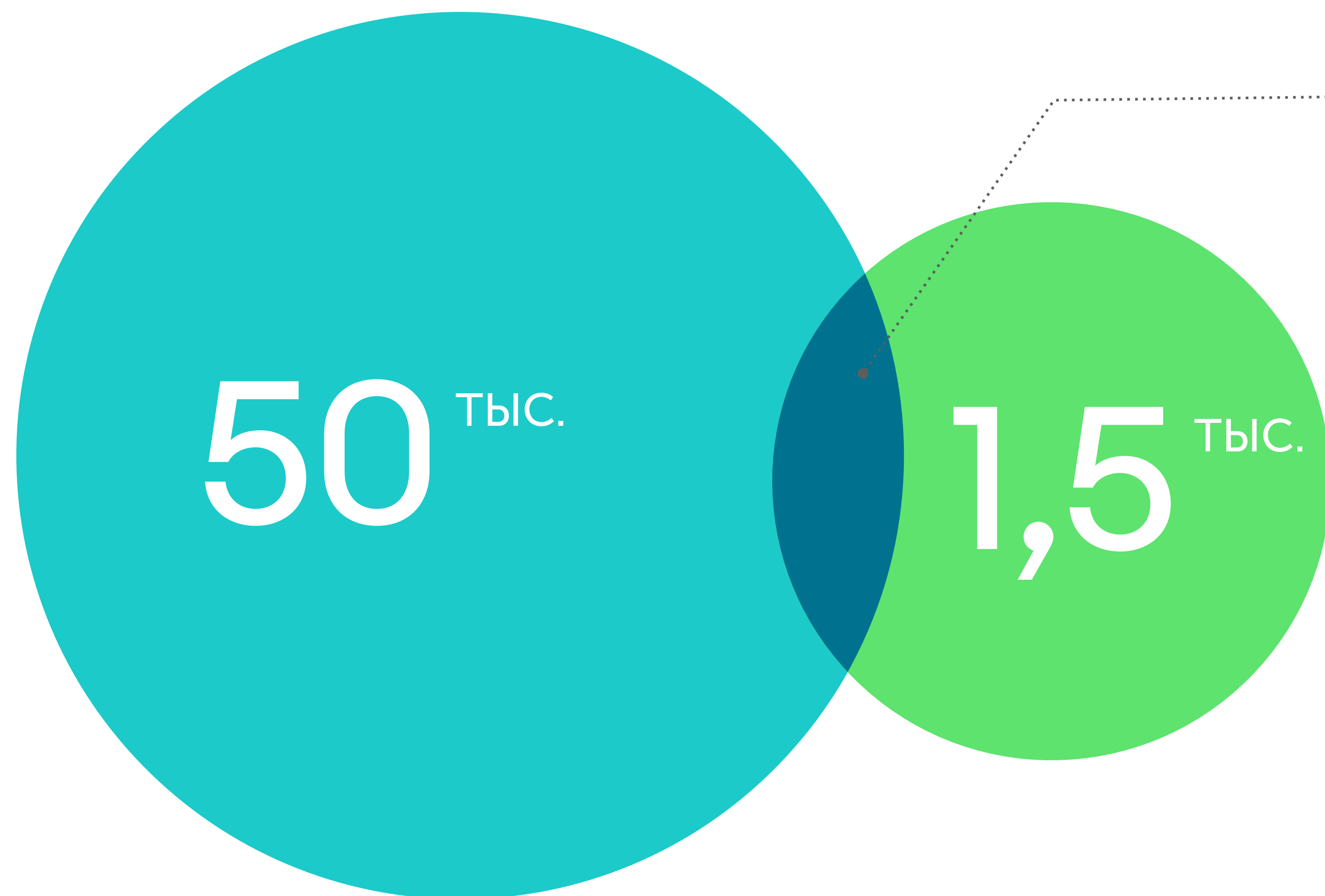
Продавцы eBay



\*Учитываются продавцы, зарегистрированные на территории РФ, среди продавцов с продажами > 3 000, n~50 000

# ПРОДАВЦЫ ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЙ ЕВАУ

ДОЛЯ РОССИЙСКИХ ПРОДАВЦОВ ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЙ\*

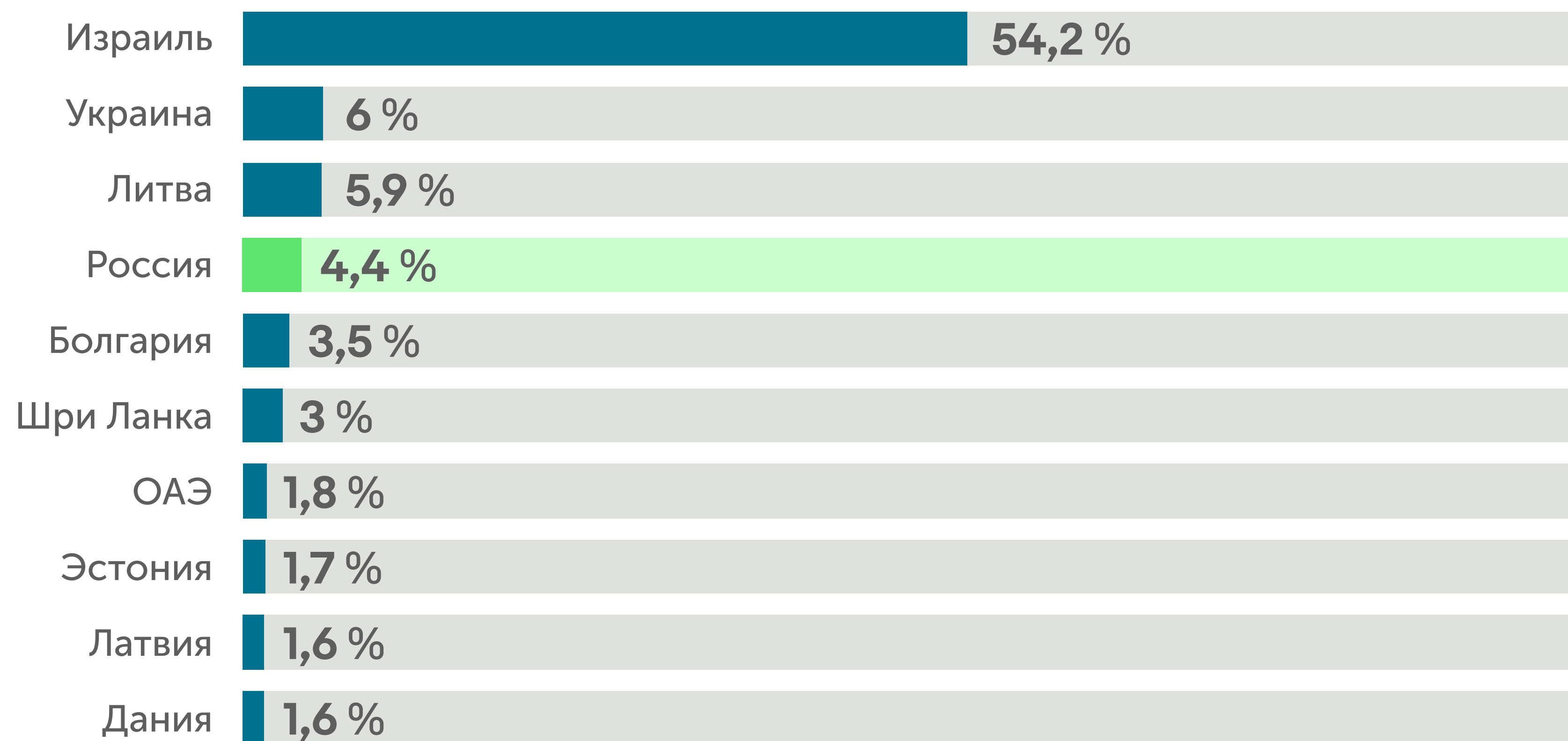


Доля российских экспортеров на eВау в категории ювелирных изделий составляет **10,6%** от всех продавцов ювелирных изделий и всего **0,3%** от общего числа всех российских селлеров площадки.

- Российские продавцы
- Продавцы ювелирных изделий
- Российские продавцы ювелирных изделий

# ДОЛЯ ОБОРОТА ЭКСПОРТА ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЙ В ЕВАУ ПО СТРАНАМ

## ДОЛЯ ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЙ В ОБОРОТЕ ЭКСПОРТА



■ Россия занимает 4 место в топ-10 продающих стран eBay по доле ювелирных изделий в обороте экспорта (4,4%)

■ Доля экспорта ювелирных изделий в общем обороте продавцов из Израиля в 12 раз превышает аналогичный показатель по селлерам из России

■ Доля продаж ювелирных изделий    ■ Остальные экспортные продажи



# СДЕРЖИВАЮЩИЕ ФАКТОРЫ ЭКСПОРТА ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЙ: МНЕНИЯ ЭКСПЕРТОВ

«Помимо того, что все товары проходят таможенный контроль, для отправки ювелирных изделий существует еще и государственный контроль, который можно проводить только на спецтаможне. Уже давно должно было функционировать единое окно, через которое можно быстро и легко пройти все процедуры – но на данный момент это не так. Обсуждения идут с 2016, но за пять лет глобально ничего не изменилось. Кроме того, сейчас примерная стоимость отправки одного ювелирного изделия за границу составляет около 60 тыс. рублей. Средняя стоимость такого изделия – около 30 тыс. рублей. Следовательно, на каждую единицу стоимости изделия приходится две единицы стоимости отправки – это означает, что покупателей будет мало».



**ВЛАДИМИР ЗБОЙКОВ,**

эксперт Комитета по работе с государственными органами власти и федеральными общественными организациями ассоциации «Гильдия ювелиров России»

«Существует множество ограничений: прежде всего, это небольшое количество специализированных таможенных акцизных постов, через которые можно отправлять украшения, с маленькой пропускной способностью. Отправка больших посылок занимает много времени. Во-вторых, это государственный пробирный контроль: с прошлого года в России можно продавать неклеимые серебряные украшения, но для экспортных отправок клеймение обязательно. Оформление документов на экспорт и их проверка требуют длительного времени. При этом у нас нет ни квот, ни вывозных таможенных пошлин, а оформление по другую сторону границы несложное – трудности только с вывозом из России. Другая сложность – возвраты. Со всеми этими ограничениями сталкиваются именно при отправке товаров на маркетплейсы и продажах в розницу».



**АЛИНА КОЛПАКОВА,**

руководитель аналитического центра Sokolov

# СДЕРЖИВАЮЩИЕ ФАКТОРЫ ЭКСПОРТА ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЙ

## ДОЛГИЕ СРОКИ ДОСТАВКИ

Двухступенчатая система оформления экспорта только на ограниченном количестве специализированных таможенных постов и трудоемкая процедура государственного пробирного контроля увеличивает сроки доставки ювелирных изделий покупателю.

Порядок постановки на учет для осуществления операций с драгоценными металлами и камнями сужает количество транспортных компаний и служб курьерской доставки для перевозки ювелирных изделий. Продавцы не могут конкурировать в части логистической составляющей с ведущими мировыми электронными площадками.

## РАСХОДЫ НА СТРАХОВАНИЕ ПРИ ПЕРЕВОЗКЕ И ХРАНЕНИИ

Оформление таможенного режима экспорта идентично для партии изделий и для одного изделия. Высокая стоимость отправки сокращает количество покупателей.

Сложность процедуры требует привлечения таможенного брокера, и затраты вырастают несоизмеримо со стоимостью изделий (стоимость сопровождения одного отправления составляет \$900)

При возврате товара продавцы также вынуждены оплачивать пошлину за ввоз в Россию.

# МЕРЫ ПО ОПТИМИЗАЦИИ: МНЕНИЯ ЭКСПЕРТОВ

*«Программа поддержки экспорта должна быть комплексной – иначе от нее не будет пользы. Необходимо создать условия для продаж на внешнем рынке: отменить ввозную пошлину и госконтроль. Отмена госконтроля касается экспорта B2C: тех случаев, когда физическому лицу отправляется не партия ювелирных изделий, а только одно изделие или комплект. Если государство будет заинтересовано в упрощении экспорта, сокращении затрат поставщиков и стимулировании повышения качества – тогда у нас постепенно сформируется перечень экспортеров, которые на постоянной основе смогут поставлять качественные товары.*

*Дальнейшие шаги должны состоять во введении добровольного клеймения ювелирных изделий для экспортных продаж. Можно с уверенностью сказать, что наше клеймо за границей востребовано в основном у бывших граждан СССР. В некоторых странах клеймо не нужно вовсе – оно воспринимается как лишняя вмятина на изделии».*



**ВЛАДИМИР ЗБОЙКОВ,**

эксперт Комитета по работе с государственными органами власти и федеральными общественными организациями ассоциации «Гильдия ювелиров России»

*«Очень помогло бы упрощение процедуры оформления украшений для экспортных отправок, требований насчет клеймения. Клеймение можно отменить или, допустим, сделать как де-те-эр-гранд. Например, при экспорте украшений в Германию определенных правил нет, можно ставить любое клеймо. А по российским правилам нужно обязательно клеймить, что требует ведение документооборота.*

*И вторая мера – конечно же, необходимо упростить процедуру таможенного оформления, так как на данный момент она подразумевает оформление огромного количества документов».*



**АЛИНА КОЛПАКОВА,**

руководитель аналитического центра Sokolov

# РЕЗЮМЕ – МЕРЫ ПО РАЗВИТИЮ ОТ ЭКСПЕРТОВ

Важнейшие факторы для развития экспорта – сокращение сроков доставки и стоимости отправок физическим лицам:

# 1

Отмена государственного контроля при B2C экспорте упростит таможенное оформление, снизит затраты продавцов и покупателей и уменьшит сроки доставки.

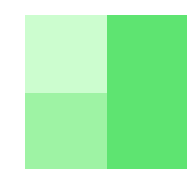
# 2

Клеймо на ювелирных изделиях не востребовано большинством зарубежных покупателей, целесообразно ввести добровольное клеймо для экспорта и упростить пробирный контроль.

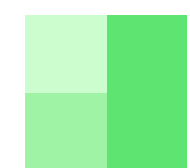
# 3

Программа поддержки экспорта должна носить комплексный характер.

# БЛАГОДАРНОСТЬ ЗА ПОМОЩЬ В ПРОВЕДЕНИИ ИССЛЕДОВАНИЯ



Мы благодарим онлайн-площадки и логистические компании, предоставившие свои данные об экспортных объемах. Эти данные помогают сделать экспортный рынок прозрачнее



Отдельное спасибо экспертам, принявшим участие в исследовании, за предоставленную информацию. Без их экспертизы исследование было бы невозможно

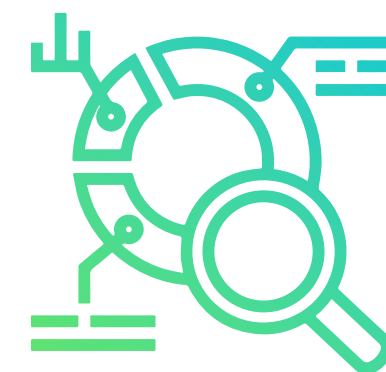
Благодарим компании, которые помогли организовать опрос онлайн-экспортеров:



- А также самих экспортеров, принявших участие в опросе
- Аналитическое агентство Data Insight

# DATA INSIGHT

Data Insight – первое в России агентство, специализирующееся на исследованиях и консалтинге в области eCommerce и других интернет-рынков



**Публичные исследования**

[Читать](#)



**Новостной мониторинг eCommerce**

[Подписаться](#)

## Узнать больше:



+7 (495) 540 59 06



[coordinator@datainsight.ru](mailto:coordinator@datainsight.ru)



[datainsight.ru](http://datainsight.ru)



[facebook.com/DataInsight](https://facebook.com/DataInsight)



[Slideshare.net/Data\\_Insight](https://slideshare.net/Data_Insight)



[t.me/DataInsight](https://t.me/DataInsight)



[zen.yandex.ru](https://zen.yandex.ru)



[Data Insight](#)



# ЭКСПОРТНАЯ АКТИВНОСТЬ СМБ ПО РЕГИОНАМ

## ПРИЛОЖЕНИЕ 1 СОРТИРОВКА ПО ЭКСПОРТНОМУ ИНДЕКСУ

БАШКОРТОСТАН	331	ПЕНЗЕНСКАЯ ОБЛАСТЬ	85	ИВАНОВСКАЯ ОБЛАСТЬ	71
ТЮМЕНСКАЯ ОБЛАСТЬ	184	БЕЛГОРОДСКАЯ ОБЛАСТЬ	84	ТВЕРСКАЯ ОБЛАСТЬ	70
КЕМЕРОВСКАЯ ОБЛАСТЬ	150	КАЛИНИНГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ	84	КРАСНОДАРСКИЙ КРАЙ	69
САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	141	СМОЛЕНСКАЯ ОБЛАСТЬ	84	СТАВРОПОЛЬСКИЙ КРАЙ	68
МОСКВА	127	ОРЕНБУРГСКАЯ ОБЛАСТЬ	83	ЛИПЕЦКАЯ ОБЛАСТЬ	68
ХАКАСИЯ	123	ВЛАДИМИРСКАЯ ОБЛАСТЬ	82	ИРКУТСКАЯ ОБЛАСТЬ	63
ЧЕЛЯБИНСКАЯ ОБЛАСТЬ	120	КУРСКАЯ ОБЛАСТЬ	82	ПРИМОРСКИЙ КРАЙ	62
УДМУРТИЯ	119	КИРОВСКАЯ ОБЛАСТЬ	81	СЕВЕРНАЯ ОСЕТИЯ	62
ВОЛГОГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ	117	УЛЬЯНОВСКАЯ ОБЛАСТЬ	81	ЕВРЕЙСКАЯ АВТОНОМНАЯ ОБЛАСТЬ	62
КУРГАНСКАЯ ОБЛАСТЬ	112	НОВОСИБИРСКАЯ ОБЛАСТЬ	81	ХАБАРОВСКИЙ КРАЙ	61
ЯРОСЛАВСКАЯ ОБЛАСТЬ	110	ЗАБАЙКАЛЬСКИЙ КРАЙ	81	РЯЗАНСКАЯ ОБЛАСТЬ	56
ВОРОНЕЖСКАЯ ОБЛАСТЬ	109	КАРЕЛИЯ	81	ТЫВА	51
БРЯНСКАЯ ОБЛАСТЬ	108	СВЕРДЛОВСКАЯ ОБЛАСТЬ	80	КАБАРДИНО-БАЛКАРИЯ	49
МОСКОВСКАЯ ОБЛАСТЬ	105	НИЖЕГОРОДСКАЯ ОБЛАСТЬ	79	АМУРСКАЯ ОБЛАСТЬ	44
МУРМАНСКАЯ ОБЛАСТЬ	105	АЛТАЙСКИЙ КРАЙ	78	ДАГЕСТАН	41
ЛЕНИНГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ	103	ВОЛОГОДСКАЯ ОБЛАСТЬ	77	ГОРНЫЙ АЛТАЙ	40
ТАМБОВСКАЯ ОБЛАСТЬ	100	ТУЛЬСКАЯ ОБЛАСТЬ	77	КАМЧАТСКИЙ КРАЙ	38
САРАТОВСКАЯ ОБЛАСТЬ	99	АСТРАХАНСКАЯ ОБЛАСТЬ	77	ЧЕЧНЯ	38
ОМСКАЯ ОБЛАСТЬ	99	КОСТРОМСКАЯ ОБЛАСТЬ	77	БУРЯТИЯ	38
МОРДОВИЯ	98	КРАСНОЯРСКИЙ КРАЙ	75	КАЛМЫКИЯ	34
МАРИЙ ЭЛ	98	ОРЛОВСКАЯ ОБЛАСТЬ	74	МАГАДАНСКАЯ ОБЛАСТЬ	31
ТАТАРСТАН	94	ЧУВАШИЯ	74	ЯКУТИЯ	30
ПЕРМСКИЙ КРАЙ	92	КОМИ	73	САХАЛИНСКАЯ ОБЛАСТЬ	30
НОВГОРОДСКАЯ ОБЛАСТЬ	89	РОСТОВСКАЯ ОБЛАСТЬ	73	ЧУКОТСКИЙ АО	28
АРХАНГЕЛЬСКАЯ ОБЛАСТЬ	88	АДЫГЕЯ	73	КАРАЧАЕВО-ЧЕРКЕСИЯ	19
ПСКОВСКАЯ ОБЛАСТЬ	88	КАЛУЖСКАЯ ОБЛАСТЬ	73	ИНГУШЕТИЯ	14
САМАРСКАЯ ОБЛАСТЬ	85	ТОМСКАЯ ОБЛАСТЬ	73		

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 11.2021. Количество экспортеров по данным eBay на 11.2021. Среднее значение индекса = 100.

# ЭКСПОРТНАЯ АКТИВНОСТЬ СМБ ПО РЕГИОНАМ

## ПРИЛОЖЕНИЕ 2 СОРТИРОВКА ПО АЛФАВИТУ

АДЫГЕЯ	73	КЕМЕРОВСКАЯ ОБЛАСТЬ	150	РЯЗАНСКАЯ ОБЛАСТЬ	56
АЛТАЙСКИЙ КРАЙ	78	КИРОВСКАЯ ОБЛАСТЬ	81	САМАРСКАЯ ОБЛАСТЬ	85
АМУРСКАЯ ОБЛАСТЬ	44	КОМИ	73	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	141
АРХАНГЕЛЬСКАЯ ОБЛАСТЬ	88	КОСТРОМСКАЯ ОБЛАСТЬ	77	САРАТОВСКАЯ ОБЛАСТЬ	99
АСТРАХАНСКАЯ ОБЛАСТЬ	77	КРАСНОДАРСКИЙ КРАЙ	69	САХАЛИНСКАЯ ОБЛАСТЬ	30
БАШКОРТОСТАН	331	КРАСНОЯРСКИЙ КРАЙ	75	СВЕРДЛОВСКАЯ ОБЛАСТЬ	80
БЕЛГОРОДСКАЯ ОБЛАСТЬ	84	КУРГАНСКАЯ ОБЛАСТЬ	112	СЕВЕРНАЯ ОСЕТИЯ	62
БРЯНСКАЯ ОБЛАСТЬ	108	КУРСКАЯ ОБЛАСТЬ	82	СМОЛЕНСКАЯ ОБЛАСТЬ	84
БУРЯТИЯ	38	ЛЕНИНГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ	103	СТАВРОПОЛЬСКИЙ КРАЙ	68
ВЛАДИМИРСКАЯ ОБЛАСТЬ	82	ЛИПЕЦКАЯ ОБЛАСТЬ	68	ТАМБОВСКАЯ ОБЛАСТЬ	100
ВОЛГОГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ	117	МАГАДАНСКАЯ ОБЛАСТЬ	31	ТАТАРСТАН	94
ВОЛОГОДСКАЯ ОБЛАСТЬ	77	МАРИЙ ЭЛ	98	ТВЕРСКАЯ ОБЛАСТЬ	70
ВОРОНЕЖСКАЯ ОБЛАСТЬ	109	МОРДОВИЯ	98	ТОМСКАЯ ОБЛАСТЬ	73
ГОРНЫЙ АЛТАЙ	40	МОСКВА	127	ТУЛЬСКАЯ ОБЛАСТЬ	77
ДАГЕСТАН	41	МОСКОВСКАЯ ОБЛАСТЬ	105	ТЫВА	51
ЕВРЕЙСКАЯ АВТОНОМНАЯ ОБЛАСТЬ	62	МУРМАНСКАЯ ОБЛАСТЬ	105	ТЮМЕНСКАЯ ОБЛАСТЬ	184
ЗАБАЙКАЛЬСКИЙ КРАЙ	81	НИЖЕГОРОДСКАЯ ОБЛАСТЬ	79	УДМУРТИЯ	119
ИВАНОВСКАЯ ОБЛАСТЬ	71	НОВГОРОДСКАЯ ОБЛАСТЬ	89	УЛЬЯНОВСКАЯ ОБЛАСТЬ	81
ИНГУШЕТИЯ	14	НОВОСИБИРСКАЯ ОБЛАСТЬ	81	ХАБАРОВСКИЙ КРАЙ	61
ИРКУТСКАЯ ОБЛАСТЬ	63	ОМСКАЯ ОБЛАСТЬ	99	ХАКАСИЯ	123
КАБАРДИНО-БАЛКАРИЯ	49	ОРЕНБУРГСКАЯ ОБЛАСТЬ	83	ЧЕЛЯБИНСКАЯ ОБЛАСТЬ	120
КАЛИНИНГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ	84	ОРЛОВСКАЯ ОБЛАСТЬ	74	ЧЕЧНЯ	38
КАЛМЫКИЯ	34	ПЕНЗЕНСКАЯ ОБЛАСТЬ	85	ЧУВАШИЯ	74
КАЛУЖСКАЯ ОБЛАСТЬ	73	ПЕРМСКИЙ КРАЙ	92	ЧУКОТСКИЙ АО	28
КАМЧАТСКИЙ КРАЙ	38	ПРИМОРСКИЙ КРАЙ	62	ЯКУТИЯ	30
КАРАЧАЕВО-ЧЕРКЕСИЯ	19	ПСКОВСКАЯ ОБЛАСТЬ	88	ЯРОСЛАВСКАЯ ОБЛАСТЬ	110
КАРЕЛИЯ	81	РОСТОВСКАЯ ОБЛАСТЬ	73		

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 11.2021. Количество экспортеров по данным eBay на 11.2021. Среднее значение индекса = 100.