

РОЗНИЧНЫЙ

ЭКСПОРТ ТОВАРОВ

через интернет

2020

DATA
TA
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

ПРОГНОЗ ОБЪЕМА РОЗНИЧНОГО ОНЛАЙН-ЭКСПОРТА МАТЕРИАЛЬНЫХ ТОВАРОВ ИЗ РОССИИ В 2020 ГОДУ

1,16 МЛРД \$

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

27,4 МЛН

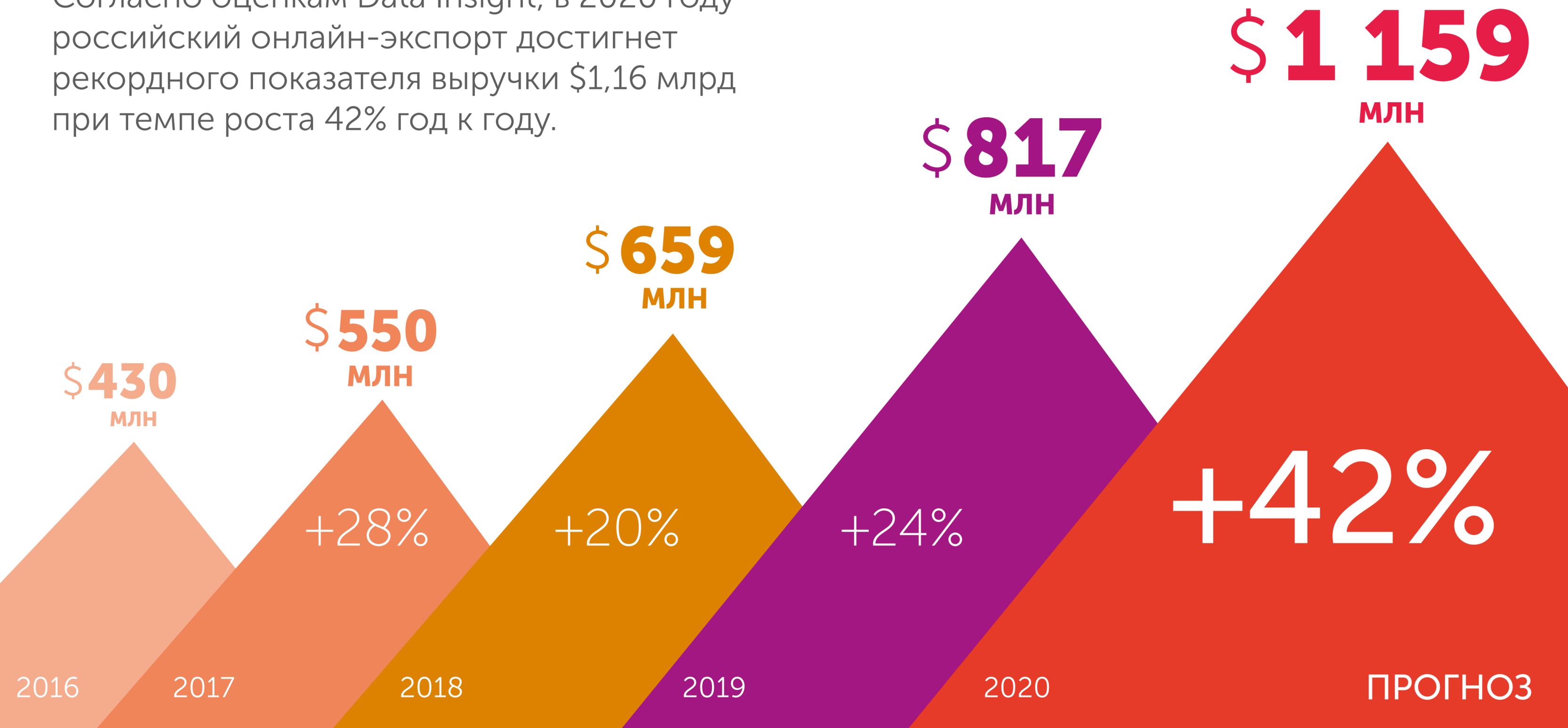
КОЛИЧЕСТВО ОТПРАВОК

42 \$

СРЕДНИЙ ЧЕК

ДИНАМИКА ВЫРУЧКИ РОЗНИЧНОГО ОНЛАЙН-ЭКСПОРТА

Согласно оценкам Data Insight, в 2020 году российский онлайн-экспорт достигнет рекордного показателя выручки \$1,16 млрд при темпе роста 42% год к году.



ДИНАМИКА ЗАРУБЕЖНЫХ ЗАКАЗОВ



СТРУКТУРА ДОСТАВКИ В РОЗНИЧНОМ ОНЛАЙН-ЭКСПОРТЕ

- Платформы продаж и интернет-магазины, использующие доставку транспортных компаний
- Платформы продаж и интернет-магазины с собственной службой доставки

21%
5,8 млн

Посылок будут доставлены транспортными компаниями



ЗАКАЗЫ

79%
21,6 млн

Посылок будут доставлены через платформы с собственной доставкой за рубеж

62%

723 млн \$

Выручки экспортеров придется на заказы через платформы продаж, как eBay, Etsy и другие, а также напрямую в российских интернет-магазинах

СРЕДНИЙ ЧЕК

\$20



\$125

ДЕНЬГИ

38%

437 млн \$

Выручки экспортеров придется на заказы через платформы продаж с собственной доставкой за рубеж, такими как Wildberries, Lamoda, Ozon и другие

КАНАЛЫ ЭКСПОРТНЫХ ОНЛАЙН-ПРОДАЖ

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

21%

eBay

eBay — самый популярный в России экспортный маркетплейс, его использует каждый пятый онлайн-экспортер. Самый популярный канал для экспортной торговли – собственный сайт или мобильное приложение (58% онлайн-экспортеров). При этом 36% онлайн-экспортеров продают за пределы России вовсе без использования собственной площадки.

% ОПРОШЕННЫХ КЛИЕНТОВ ТРАНСПОРТНЫХ КОМПАНИЙ, ПРОДАЮЩИХ ЗА РУБЕЖ

58%

Наш сайт и/или
мобильное приложение

38%

Instagram

11%

Etsy

7%

ВКонтакте

6%

Amazon

5%

Площадки
Alibaba Group

3%

Wildberries

10%

Другие

6%

Затрудняюсь ответить,
не хочу отвечать

СТРАНОВАЯ СТРУКТУРА РОЗНИЧНОГО ОНЛАЙН-ЭКСПОРТА В 2020 ГОДУ

СТРАНЫ БЛИЖНЕГО ЗАРУБЕЖЬЯ

Беларусь	22 %
Казахстан	18 %
Украина	6 %
Армения	1 %
Киргизия	1 %
Другие страны ближнего зарубежья	1 %

СТРАНЫ ДАЛЬНЕГО ЗАРУБЕЖЬЯ

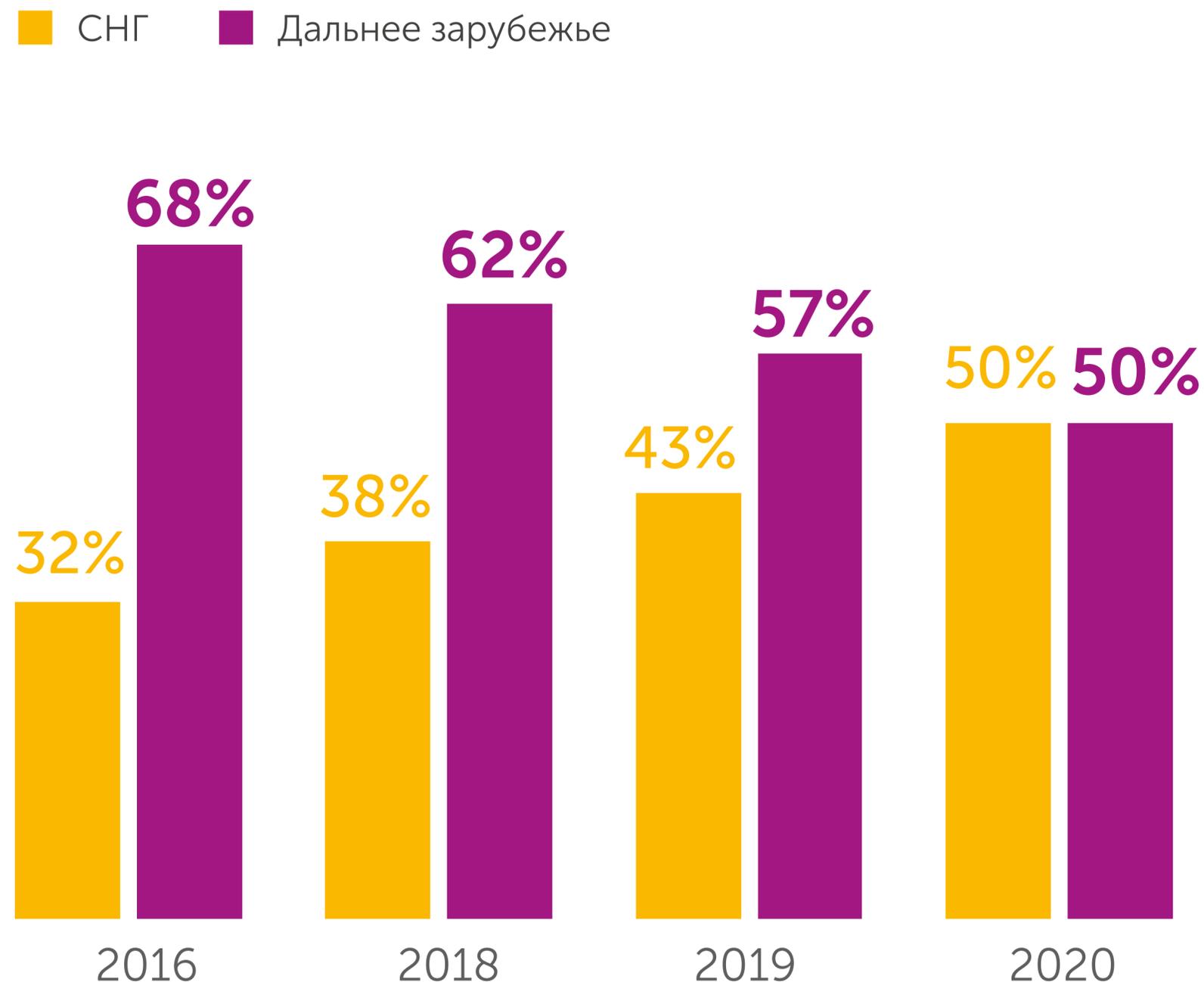
США	17 %
Европейский союз	12 %
Великобритания	4 %
Израиль	3 %
Канада	2 %
Китай	1 %
Япония	1 %
Австралия	1 %
Другие страны дальнего зарубежья	10 %

ИЗМЕНЕНИЕ НАПРАВЛЕНИЯ ЭКСПОРТНЫХ ПРОДАЖ В 2016 – 2020 ГГ.

Растет объем экспорта в страны СНГ, где старт экспортной торговли для россиян облегчен благодаря единому таможенному пространству и использованию русского языка.

Сохраняется тренд на рост доли стран СНГ в структуре российского розничного онлайн-экспорта. По прогнозу на конец 2020 года доля стран СНГ в экспортной выручке российских продавцов достигнет 50%.

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



ДИНАМИКА ОНЛАЙН-ЭКСПОРТА ПО СТРАНАМ В 2018-2020 ГГ. – % СТРАН

Продолжают расти доли Беларуси (22%) и Казахстана (18%) в экспортном обороте. По-прежнему остается ключевым рынком США с долей в экспортном обороте 17%.

Беларусь, Казахстан и США составляют в 2020 году ТОП-3 ключевых направлений российского онлайн-экспорта.

СТРАНА	2018	2019	2020
Беларусь	17,5 %	21,8 %	22,3 %
Казахстан	13,7 %	12,9 %	17,7 %
Украина	6,6 %	4,6 %	5,6 %
США	17,6 %	20,4 %	17,3 %
Западная Европа	10,7 %	10,4 %	10,8 %
Израиль	2,0 %	2,2 %	3,0 %
Китай	2,4 %	1,9 %	1,3 %
Канада	2,2 %	2,3 %	2,2 %

Из-за пандемии коронавируса у большинства логистических операторов возникли сложности с доставкой в США, что немного снизило их долю в распределении экспортной выручки



АЛЕКСЕЙ СКАТИН

заместитель
председателя
правления,
заместитель
генерального
директора по
электронной
коммерции
АО «Почта
России»

«Одно из основных направлений в деятельности нашей компании – поддержка и продвижение экспорта в страны ЕАЭС и СНГ. Мы кратно снижаем тарифы для экспортеров, как в случае с Арменией. На очереди – пилот с Казахстаном.»

Также развиваем выдачу посылок в почтовых отделениях стран ЕАЭС и развиваем систему наложенного платежа в государствах СНГ: Армении, Казахстана, Белоруссии, Молдавии, идет пилот в Азербайджане, планируется в Киргизии».

НАИБОЛЬШИЙ РОСТ ЗАКАЗОВ ОТМЕЧАЕТСЯ ИЗ СТРАН, ЗАНИМАЮЩИХ ВЕРХНИЕ СТРОЧКИ РЕЙТИНГА КЛЮЧЕВЫХ НАПРАВЛЕНИЙ ЭКСПОРТА



СТРАНЫ, КОЛИЧЕСТВО ЗАКАЗОВ ИЗ КОТОРЫХ В 2020 ЗАМЕТНО УВЕЛИЧИЛОСЬ ПО СРАВНЕНИЮ С ДРУГИМИ НАПРАВЛЕНИЯМИ

% ОПРОШЕННЫХ ОНЛАЙН-ЭКСПОРТЕРОВ

1	США	26 %
2	Великобритания	19 %
3	Германия	17 %
4	Казахстан	14 %
5	Беларусь	10 %

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ВЫРУЧКИ РОЗНИЧНОГО ОНЛАЙН-ЭКСПОРТА ПО ТОВАРНЫМ КАТЕГОРИЯМ

40%

Одежда и обувь

10%

Коллекционные
вещи

9%

Товары для дома
и интерьера

9%

Электроника

7%

Товары для спорта,
отдыха и досуга

6%

Автозапчасти
и аксессуары

5%

Косметика

3%

Медицинские
товары

2%

Книги, игры,
винил, диски

9% Другое



**ЛИДЕРЫ РОСТА
2020**

+215%

Товары для дома
и интерьера

+101%

Товары для спорта,
отдыха и досуга

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ВЫРУЧКИ ПО ТОВАРНЫМ ПОДКАТЕГОРИЯМ EBAU

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПОДКАТЕГОРИЙ ПО ОБЪЕМУ ОТ ОБЩЕЙ ВЫРУЧКИ

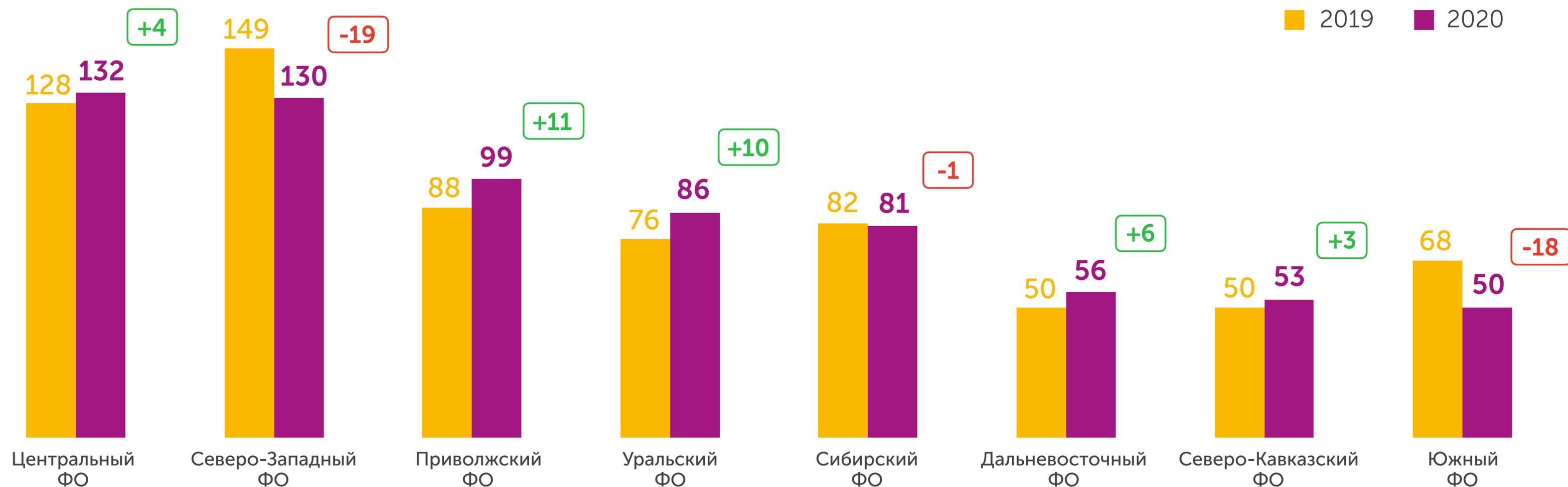
ПОДКАТЕГОРИИ	ОБЪЕМ ОТ ОБЩЕЙ ВЫРУЧКИ
Одежда, обувь и аксессуары	11 %
Автозапчасти	10 %
Парфюмерия	6 %
Часы и аксессуары	5 %
Коллекционные товары	3 %
Спортивные товары	2 %
Видеоигры	2 %
Лабораторное и стоматологическое оборудование	2 %

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПОДКАТЕГОРИЙ ПО РОСТУ ВЫРУЧКИ YOY

ПОДКАТЕГОРИИ	РОСТ ПО ОБЪЕМУ ОТ ОБЩЕЙ ВЫРУЧКИ
Товары для досуга на открытом воздухе	+293 %
Пазлы	+272 %
Парфюмерия	+172 %
Автозапчасти	+103 %
Видеоигры	+86 %
Товары для спорта на открытом воздухе	+57 %
Товары для сада и двора	+44 %

ЭКСПОРТНАЯ АКТИВНОСТЬ СМБ

Центральный округ в 2020 году стал лидером по доле экспортеров среди предпринимателей региона, обогнав Северо-Западный округ. Приволжский и Уральский округа показали в 2020 году наибольший рост доли экспортеров среди предпринимателей.



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 11.2020. Количество экспортеров по данным eВау на 11.2020. Среднее значение индекса = 100.

ЭКСПОРТНЫЙ ИНДЕКС РЕГИОНОВ РОССИИ

17 РЕГИОНОВ С ДОЛЕЙ ОНЛАЙН-ЭКСПОРТЕРОВ EBAY ВЫШЕ СРЕДНЕРОССИЙСКОЙ

РЕГИОН	2020	ДИНАМИКА
Санкт-Петербург	169	-40
Москва	169	-10
Башкортостан	164	+92
Тюменская область	147	+82
Марий Эл	137	+2
Московская область	123	+1
Воронежская область	121	+25
Ярославская область	117	-8
Саратовская область	116	-5
Омская область	113	-4
Удмуртия	111	-8
Новгородская область	111	+27
Волгоградская область	110	+1
Калининградская область	108	-9
Самарская область	104	+4
Челябинская область	102	+18

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 11.2020. Количество экспортеров по данным eBay на 11.2020. Среднее значение индекса = 100.

Полный список регионов смотрите в Приложении 1

ПОДДЕРЖКА ЭКСПОРТА В РЕГИОНАХ



**ФАРИД
АБДУЛГАНИЕВ**

бизнес-
омбудсмен
Республики
Татарстан,
помощник
президента
Республики
Татарстан

«В республике создана мощная программа по оказанию помощи предпринимателям в развитии экспорта, в том числе через зарубежные электронные площадки. Причем Центр поддержки экспорта (ЦПЭ) Министерства экономики РТ имеет KPI в долларах от экспортного оборота. Отдельно онлайн-экспорт в KPI не выделяется, но очевидно, что усилия по продвижению татарстанских производителей через иностранные маркетплейсы приводят к более быстрому достижению KPI при меньших затратах. Так что можно сказать, что здесь «работает невидимая рука Адама Смита» – татарстанский ЦПЭ все больше начинает концентрироваться на поддержке онлайн-экспорта.

Кроме того, по поручению президента РТ Рустама Минниханова в республике приступили к созданию Центра электронной торговли как единого центра обучения и консультирования предпринимателей в области e-Com. К его работе будут подключены эксперты в области продвижения в сети интернет, а также банки».

ПОДДЕРЖКА ЭКСПОРТА В РЕГИОНАХ



**ВАЛЕРИЯ
АНТОНЕНКО**

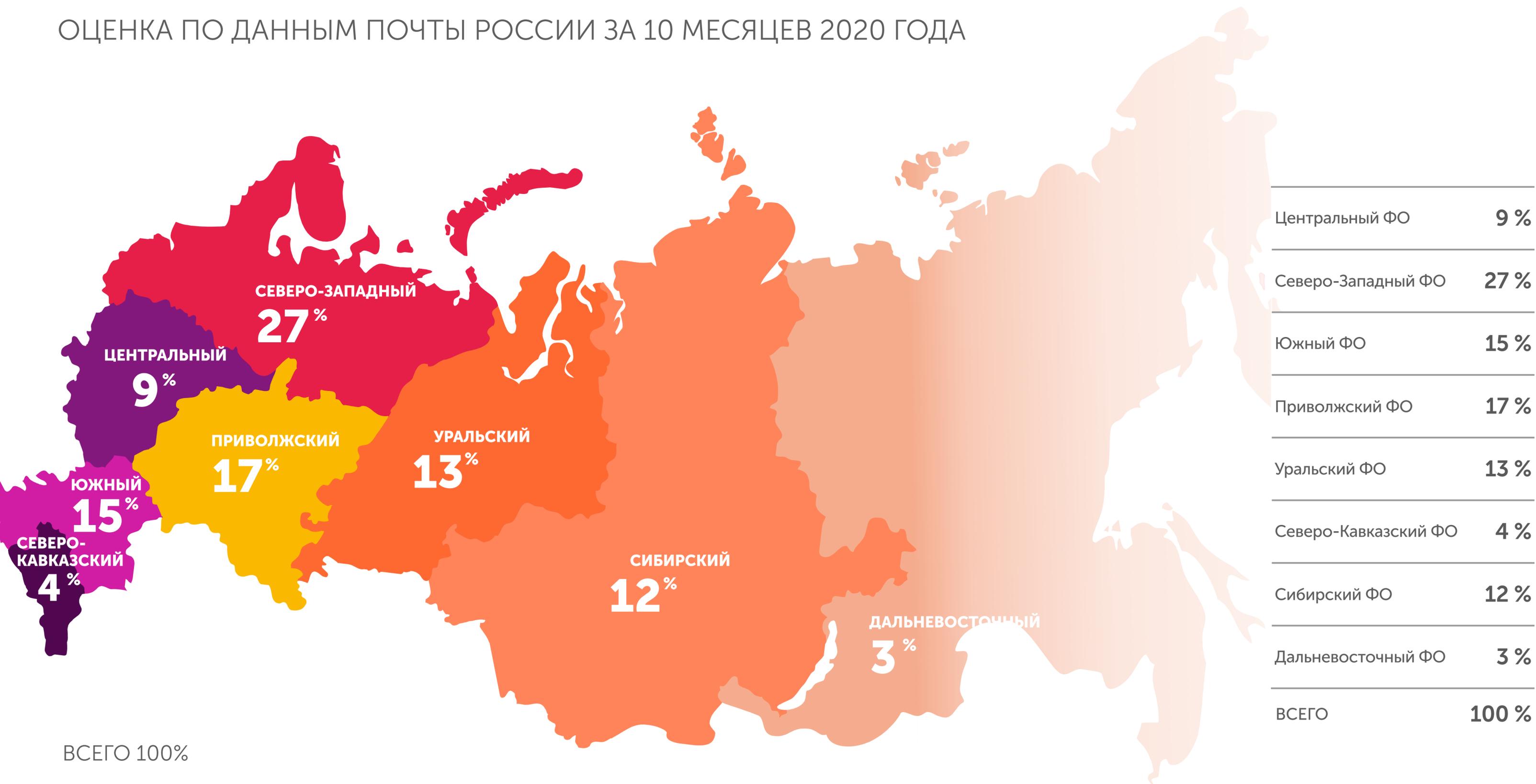
руководитель
Цentra
поддержки
экспорта,
заместитель
директора АНО
«Центр развития
бизнеса
Удмуртской
Республики»

«Удмуртия – регион инженерный, станкостроительное оборудование, станки – вот это про нас. Но потребительские товары, которые в большей степени продаются на eBay и Amazon, тоже есть. Их вывод на B2C-площадки – это одна из наших основных задач.

Мы сопровождаем продавцов на первом этапе, оказываем помощь в листинге, в продвижении на площадке. На будущий год мы планируем отдельный проект, связанный с маркетплейсами, – у нас будет экспортный акселератор. У нас уже было 6 отраслевых потоков, и вот теперь первый поток 2021 года будет посвящен выходу на экспорт с использованием возможностей маркетплейсов. Помимо этого, мы помогаем с международной сертификацией – софинансируем до 80% затрат на международную сертификацию продукции, если она требуется. Также есть региональная субсидия на логистику: до 90% расходов для субъектов МСП можно возместить. Единственное, конечно, есть лимит: в этом году этот лимит составил 500 тысяч рублей. За полтора года мы разместили на маркетплейсах в общей сложности 61 компанию».

ЭКСПОРТНЫЕ ОТПРАВЛЕНИЯ 2020 Г. ПО ФЕДЕРАЛЬНЫМ ОКРУГАМ

ОЦЕНКА ПО ДАННЫМ ПОЧТЫ РОССИИ ЗА 10 МЕСЯЦЕВ 2020 ГОДА



ТОП ЭКСПОРТИРУЮЩИХ РЕГИОНОВ РОССИИ НА EBAY

КОЛИЧЕСТВО ПРОДАННЫХ ТОВАРОВ ПО РЕГИОНАМ РФ

Москва и Московская область	756 752
Санкт-Петербург и Ленинградская область	415 315
Удмуртская Республика	177 540
Краснодарский край	129 280
Новосибирская область	91 972
Свердловская область	85 982
Ярославская область	60 017
Республика Татарстан	57 968
Самарская область	57 640
Челябинская область	57 151

КОЛИЧЕСТВО ПРОДАВЦОВ ПО РЕГИОНАМ РФ

Москва и Московская область	8 159
Санкт-Петербург и Ленинградская область	3 180
Республика Башкортостан	992
Краснодарский край	992
Свердловская область	856
Челябинская область	682
Ростовская область	659
Новосибирская область	647
Самарская область	644
Республика Татарстан	583



ПЕРСПЕКТИВЫ ОНЛАЙН-ЭКСПОРТА



**ВЯЧЕСЛАВ
ИВАЩЕНКО**

директор
по развитию
Wildberries

«Экспортное направление является одним из ключевых для нашей компании: расширение географии бизнеса не останавливалось даже во время пандемии в 2020 году. В этом году мы вышли в 3 новые страны (Польша, Словакия и Украина), в ближайшее время планируется запуск продаж на новых рынках. Масштабирование нашего бизнеса открывает для российских предпринимателей возможность быстрого вывода их товаров на новые рынки.

По итогам 10 месяцев 2020 г. экспортный оборот Wildberries вырос на 89% до 17,1 млрд руб., а в штуках — на 124%. Около 40% экспортных продаж компании по итогам 10 мес. 2020 г. составили товары российского производства.

В целом динамичнее всего продажи отечественных товаров за границей за 10 мес. 2020 г. росли в категориях товаров для здоровья (+2045% год к году), детского питания (+1808%), продуктов (+1222%), спортивной одежды (+809%) и товаров для животных (+548%).

Примечательно, что в Казахстане чаще всего приобретают российскую одежду и товары для красоты, а в Беларуси — книги и товары для дома. Самыми популярными товарами из России в Армении стали одежда и аксессуары, а в Киргизии — книги и продукты питания. Польские покупатели Wildberries предпочитали российское нижнее белье и аксессуары, а покупатели из Словакии активнее всего приобретали товары для дома и обувь.

На сегодняшний день более 24 000 предпринимателей экспортируют свои товары через Wildberries».

ПЕРСПЕКТИВЫ ОНЛАЙН-ЭКСПОРТА



**СЕРГЕЙ
ЛОБАНОВ**

заместитель
директора
Департамента
развития
внутренней
торговли,
Минпромторг
России

«Государственное регулирование успешно тогда, когда его присутствие незаметно для всех участников экономических процессов. В связи с этим, косвенный механизм государственного вмешательства наиболее результативен, чем то же прямое субсидирование отраслей (не учитывая кризисные проявления в экономике). Расширение экспортного потенциала является приоритетной задачей государственного управления, т. к. эффект от такой проводимой политики прямо отражается на платежеспособности отечественных предприятий и предпринимателей, соответственно, и уровне их благосостояния.

Важно обозначить, что все отправленные с территории РФ посылки являются надбавкой к внутреннему продукту, даже если это отправления сделаны физическими лицами.

На повестке дня обсуждаются следующие варианты поддержки онлайн-экспорта национальной продукции: создание экспортоориентированных бондовых зон; упрощение заполнения таможенных деклараций при вывозе товаров, освобождение от налогообложения доходов физ. лица от продажи по каналам электронной торговли товаров за рубеж в объеме, не превышающем 2,4 млн. руб. в год; создание специального налогового режима с налоговой ставкой 1% с выручки для экспортеров, которые подпадают под критерии упрощенной системы налогообложения на внутреннем рынке, при расчете налогооблагаемой базы по отдельному счету с выручки иностранного происхождения; отмена обязанности использования организациями и ИП онлайн-касс при продаже товаров за рубеж».

ПЕРСПЕКТИВЫ ОНЛАЙН-ЭКСПОРТА



**АЛЕКСЕЙ
МУРЗЕНОК**

директор по
международным
партнерским
программам РЭЦ

«В рамках поддержки малого и среднего предпринимательства, находящегося в регионах, государство запустило специальные программы, направленные на стимулирование экспорта. С 2019 года российские компании в регионах могут получить целевое финансирование на размещение и продвижение на международных электронных торговых площадках. На один субъект малого и среднего предпринимательства может быть выделено до 1 млн рублей. Это значительные средства. Как правило, регионы тратят от 200 до 300 тыс. руб. на одну компанию в зависимости от того, какие площадки были рекомендованы компании со стороны РЭЦ в рамках соответствующей процедуры скоринга, а также с учетом экспертной оценки самих платформ и сервисных операторов по оптимальному пакету услуг. В данный момент рассматриваются сразу несколько новых инициатив, которые имеют хорошие шансы запуститься в 2021 году. Все они связаны с поддержкой создания и развития целых каналов экспорта на базе различного рода агрегаторов, будь то российские маркетплейсы или логистические интеграторы. РЭЦ поддерживает такие инициативы и активно участвует в их проработке, но необходимо, чтобы экономический эффект на себе испытали, прежде всего, производитель и экспортер».

ПЕРСПЕКТИВЫ ОНЛАЙН-ЭКСПОРТА



**ФАРИД
АБДУЛГАНИЕВ**

бизнес-
омбудсмен
Республики
Татарстан,
помощник
президента
Республики
Татарстан

«В начале 2021 года АО «Почта России» запустит таможенный склад в формате бондовой зоны на основе места международного почтового обмена (ММПО) на базе своего обособленного структурного подразделения, расположенного в международном аэропорту «Казань». Его площадь составляет 35 тысяч кв.м. Отмечу, что у Татарстана уже накоплен опыт организации режима свободной таможенной зоны на территории ОЭЗ «Алабуга», через которую осуществляются поставки комплектующих для резидентов.

С учетом выгоды географического положения (в радиусе 1000 км от Казани проживает половина населения России, а, значит, отсюда им можно организовать доставку товаров в течение одного дня), создание первой в России бондовой зоны на территории Татарстана безусловно окажет влияние на карту транспортных перевозок в европейской части России. Это также расширит возможности доступа к рынкам сбыта региональных производителей, будет способствовать привлечению инвестиций, созданию новых рабочих мест и увеличению налоговых отчислений. Дальнейшее развитие проекта с ориентацией на импорт, экспорт и транзит имеет множество преимуществ для Татарстана и России в целом».

ПЕРСПЕКТИВЫ ОНЛАЙН-ЭКСПОРТА



АЛЕКСЕЙ СКАТИН

заместитель
председателя
правления,
заместитель
генерального
директора по
электронной
коммерции АО
«Почта России»

«Розничный экспорт растет на 20% и становится заметным сегментом бизнеса, в том числе для крупных интернет-площадок. У нас доставка экспортных отправок растет опережающими темпами – 30%.

Почта отправляет посылки в любую страну мира, а наша логистическая инфраструктура и взаимодействие со всеми международными почтовыми службами дают уникальные возможности для экспортеров. В 1-ом полугодии 2020 г. на 40% увеличилось количество наших клиентов-экспортеров. Основные направления экспорта – США, Германия, Великобритания и страны СНГ. Лидеры по росту экспортных отправок: Великобритания, США, Украина, Германия, Канада и Италия.

Подавляющее число (83%) российских предпринимателей считают тему экспорта товаров в условиях пандемии актуальной как никогда, а каждый четвертый не представляет, как выстроить логистику – эти бизнес-процессы мы можем реализовать и берем на себя. Также с помощью цифрового сервиса подтверждения нулевой ставки НДС экспортёрам стало очень просто возвращать 20% от стоимости товара – всё это можно делать с нами в электронном виде».

ЭКСПОРТЕРЫ НАСТРОЕНЫ НА ДАЛЬНЕЙШИЙ РОСТ

*Каких изменений
в объеме ваших
экспортных продаж
вы ожидаете
в ближайшие
12 месяцев?*

39%

**составит темп роста продаж
в ближайшие 12 месяцев, согласно
ожиданиям онлайн-экспортеров**

ОЖИДАЕМАЯ ДИНАМИКА
в % от опрошенных

41%

Экспортеров
считает, что их
бизнес продолжит
расти

7%

Экспортеров
считает, что их
бизнес пойдет на
спад

53%

Экспортеров
затруднились
ответить

ПАНДЕМИЯ:

ДИНАМИКА ЭКСПОРТНЫХ ПРОДАЖ В Q2 И Q3

	Q2	Q3
Продажи существенно выросли	14 %	11 %
Продажи несколько выросли	20 %	29 %
Объем продаж не изменился	24 %	25 %
Продажи несколько сократились	16 %	17 %
Продажи существенно сократились	22 %	18 %
Во втором квартале не было продаж	4 %	

Рост продаж в Q2 YoY отметило 34% опрошенных онлайн-экспортеров, снижение продаж по сравнению с Q2 2019 или их отсутствие – 42% онлайн-экспортеров. В Q3 YoY рост отметило 40% опрошенных онлайн-экспортеров, снижение продаж по сравнению с Q3 2019 или их отсутствие – 35% онлайн-экспортеров.

СРЕДНЯЯ
ДИНАМИКА
У ОДНОГО
ЭКСПОРТЕРА:

+4%
Q2 YoY

+14%
Q3 YoY

ПАНДЕМИЯ: БАРЬЕРЫ ДЛЯ ЭКСПОРТА

«Что стало для вас самой серьезной проблемой в экспортных продажах в 2020 году в условиях пандемии covid-19? Выберите не более трех вариантов».

Прекращение грузового сообщения с рядом стран	70 %
Возвраты денег за выполненный заказ из-за слишком большого срока доставки	43 %
Потеря привычного рынка из-за сложностей с доставкой	37 %
Падение спроса в привычных категориях продаж	20 %
Отсутствие информации об изменениях в правилах ввоза	17 %
Разрушение цепочек поставок: нечего (было) продавать	9 %
Снижение эффективности рекламных инструментов платформ	3 %
Невозможность подтвердить "нулевой" НДС	1 %
Другое	6 %
Затрудняюсь ответить	7 %



АЛЕКСЕЙ СКАТИН

заместитель
председателя
правления,
заместитель
генерального
директора по
электронной
коммерции АО
«Почта России»

«С марта по май 2020 года в связи с остановкой гражданского международного авиасообщения увеличились сроки доставки части экспортных отправок, так как существенная доля посылок обычно загружается в пассажирские самолеты. Понадобилось время, чтобы наладить альтернативные каналы доставки – ситуация с экспортными отправлениями стабилизировалась к середине мая. В качестве компенсации за неудобства Почта России предоставила всем клиентам, чьи отправления выслались в период с 15 марта по 15 мая, одну бесплатную доставку.»

Пандемия была хорошим стресс-тестом для всех логистических компаний, и мы этот стресс-тест прошли достойно – команде удалось практически заново выстроить маршруты в максимально короткий срок. Мы получили бесценный опыт, который позволит быстрее адаптироваться к подобным ситуациям в будущем».



**ВАХТАНГ
АКИРТАВА**

управляющий
директор
FARFETCH на
территории
России, СНГ
и стран Балтии

«Потенциал привлечения российских продавцов огромен, но на данный момент в силу экспортных ограничений данный процесс де-факто никак не развивается. В этом году мы получили возможность экспортировать с нулевой ставкой НДС, но пандемия внесла свои коррективы, и мы не смогли это полноценно протестировать. Кроме того, в процессе решения находится вопрос с реимпортом возвратов. Без этого звена полноценная цепочка продаж за рубеж невозможна. Мы плотно работаем на эту тему с ФТС, РЭЦ и Минпромторгом и уверены, что скоро появятся конкретные решения».

ПАНДЕМИЯ: ТРЕТЬ ЭКСПОРТЕРОВ НАШЛИ СТИМУЛЫ ДЛЯ РОСТА

«Считаете ли вы, что в связи с пандемией covid-19 российские экспортеры получили не только проблемы, но и ряд преимуществ? Если да, то какие?»

Увеличение спроса из-за снижения курса рубля	17 %
--	-------------

Дополнительный спрос на ряд товарных категорий	12 %
--	-------------

Ослабление конкуренции со стороны китайских продавцов	10 %
---	-------------

Поддержка со стороны онлайн-платформ	9 %
--------------------------------------	------------

Поддержка со стороны государства	3 %
----------------------------------	------------

Нет, не считаю	51 %
----------------	-------------

ЛОГИСТИЧЕСКИЕ

УСЛУГИ

для онлайн-
экспортеров

ebay

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ТРАНСПОРТНЫХ КОМПАНИЙ ДЛЯ ДОСТАВКИ ЗАРУБЕЖНЫХ ЗАКАЗОВ

ПО ДАННЫМ ОПРОСА ОНЛАЙН-ЭКСПОРТЕРОВ

	Использование услуг логистических операторов, % экспортеров	Средняя доля логистического оператора в зарубежных отправлениях экспортера
Почта России	88 %	67 %
СДЭК	36 %	11 %
DHL	24 %	9 %
DPD	10 %	2 %
UPS	7 %	1 %
Voxberry	5 %	0 %
Pony Express	1 %	0 %
Отправка зарубежному партнеру / представителю по каналам для оптовых поставок	8 %	4 %
Другой способ доставки	13 %	5 %

ВЫБОР ТРАНСПОРТНОЙ КОМПАНИИ ДЛЯ ДОСТАВКИ ЗА РУБЕЖ

КОМПАНИЯ



Основные причины выбрать именно ее

1. Низкая стоимость
2. Если основной оператор не доставляет в нужный регион

1. Скорость доставки
2. Надежность — для отправки дорогих товаров
3. По желанию покупателя

1. Конкурентные условия для отправки в страны Таможенного союза ЕАЭС

Почту России выбирают за низкую стоимость доставки и отправляют ей недорогие или небольшие по весу товары. У многих продавцов Почта России — основная служба доставки, у некоторых — резервный оператор, чьи услуги используют, если по умолчанию используемый оператор не доставляет в нужный регион.

DHL выбирают за скорость доставки, надёжность, позволяющую доверить им дорогостоящие товары, уровень сервиса. Иногда DHL — выбор покупателя. У некоторых продавцов DHL — основная служба доставки.

Многие клиенты СДЭК используют его в качестве основного логистического оператора для доставки в ближнее зарубежье: Казахстан, Беларусь, Украину, другие страны СНГ и Таможенного союза.



АННА КЛИНСКОВА

вице-президент
по продажам
и маркетингу
DHL Express
в России

«Одна из важных задач нашей компании — способствовать развитию международной торговли. В России вот уже несколько лет DHL Express ведет активную работу, нацеленную на помощь российским предпринимателям, имеющим экспортный потенциал, в выходе на глобальный рынок электронной торговли. По всей стране мы проводим образовательные мероприятия, как самостоятельно, так и в партнерстве с центрами поддержки экспорта, на которых делимся результатами исследований глобального рынка электронной коммерции, рассказываем об особенностях покупательских предпочтений на разных рынках, о ключевых факторах успеха продаж зарубежным покупателям, а также о возможностях сети экспресс-доставки DHL для развития бизнеса экспортера. Неудивительно, что ключевую роль в успехе продаж зарубежным покупателям играет доставка. Покупатели на зрелых рынках, таких как США, Европа, Канада и т.д., крайне требовательны к сервису и срокам доставки. С DHL Express товар от российского продавца доставляется покупателю в любую страну мира уже через 2-3 дня, позволяя конкурировать в том числе и с локальными магазинами. Таможенное оформление в пункте отправления и назначения, специальный сервис DHL Express по уплате таможенных пошлин и сборов за покупателя делают заказ в зарубежном магазине для покупателя таким же простым и безопасным, как и покупка в магазине за углом. Зарубежные клиенты активно выбирают доставку DHL Express, несмотря на ее более высокую стоимость по сравнению с экономичными вариантами доставки. Большинство зарубежных покупателей готовы заплатить больше за доставку DHL Express, являющуюся символом скорости, качества и надежности. Наличие опции доставки DHL Express обеспечивает российскому экспортеру рост числа заказов, а также высокую лояльность со стороны покупателей».



ЕВГЕНИЙ ЩАПИН

руководитель
направления
«Международные
продажи», СДЭК

«Наша стратегическая цель — увеличение доли зарубежного бизнеса в портфеле компании до 30%. На сегодняшний день эта доля не превышает 4% и состоит в основном из объёмов из/в страны ближнего зарубежья (Казахстан, Беларусь, Армения) и Китая.

Для того, чтобы достичь поставленной цели, мы применяем комплексный подход к развитию зарубежного бизнеса: не только ищем клиентов и партнеров в других странах, но и разрабатываем новые услуги по трансграничной доставке для наших российских клиентов. Уже более 7 лет мы доставляем посылки наших клиентов в/из Казахстан и Беларусь. В этих странах мы оказываем все те же дополнительные сервисы для e-commerce, что и в России (наложенный платёж, примерка, возврат). В 2021 году мы планируем предложить нашим клиентам услуги по доставке их продукции в страны дальнего зарубежья».



АЛЕКСАНДР КРАСНОВ

коммерческий
директор Voxberry
International

«На рынке международной логистики есть растущий запрос на альтернативу почтовому каналу. Коммерческие сервисы более гибки, могут оперативно разработать нужное для рынка решение. Так, несколько лет назад Voxberry International первыми предложили рынку сервис международных возвратов (его создавали для интернет-магазина ASOS).

В этом году мы разработали сервис Voxberry Export. Сейчас он находится в фазе тестирования. Экспортёры из Москвы и Московской области отправляют посылки в США и Европу. Участники проекта дают позитивную обратную связь.

В следующем году мы откроем возможность отправлять посылки в США и Европу, Канаду, Израиль и в более отдаленные территории для российских предпринимателей из всех регионов. Также мы планируем совершенствовать клиентский сервис, чтобы все экспортёры могли получить поддержку от специалиста в любой день недели и в любое время суток.

Очень хотим подчеркнуть — на рынке всегда должна быть альтернатива. Особенно на таком растущем и перспективном для малого и среднего бизнеса рынке, как экспорт. Также отмечу, что мы открыты для обратной связи. Если вы хотите протестировать сервис и дать свой feedback, напишите на export@boxberry.ru — и мы предоставим скидку на первую отправку».



МАРИНА ПРИСУХИНА

руководитель
отдела маркетинга
UPS Россия

«UPS® — один из мировых лидеров в области курьерской доставки, представлен на российском рынке уже более 30 лет. Мы предлагаем клиентам как в b2b, так и в b2c сегменте широкий спектр экспортных продуктов и современных решений.

Самой востребованной услугой для небольших интернет-магазинов стал UPS Express Saver®, который обеспечивает быструю и экономичную доставку в 220 стран и территорий, а для большинства отправок включает также и брокерские услуги.

Основанные на результатах нашего глобального исследования клиентов The Pulse of the Online Shopper 2019, наши решения для клиентов электронной коммерции сочетают прозрачность процесса доставки, альтернативные способы доставки, а также простой и быстрый возврат.

UPS My Choice® уведомляет клиента о каждом этапе отправления и дает ему возможность перенести доставку на другое время, а также перенаправить свою посылку на другой адрес или в пункт UPS Access Point, который находится в шаговой доступности. В настоящее время во всем мире насчитывается более 42 000 точек доступа UPS Access Point™, расположенных в местных коммерческих помещениях с увеличенными часами работы, например, в магазинах, кофейнях или химчистках».

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ УСЛУГ ЛОГИСТИЧЕСКИХ ОПЕРАТОРОВ ПРИ ЭКСПОРТНЫХ ПРОДАЖАХ

% ОПРОШЕННЫХ ОНЛАЙН-ЭКСПОРТЕРОВ

Только услуги доставки (собираем и упаковываем заказ сами)	77 %
Эконом-доставка	38 %
Экспресс-доставка	27 %
Обработка возвратов	5 %
Комплексная услуга оператора, включающая фулфилмент и доставку с зарубежного склада	5 %
Комплексная услуга оператора, включающая фулфилмент и доставку с российского склада	3 %
Зарубежный (бондовый) склад, куда отправляем товарные партии	3 %
Затрудняюсь ответить	5 %

ОЖИДАНИЯ ОТ ЛОГИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ

«Чего не хватает в продуктах логистических операторов, чтобы их услуги по обслуживанию экспортной розничной торговли стали более удобными?»

Быстрая и надёжная доставка: в срок и без потери или повреждения отправок, со страхованием	17 %
Выгодные (адекватные) тарифы: цены должны быть ниже, чем сейчас	15 %
Общий уровень сервиса: качество работы службы поддержки, график работы отделений и курьеров, клиентоориентированность, оперативная помощь в решении проблем, информирование об услугах	8 %
Быстрое, удобное и понятное оформление отправок, в том числе на сайте или в мобильном приложении	6 %
Помощь во взаимодействии с таможней, в том числе в таможенном оформлении	5 %
Качественный трекинг	5 %
Дополнительные возможности оплаты: наложенным платежом, в онлайн	3 %
Интеграция с интернет-магазинами, маркетплейсами и сторонними сервисами	3 %

Почти половина (46%) российских онлайн-экспортеров не имеет пожеланий к качеству логистических услуг, считая их удобными. Среди высказанных пожеланий лидируют требования, касающиеся базовых условий: скорости, надежности и цены.

ОЖИДАНИЯ ОТ ЛОГИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ

«Чего не хватает в продуктах логистических операторов, чтобы их услуги по обслуживанию экспортной розничной торговли стали более удобными?»

Глубокой интеграции с зарубежными маркетплейсами и легкое начало работы с бондовыми складами

Удобного мобильного приложения, телеграм бота для создания типовой заявки (у нас 100% заявок типовые, нужно лишь менять адрес и ФИО получателя)

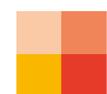
Адекватных цен, профессиональных операторов, расширение возможностей онлайн услуг, оперативной и актуальной информации о посылке

Адекватной цены с нормальным размерным/весовым шагом, надежности и ответственности, качественной и заинтересованной тех поддержки

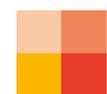
Ценник для мелких отправок, как из Китая. Где товар за доллар может в себя включать и доставку

Скорости доставки и отслеживания местонахождения посылок на этапе от вывоза до ввоза в страну назначения

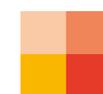
БЛАГОДАРНОСТЬ ЗА ПОМОЩЬ В ПРОВЕДЕНИИ ИССЛЕДОВАНИЯ



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

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 СОРТИРОВКА ПО ЭКСПОРТНОМУ ИНДЕКСУ

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	169	ПРИМОРСКИЙ КРАЙ	82	ХАКАСИЯ	66
МОСКВА	169	ПЕРМСКИЙ КРАЙ	81	ВОЛОГОДСКАЯ ОБЛАСТЬ	64
БАШКОРТОСТАН	164	КЕМЕРОВСКАЯ ОБЛАСТЬ	81	ХАБАРОВСКИЙ КРАЙ	63
ТЮМЕНСКАЯ ОБЛАСТЬ	147	ТВЕРСКАЯ ОБЛАСТЬ	81	ТАМБОВСКАЯ ОБЛАСТЬ	63
МАРИЙ ЭЛ	137	БЕЛГОРОДСКАЯ ОБЛАСТЬ	80	ЗАБАЙКАЛЬСКИЙ КРАЙ	62
МОСКОВСКАЯ ОБЛАСТЬ	123	ВЛАДИМИРСКАЯ ОБЛАСТЬ	80	КАБАРДИНО-БАЛКАРИЯ	59
ВОРОНЕЖСКАЯ ОБЛАСТЬ	121	УЛЬЯНОВСКАЯ ОБЛАСТЬ	78	ДАГЕСТАН	59
ЯРОСЛАВСКАЯ ОБЛАСТЬ	117	РЯЗАНСКАЯ ОБЛАСТЬ	78	РОСТОВСКАЯ ОБЛАСТЬ	57
САРАТОВСКАЯ ОБЛАСТЬ	116	ТОМСКАЯ ОБЛАСТЬ	77	ИРКУТСКАЯ ОБЛАСТЬ	57
ОМСКАЯ ОБЛАСТЬ	113	ПЕНЗЕНСКАЯ ОБЛАСТЬ	76	СТАВРОПОЛЬСКИЙ КРАЙ	56
УДМУРТИЯ	111	ЧУВАШИЯ	76	МАГАДАНСКАЯ ОБЛАСТЬ	52
НОВГОРОДСКАЯ ОБЛАСТЬ	111	БРЯНСКАЯ ОБЛАСТЬ	76	АДЫГЕЯ	47
ВОЛГОГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ	110	ТАТАРСТАН	76	САХАЛИНСКАЯ ОБЛАСТЬ	44
КАЛИНИНГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ	108	ОРЛОВСКАЯ ОБЛАСТЬ	74	БУРЯТИЯ	43
САМАРСКАЯ ОБЛАСТЬ	104	АРХАНГЕЛЬСКАЯ ОБЛАСТЬ	74	КАМЧАТСКИЙ КРАЙ	38
ЧЕЛЯБИНСКАЯ ОБЛАСТЬ	102	СМОЛЕНСКАЯ ОБЛАСТЬ	74	ЧЕЧНЯ	37
МУРМАНСКАЯ ОБЛАСТЬ	100	КРАСНОДАРСКИЙ КРАЙ	74	АМУРСКАЯ ОБЛАСТЬ	33
КАРЕЛИЯ	98	АСТРАХАНСКАЯ ОБЛАСТЬ	73	ГОРНЫЙ АЛТАЙ	30
НИЖЕГОРОДСКАЯ ОБЛАСТЬ	95	ЛИПЕЦКАЯ ОБЛАСТЬ	73	ИНГУШЕТИЯ	24
ЛЕНИНГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ	94	КРАСНОЯРСКИЙ КРАЙ	72	КАРАЧАЕВО-ЧЕРКЕСИЯ	23
НОВОСИБИРСКАЯ ОБЛАСТЬ	93	ТУЛЬСКАЯ ОБЛАСТЬ	70	ЯКУТИЯ	22
КУРГАНСКАЯ ОБЛАСТЬ	91	КАЛУЖСКАЯ ОБЛАСТЬ	70	ТЫВА	21
КУРСКАЯ ОБЛАСТЬ	91	ИВАНОВСКАЯ ОБЛАСТЬ	69	КАЛМЫКИЯ	19
СВЕРДЛОВСКАЯ ОБЛАСТЬ	89	ЕВРЕЙСКАЯ АВТОНОМНАЯ ОБЛАСТЬ	69	ЧУКОТСКИЙ АО	14
КИРОВСКАЯ ОБЛАСТЬ	86	МОРДОВИЯ	68	ХАНТЫ-МАНСИЙСКИЙ АО	-
АЛТАЙСКИЙ КРАЙ	84	КОМИ	68	НЕНЕЦКИЙ АО	-
КОСТРОМСКАЯ ОБЛАСТЬ	84	ОРЕНБУРГСКАЯ ОБЛАСТЬ	68	ЯМАЛО-НЕНЕЦКИЙ АО	-
ПСКОВСКАЯ ОБЛАСТЬ	84	СЕВЕРНАЯ ОСЕТИЯ	66		

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 11.2020. Количество экспортеров по данным eBay на 11.2020. Среднее значение индекса = 100.

ЭКСПОРТНАЯ АКТИВНОСТЬ СМБ ПО РЕГИОНАМ

ПРИЛОЖЕНИЕ 2 СОРТИРОВКА ПО АЛФАВИТУ

АДЫГЕЯ	47	КИРОВСКАЯ ОБЛАСТЬ	86	САМАРСКАЯ ОБЛАСТЬ	104
АЛТАЙСКИЙ КРАЙ	84	КОМИ	68	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	169
АМУРСКАЯ ОБЛАСТЬ	33	КОСТРОМСКАЯ ОБЛАСТЬ	84	САРАТОВСКАЯ ОБЛАСТЬ	116
АРХАНГЕЛЬСКАЯ ОБЛАСТЬ	74	КРАСНОДАРСКИЙ КРАЙ	74	САХАЛИНСКАЯ ОБЛАСТЬ	44
АСТРАХАНСКАЯ ОБЛАСТЬ	73	КРАСНОЯРСКИЙ КРАЙ	72	СВЕРДЛОВСКАЯ ОБЛАСТЬ	89
БАШКОРТОСТАН	164	КУРГАНСКАЯ ОБЛАСТЬ	91	СЕВЕРНАЯ ОСЕТИЯ	66
БЕЛГОРОДСКАЯ ОБЛАСТЬ	80	КУРСКАЯ ОБЛАСТЬ	91	СМОЛЕНСКАЯ ОБЛАСТЬ	74
БРЯНСКАЯ ОБЛАСТЬ	76	ЛЕНИНГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ	94	СТАВРОПОЛЬСКИЙ КРАЙ	56
БУРЯТИЯ	43	ЛИПЕЦКАЯ ОБЛАСТЬ	73	ТАМБОВСКАЯ ОБЛАСТЬ	63
ВЛАДИМИРСКАЯ ОБЛАСТЬ	80	МАГАДАНСКАЯ ОБЛАСТЬ	52	ТАТАРСТАН	76
ВОЛГОГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ	110	МАРИЙ ЭЛ	137	ТВЕРСКАЯ ОБЛАСТЬ	81
ВОЛОГОДСКАЯ ОБЛАСТЬ	64	МОРДОВИЯ	68	ТОМСКАЯ ОБЛАСТЬ	77
ВОРОНЕЖСКАЯ ОБЛАСТЬ	121	МОСКВА	169	ТУЛЬСКАЯ ОБЛАСТЬ	70
ГОРНЫЙ АЛТАЙ	30	МОСКОВСКАЯ ОБЛАСТЬ	123	ТЫВА	21
ДАГЕСТАН	59	МУРМАНСКАЯ ОБЛАСТЬ	100	ТЮМЕНСКАЯ ОБЛАСТЬ	147
ЕВРЕЙСКАЯ АВТОНОМНАЯ ОБЛАСТЬ	69	НЕНЕЦКИЙ АО	-	УДМУРТИЯ	111
ЗАБАЙКАЛЬСКИЙ КРАЙ	62	НИЖЕГОРОДСКАЯ ОБЛАСТЬ	95	УЛЬЯНОВСКАЯ ОБЛАСТЬ	78
ИВАНОВСКАЯ ОБЛАСТЬ	69	НОВГОРОДСКАЯ ОБЛАСТЬ	111	ХАБАРОВСКИЙ КРАЙ	63
ИНГУШЕТИЯ	24	НОВОСИБИРСКАЯ ОБЛАСТЬ	93	ХАКАСИЯ	66
ИРКУТСКАЯ ОБЛАСТЬ	57	ОМСКАЯ ОБЛАСТЬ	113	ХАНТЫ-МАНСИЙСКИЙ АО	-
КАБАРДИНО-БАЛКАРИЯ	59	ОРЕНБУРГСКАЯ ОБЛАСТЬ	68	ЧЕЛЯБИНСКАЯ ОБЛАСТЬ	102
КАЛИНИНГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ	108	ОРЛОВСКАЯ ОБЛАСТЬ	74	ЧЕЧНЯ	37
КАЛМЫКИЯ	19	ПЕНЗЕНСКАЯ ОБЛАСТЬ	76	ЧУВАШИЯ	76
КАЛУЖСКАЯ ОБЛАСТЬ	70	ПЕРМСКИЙ КРАЙ	81	ЧУКОТСКИЙ АО	14
КАМЧАТСКИЙ КРАЙ	38	ПРИМОРСКИЙ КРАЙ	82	ЯКУТИЯ	22
КАРАЧАЕВО-ЧЕРКЕСИЯ	23	ПСКОВСКАЯ ОБЛАСТЬ	84	ЯМАЛО-НЕНЕЦКИЙ АО	-
КАРЕЛИЯ	98	РОСТОВСКАЯ ОБЛАСТЬ	57	ЯРОСЛАВСКАЯ ОБЛАСТЬ	117
КЕМЕРОВСКАЯ ОБЛАСТЬ	81	РЯЗАНСКАЯ ОБЛАСТЬ	78		

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 11.2020. Количество экспортеров по данным eBay на 11.2020. Среднее значение индекса = 100.