

## Е-COMMERCE EXPORT – НОВІ МОЖЛИВОСТІ ДЛЯ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМЦІВ ВИХОДУ НА ГЛОБАЛЬНІ РИНКИ



**ЮЛІЯ ПАВЛЕНКО,**  
керівних міжнародних проектів  
Комунікаційна платформа «Ukrainian  
E-Commerce Expert»  
mobile: +38 (096) 757 07 05  
email: [julia.pavlenko@e-comex.com.ua](mailto:julia.pavlenko@e-comex.com.ua)  
[www.e-comex.com.ua](http://www.e-comex.com.ua)

Зміна економічних умов ринку змушує українських виробників та торгових посередників активно розглядати нові можливості експорту товарів.

E-commerce Export надає сьогодні можливості змінювати формати, експортувати не тільки товари великих партій (B2B), але і працювати на ринку B2C (Business To Consumer) з невеликими партіями. E-commerce Export у форматі B2C відкриває прекрасні можливості для прямого продажу товарів українськими компаніями у будь-яку точку світу. Розмір компанії не має значення для даного підходу в експорті, оскільки такий формат є прийнятним у всьому світі як для малого/середнього бізнесу та hand-made виробників, так і для

великих ритейлерових компаній в якості додаткового каналу збуту своїх товарів.

Транскордонна інтернет-торгівля сьогодні є світовим трендом. Підтвердження цьому є оцінки провідних аналітиків. Так, згідно даних глобального дослідження Cross-border E-Commerce Community /Payvision, вже в 2014 році 20 % всіх онлайн-покупок в світі були транскордонними; за їх прогнозами до 2020 року цей показник досягне відмітки в 27 % і становитиме 1,6 трлн. дол. Масштаби галузі настільки великі, що в рамках запланованого Саміту G-20 (зустріч лідерів 20 ведучих країн світу) одним із ключових питань стане створення так званої e-COT (Світової організація електронної торгівлі), задачами

якої в рамках співпраці з Всесвітнім Поштовим Союзом стане створення єдиних міжнародних правил для транскордонної інтернет-торгівлі.

В Україні вже створене базове законодавство для E-commerce Export. Доопрацювання потребують відносно незначні пропозиції, які наразі активно просуваються профільними організаціями. В Україні наявна розвинута логістична інфраструктура та доступні базові фінансові сервіси.

## ПЕРЕВАГИ Е-COMMERCE ЕКСПОРТ ДЛЯ УКРАЇНСЬКИХ ВИРОБНИКІВ ТА ТОРГОВИХ ПРОЕКТІВ

В рамках такого формату експортної діяльності товари перетинають кордон у поштових або експрес відправленнях. Цей спосіб транскордонної торгівлі пропонує низку істотних переваг для українських підприємств.

### Перевага № 1 «Легкий вихід» на нові глобальні ринки.

Українські підприємці можуть спробувати розпочати міжнародну торгівлю без значних інвестицій (фінансів та часу) в організацію та маркетинг, розміщаючи то-

вар на відомих торговельних майданчиках . (таб. 1)

### Перевага № 2. Можливість завести товар в країну призначення в спрощеного митного режимі без необхідності отримання додаткових сертифікатів та митних дозволів.

Більшість найбільш популярних споживчих товарів, якій йдуть на адресу кінцевого споживача, пересилаються у міжнародних поштових та експрес-відправленнях, для яких згідно з Всесвітньою Поштовою конвенцією та іншими регуляторними актами передбачаються спрощені процедури митного контролю.

Додатково, в такому випадку, коли товар надсилається кінцевому споживачу, митні та інші контролюючі органи країни призначення для більшості категорій споживчих товарів не вимагають отримувати додаткові місцеві дозволи та сертифікати якості товару.

Тобто, український підприємець може просто скористатися послугами будь-якої служби доставки в більшості випадків без залучення митних брокерів, що економить час та фінанси. Не виникає необхідності тримати додаткових кваліфікованих

Таблиця 1

Відомі торговельні майданчики

Торговельний майданчик	Умови розміщення	Кількість визитів потенційних покупців
ASOS	20 % з замовлення + абонплата 20 GBP в місяць	53 млн.
AMAZON	8-25 % з замовлення	2 200 млн.
eBay	5 – 40 % з замовлення	1 150 млн.
Cdiscount	4-15 % з замовлення	58 млн.

співробітників і є можливість здійснювати відвантаження товарів у більшість країн світу.

### Перевага № 3 Скористатися можливістю завести товар кінцевому споживачу без сплати мита та податків в рамках встановлених Tax-free лімітів.

У більшості країн світу для товарів, що пересилаються у міжнародних поштових та експрес-відправленнях на адресу кінцевих споживачів, передбачені спеціальні пільгові умови – неоподатковувані ліміти, що робить товар ще більш привабливим для покупців (таб. 2).

## ОСНОВНІ БІЗНЕС МОДЕЛІ

В цілому можна виділити 3 основні бізнес-моделі, які вже сьогодні доступні українським підприємствам.

### БІЗНЕС-МОДЕЛЬ 1

Організація самостійної діяльності продавця-резидента України з продажу товарів покупцям-нерезидентам України.

Продавець-резидент України локалізує

сайт під визначену країну або групу країн і відкриває можливість потенційним покупцям-нерезидентам здійснити оформлення замовлення на товар, що знаходиться на території України.

Продавець має забезпечити наступні функції:

- ✓ можливість на сайті вибрати доступну мову інтерфейсу;
- ✓ можливість в особистому кабінеті або в формі замовлення вказати адресу доставки за межами України в країну замовника;
- ✓ можливість оплатити товар банківською картою в валюті покупця з використанням послуги інтернет-еквайрингу для організації прийому платежів.

В більшості випадків використовують послугу від українських банків «міжнародний онлайн-еквайринг». Так наприклад дана послуга від ПриватБанк дозволяє отримувати оплату за товар в одній із 200 валют, конвертувати їх в гривню під час трансакції та отримувати на свій рахунок в гривні протягом 24 годин з моменту оплати клієнтом.

Найбільшим ризиком в даній моделі є те, що українських продавців сам відповідає за розробку свого сайту, проведення маркетингових активностей та рекрутинг покупців.

Таблиця 2

Спеціальні пільгові умови - неоподатковані ліміти

Країна	Ліміт	Країна	Ліміт
Росія/ Казахстан	До 1000 євро	Великобританія	До 135 GBP
США	До 800 \$	Китай	Близько 27 \$ (залежить від категорії товару)
Країни ЕС	До 22 євро – без податків та мита До 150 євро – з податком, але без мита Більше 150 євро – з нарахуванням податків та мита (враховується вартість товару і доставки)		

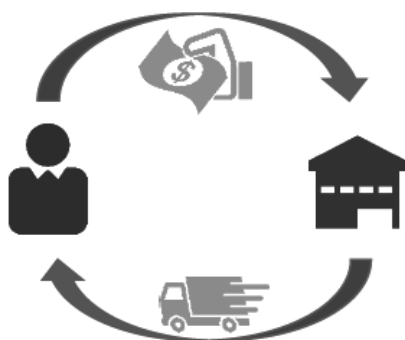
## КРОК 1



### Клієнт – нерезидент:

- 1) робить замовлення на сайті;
- 2) сплачує банківською картою або іншим платіжним інструментом в валюті своєї країни.

Банк автоматично конвертує  
100 % платежів в гривню



Товар відправляється клієнту

## КРОК 2



### Продавець – резидент:

- 1) отримує оплату в гривні за кожну транзакцію на свій банківський рахунок;
- 2) оформляє доставку товару на адресу клієнта (поштою та експрес посилки).

Рисунок: БІЗНЕС-МОДЕЛЬ 1

## КРОК 1



### Клієнт – нерезидент:

- 1) робить замовлення на сайті marketplace;
- 2) сплачує банківською картою або іншим платіжним інструментом в валюті своєї країни.



## КРОК 3



### Продавець – резидент:

- 1) оформляє доставку товару на адресу клієнта (поштою та експрес посилки).

Рисунок: БІЗНЕС-МОДЕЛЬ 2

## БІЗНЕС-МОДЕЛЬ 2

Організація діяльності продавця-резидента України з продажу товарів покупцям –нерезидентам України через розміщення інформації про товари на міжнародних торгових майданчиках (marketplaces).

В більшості випадків marketplaces консолідує оплату від клієнтів за період (визначається умовами кожного майданчика) і однією сплатою перенаправляється продавцю на зареєстрованій банківській рахунок або аккаунт вказаної платіжної системи за виключенням комісійних зборів, які marketplaces стягує в якості сплати послуг розміщення товару.

Як правило, взаємовідносини між marketplaces та продавцем регламентується через прийняття продавцем публічної оферти на здійснення продажу власними товарами на майданчиках marketplaces;. (наприклад, <https://services.amazon.com/content/sell-on-amazon> )

Це значно спрощує та пришвидшує організацію такої бізнес-моделі, оскільки в більшості випадків не потрібні традиційні письмові договори про зовнішньоекономічну діяльність, в рамках яких українські банки вимагають багато підписів, печаток, тощо. Тобто це швидкий та зручний варіант для реалізації товару за кордон.

Варіант виходу на ринок вибраної країни через розміщення товару на marketplaces є дуже корисним і тому, що у локальних покупців надзвичайно високий рівень довіри до самої торгової платформи і кількість відвідувачів надзвичайно велика. Часто marketplaces використовують не тільки як канал продажів, але й як канал для промо товару та побудови впізнаваності бренду на локальному ринку вибраної країни.

## БІЗНЕС-МОДЕЛЬ 3

Організація діяльності продавця-резидента України з продажу товарів покупцям – нерезидентам України через розміщення інформації про товари на міжнародних торгових майданчиках (надалі -marketplaces) та з використанням послуг транзитних складів для тимчасового зберігання товарів з подальшою їх реалізацією кінцевим клієнтам

Дана бізнес-модель включає в себе можливість використовувати склад marketplaces для тимчасового зберігання товару. С однієї сторони, це пришвидшує доставку товару кінцевому клієнтові (так як товар вже знаходиться в країні призначення) та робить ваш товар більш привабливим с точки зору покупки (клієнт точно впевнений в швидкості та надійності доставки), с іншої сторони, таку послуга коштує додаткових зборів.

## ДОСТАВКА:

Доставку можна організувати за допомогою Нової пошти, Укрпошти, Міст Експрес, Інтайм та інших поштових та експрес операторів.

Для наочності простоти організації всієї операційної складової бізнесу розберемо кейс на прикладі національного поштового оператора "Укрпошта":

Спочатку необхідно переконатися, що товар дозволений для ввезення в країну призначення. Дізнатися це можливо легко скориставшись онлайн-сервісом на сайті Укрпошти, де представлені правила Всесвітнього Поштового союзу. Потім необхідно вибрати найбільш підходящий формат відправлення і підготувати супровідні документи, упакувати відправлення і оплатити.

### КРОК 1

#### Клієнт – нерезидент:

- 1) робить замовлення на сайті marketplace;
- 2) сплачує банківською картою або іншим платіжним інструментом в валюті своєї країни.



### КРОК 2

#### Marketplace:

- 1) інформує продавця про сформоване замовлення;
- 2) фіксує оплату від покупця на своїй стороні;
- 3) marketplace відправляє консолідовану суму на рахунок продавця з визначеною умовами співпраці періодичністю.

### КРОК 3

#### Фулфілмент marketplaces:

- 1) формує замовлення зі свого складу;
- 2) оформляє доставку товару на адресу клієнта (поштою та експрес посилки).

#### Продавець – резидент:

- 1) контролює комунікацію з клієнтом і керує дистанційно фулфілментом marketplaces.

Рисунок: БІЗНЕС-МОДЕЛЬ 3

В цілому для e-commerce export використовують такі формати відправки: невеликий пакет (до 2 кг), звичайна посылка (до 30 кг) і посылка з оціночною вартістю (до 30 кг). Всю інформацію щодо вимог до упаковки, а інформацію про зразки і ціни, можна знайти на сайті Укрпошти.

Щоб митниця прийняла вантаж, потрібно правильно підготувати супровідні документи. Для посилок з вкладенням вартістю до EUR150, супровідних бланків CN23 (22) і CP71 буде достатньо для проходження української митниці (зразки супровідних документів і бланки для заповнення можна завантажити на сайті Укрпошти). Для відправлень з вкладенням більше 150 євро додатково оформляється ВМД (вантажна митна декларація), для її

коректного заповнення знадобиться допомога митного брокера.

В цілому, «Останню милю» організовує вже не Укрпошта, а іноземна поштова компанія. З точки зору експорту з України, Укрпошта є хорошим партнером.

Таким чином, українські підприємці в складний економічний час можуть скористатися цими можливостями і розширити географію бізнесу.

Більш детальна інформація про можливості інтернет-торгівлі як локальної так і міжнародної можна дізнатися на Ukrainian E-Commerce Congress 2016, який відбудеться 6 жовтня на НСК «Олімпійський» в Києві. Більше деталей на: <http://e-congress.com.ua/>