

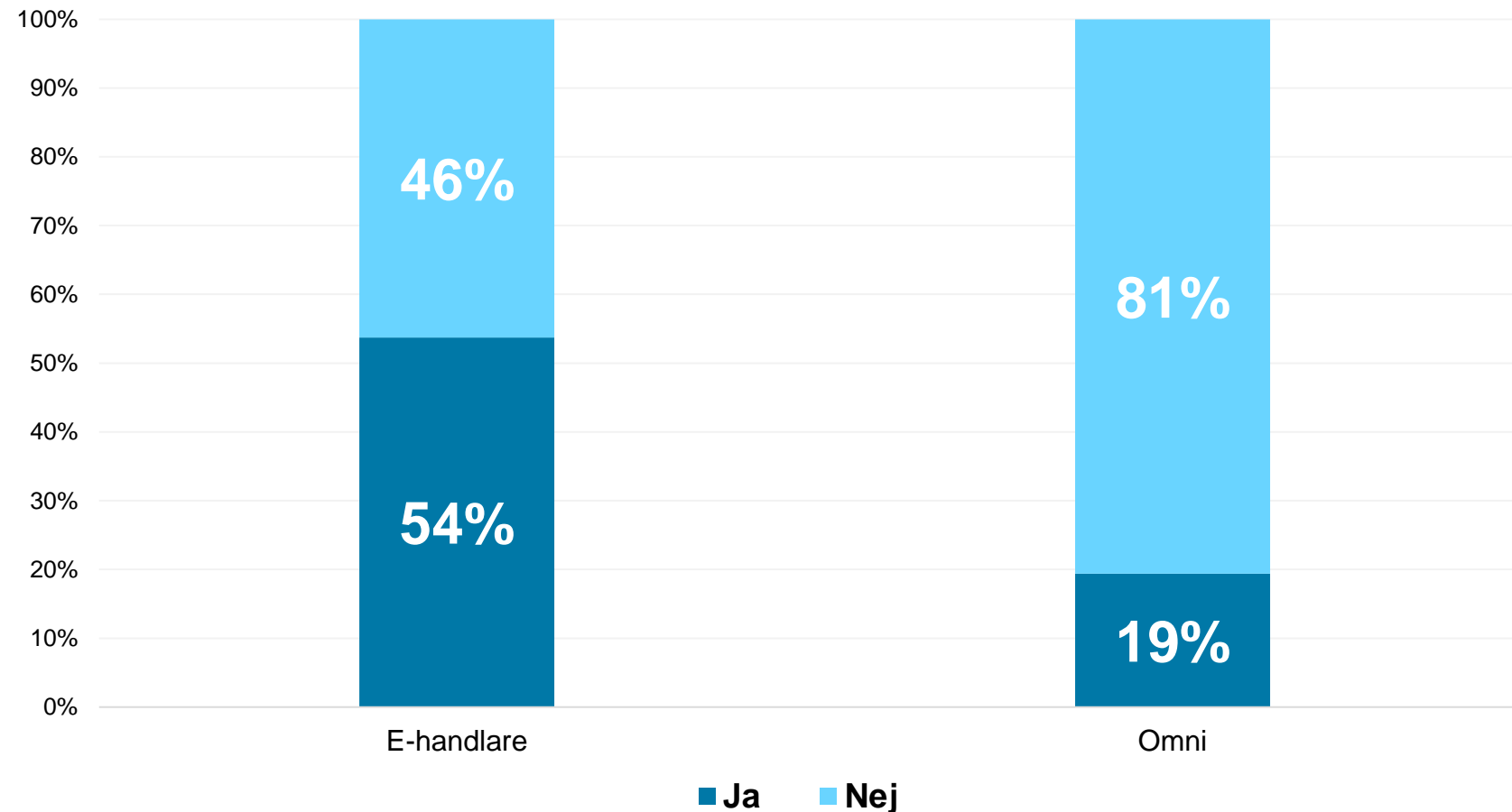
Vilka hinder finns för ökad e-handelsexport?

Så svarar handlare i en undersökning genomförd 25 april – 3 maj 2019

Utgångsläget

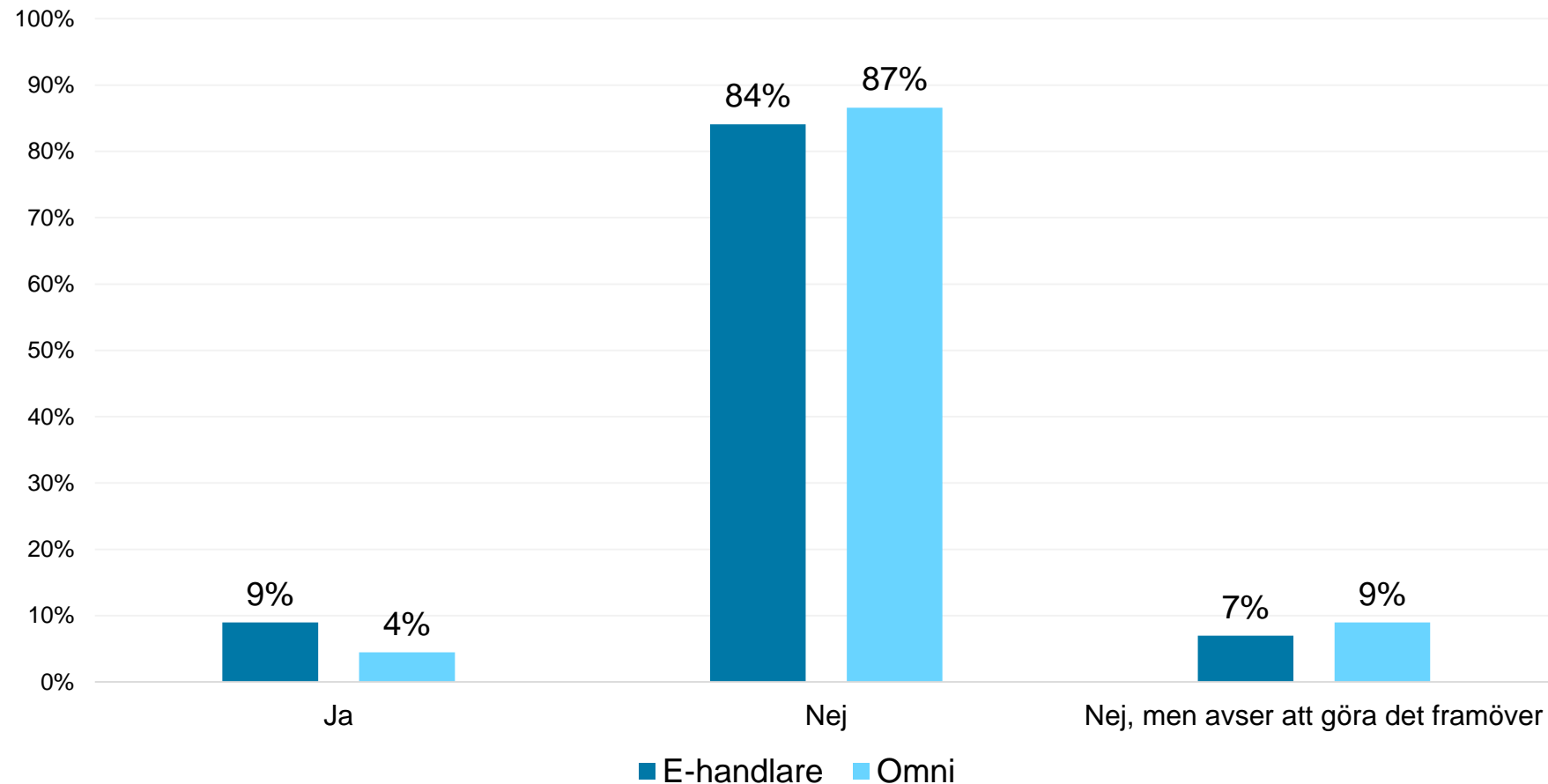
Klart vanligare bland renodlade e-handlare att sälja till andra länder via sin hemsida

Exporterar/säljer du i dag varor till konsumenter i andra länder via din hemsida?



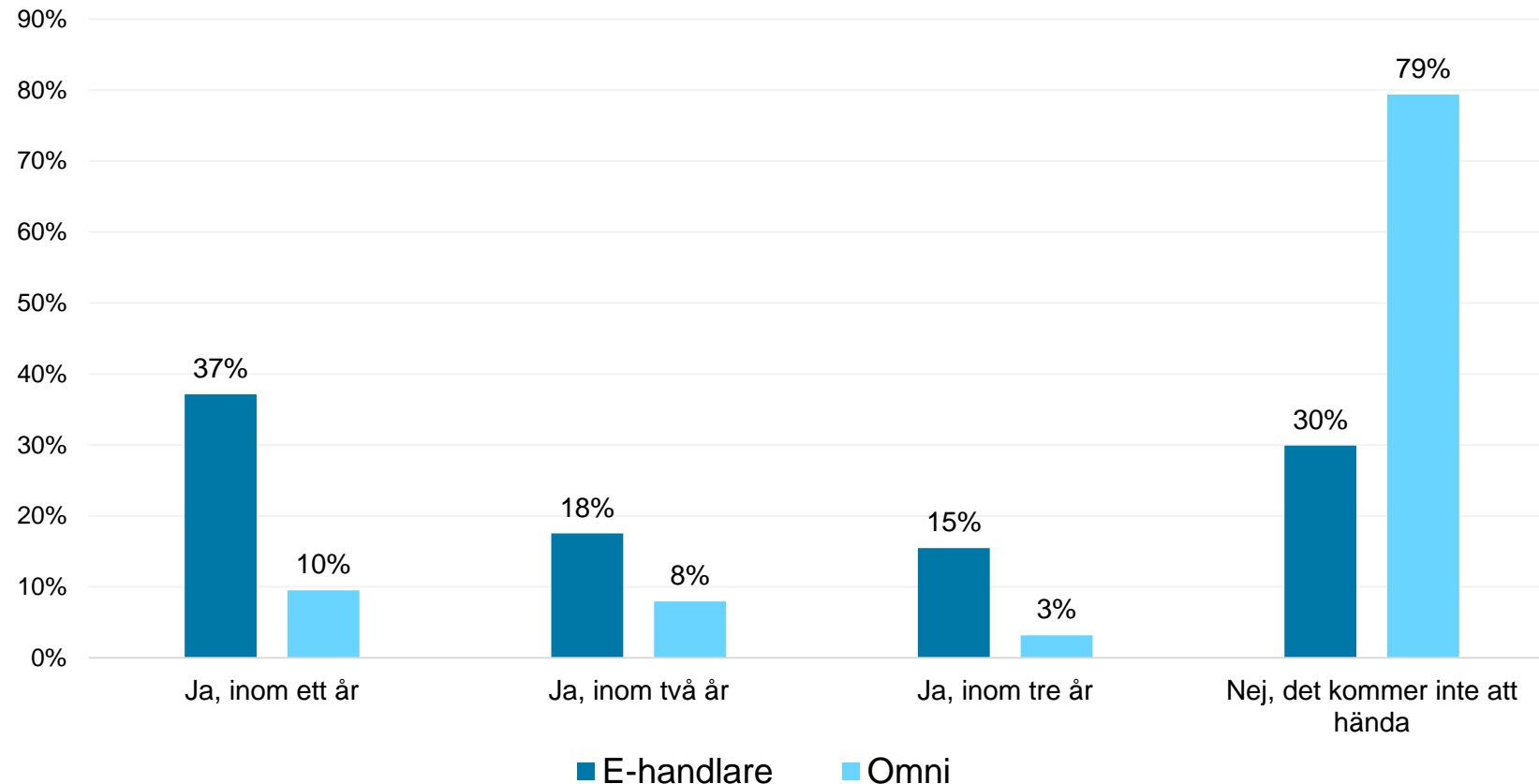
Få säljer via en handelsplattform

Exporterar/säljer du i dag varor till konsumenter i andra länder via en handelsplattform?



Renodlade e-handlare mer benägna att expandera utomlands

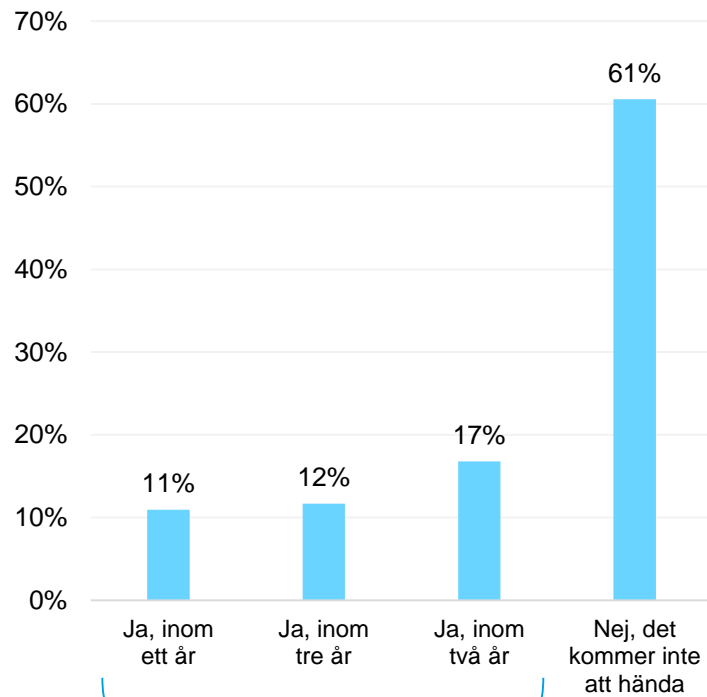
Kommer ni börja sälja/exportera till konsumenter i minst ett annat (ytterligare) land den närmaste tiden?



- 7 av 10 e-handlare planerar att sälja till nya länder.
- 2 av 10 omnikanal-handlare planerar att sälja till nya länder

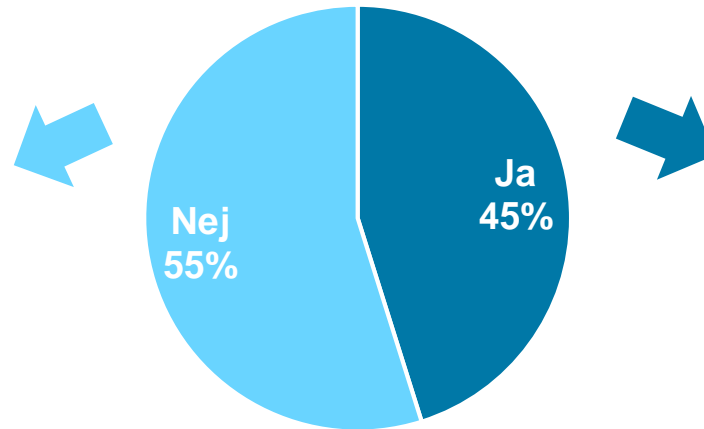
Tröskeln att exportera är högst första gången

Om nej, planerar du att börja sälja till minst ett annat (ytterligare) land den närmaste tiden?

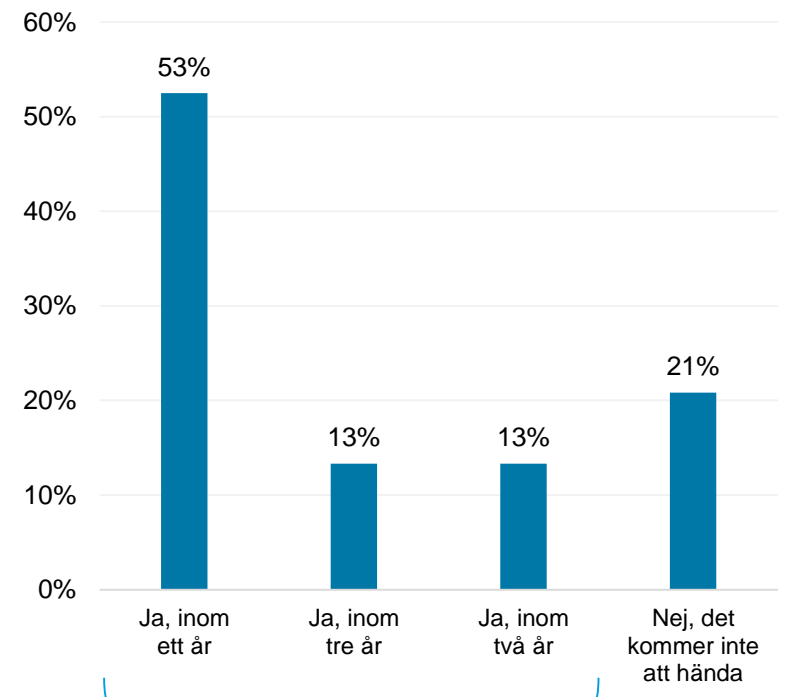


4 av 10 har planer på att börja exportera

Exporterar/säljer du idag varor till konsumenter i andra länder via din hemsida? (Alla svar)



Om ja, planerar du att börja sälja till minst ett annat (ytterligare) land den närmaste tiden?

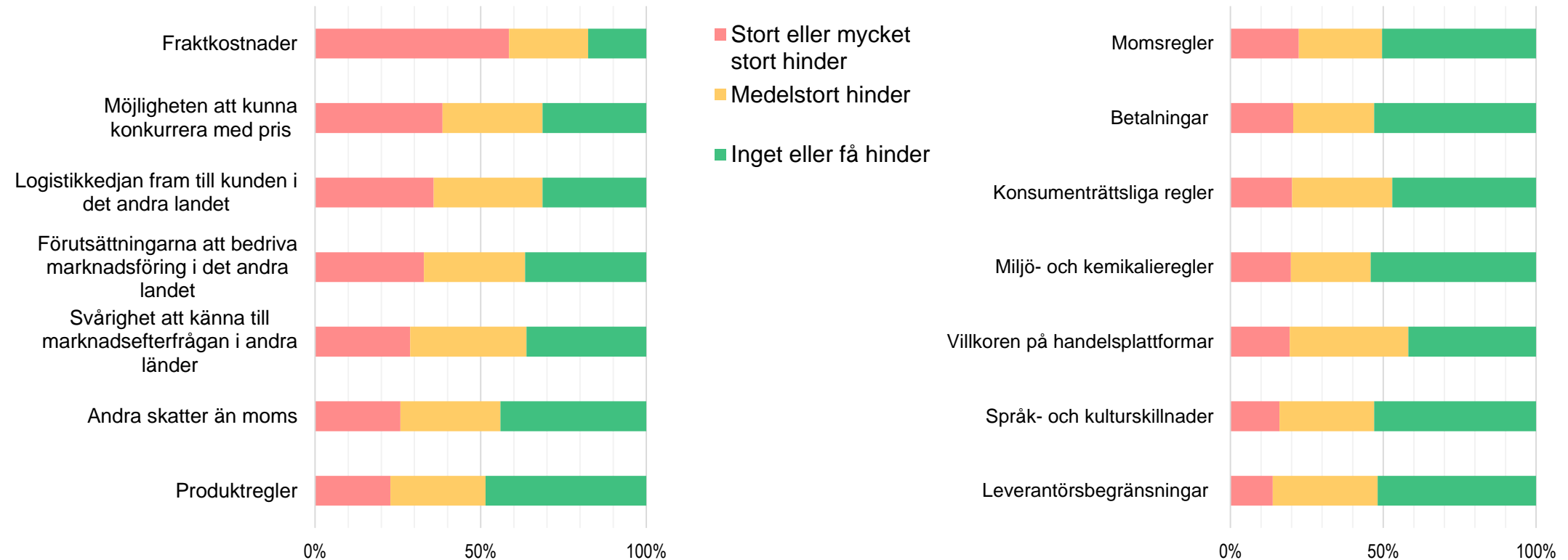


8 av 10 har planer på att exportera till fler länder

**Vilka är de största hindren för
e-handelsexport?**

Fraktkostnad, eget pris och logistik i mottagarlandet är största utmaningarna inom EU

Om du skulle sälja, eller redan säljer, varor till andra EU-länder: hur bedömer du då att följande områden påverkar dina möjligheter att sälja varor till konsumenterna i dessa länder?



Topp 5 största hindren vid export till länder inom EU

E-handlare

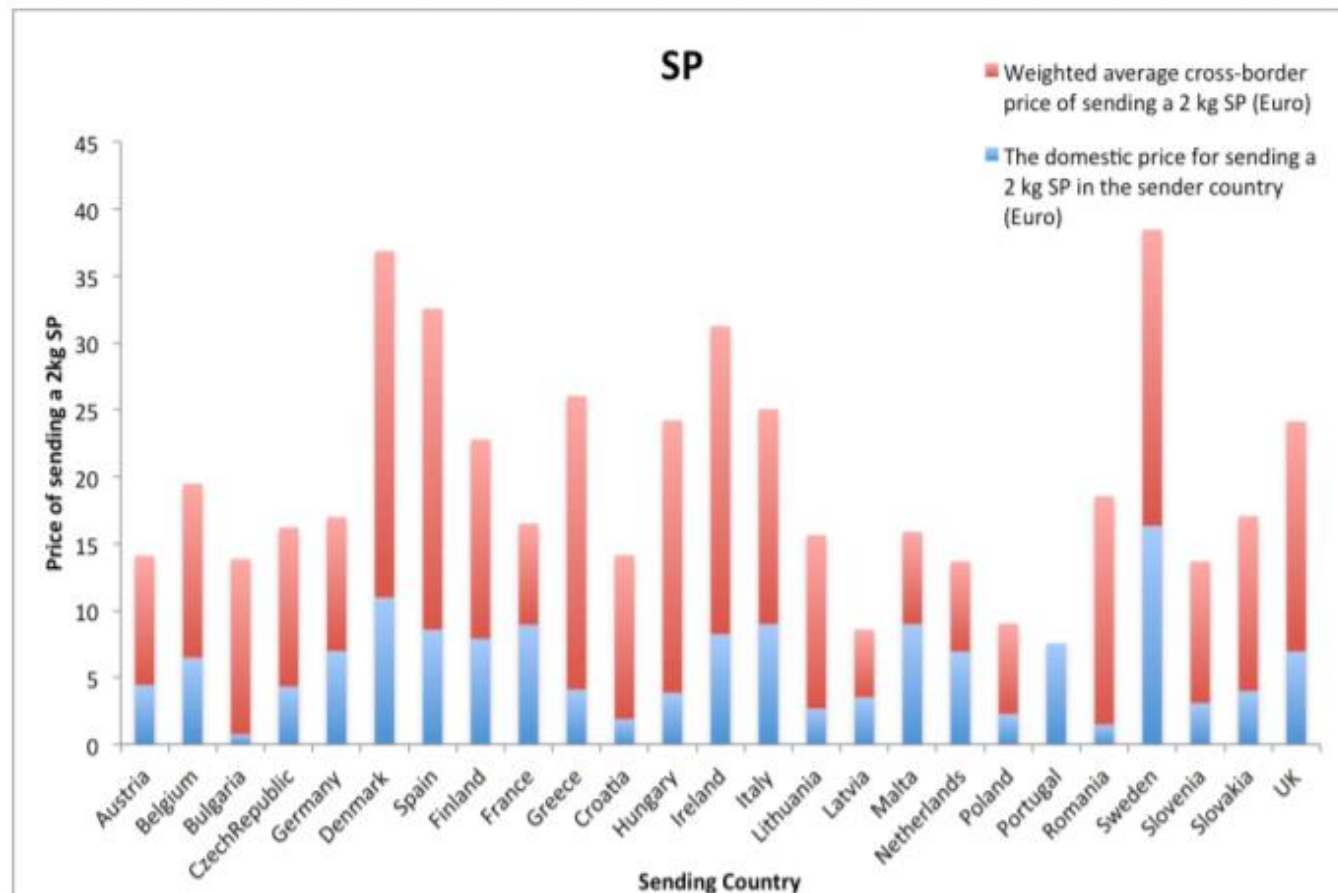
1. Fraktkostnader
2. Möjlighet att priskonkurrera
3. Logistikedjan till kund i det andra landet
4. Förutsättningarna att bedriva marknadsföring i det andra landet
5. Svårighet att känna till marknadsefterfrågan i andra länder

Omnikanalhandlare

1. Fraktkostnader
2. Andra skatter än moms
3. Logistikedjan till kund i det andra landet
4. Möjlighet att kunna konkurrera med pris
5. Produktregler

Exempel på skillnader i listpriser för gränsöverskridande paketleveranser inom EU

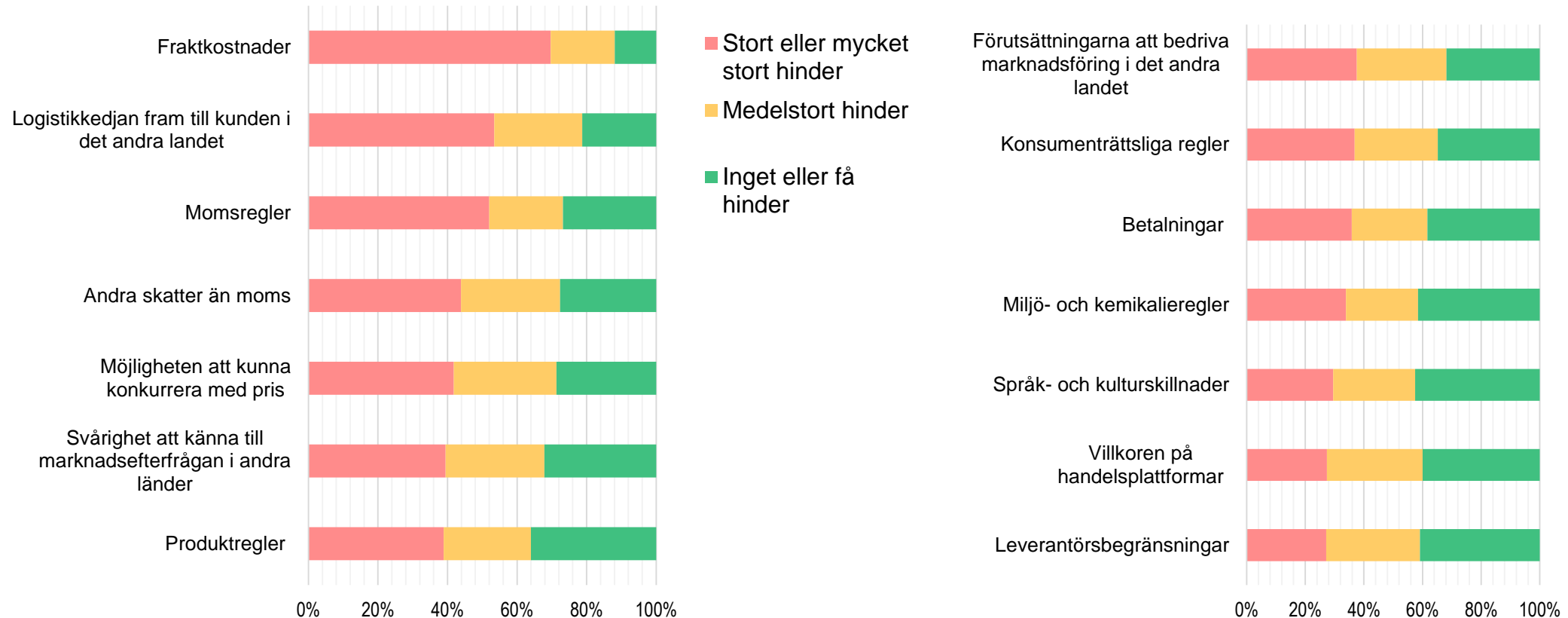
Figure 3. Domestic and (weighted average) cross-border prices for 2kg Standard Parcels.



Sverige i "topp" inom EU när det gäller fraktkostnader

Fraktkostnad, logistik i mottagarlandet och moms är största utmaningarna utanför EU

Om du skulle sälja, eller redan säljer, varor till länder utanför EU: hur bedömer du då att följande områden påverkar dina möjligheter att sälja varor till konsumenterna i dessa länder?



Topp 5 största hinder vid export till länder utanför EU

E-handlare

1. Fraktkostnader
2. Logistikkedjan fram till kunden i det andra landet
3. Momsregler
4. Andra skatter än moms
5. Möjlighet att kunna konkurrera med pris

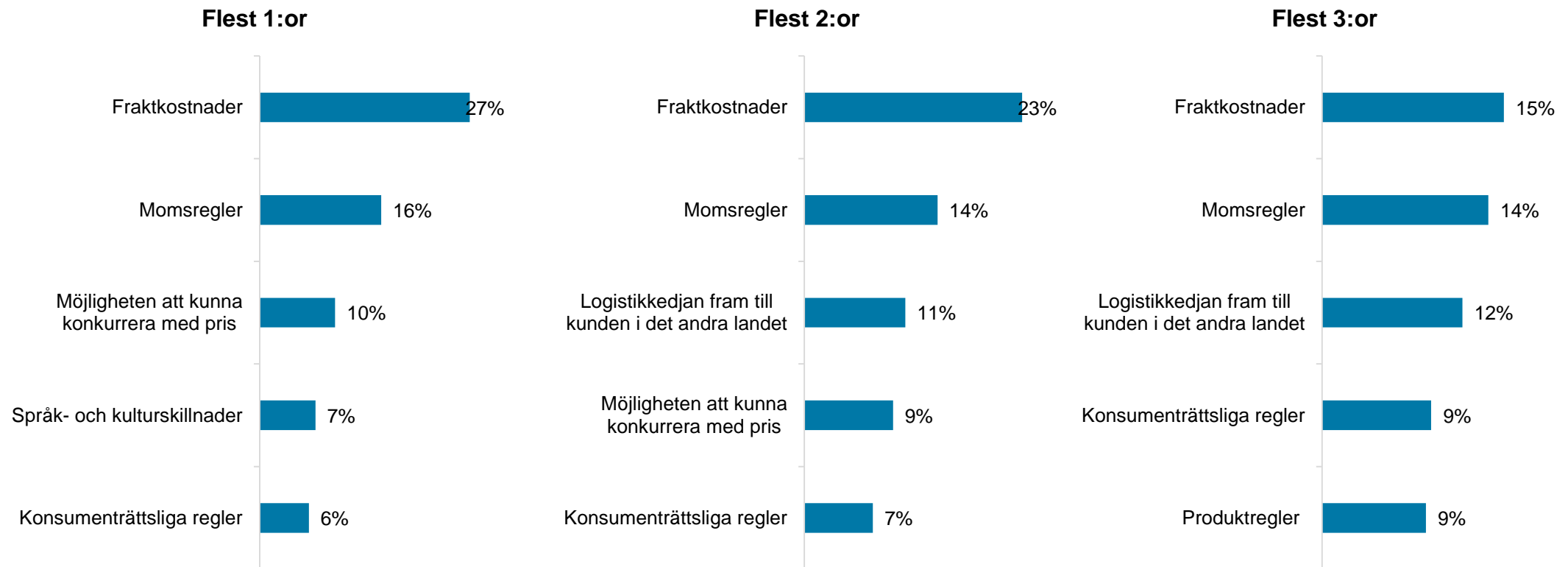
Omnikanalhandlare

1. Momsregler
2. Fraktkostnader
3. Produktregler
4. Konsumenträttsliga regler
5. Svårighet att känna till marknadsefterfrågan i andra länder

Fraktkostnader och momsregler största utmaningarna följt av pris och logistik i mottagarlandet

Vilka bedömer du är de tre främsta hindren eller utmaningarna för dig att exportera till andra länder?

Ange de tre främsta hindren bland följande 13 områden. Rangordna dina svar genom att ange siffrorna 1-3, där siffran 1 markerar det främsta hindret.



Några slutsatser

- Renodlade e-handlare mer benägna än omnikanalhandlare att expandera utomlands...
- ...men för den som väl börjat exportera/sälja till konsumenter i ett annat land är tröskeln för fortsatt expansion betydligt lägre. Exportstimulerande åtgärder för att sälja till ett första nytt land kan därmed vara kostnadseffektiva från samhällsekonomisk synpunkt.
- Fraktkostnader är det hinder som flest e-handlare anger som mest problematiskt. Sverige har också höga/högst fraktkostnader i EU-jämförelse. Denna typ av ojämlika konkurrensvillkor eller bristande konkurrens på fraktmarknaden måste åtgärdas.
- Möjlighet att kunna konkurrera med pris är näst största hinder för svenska e-handlare även inom EU. Detta trots en mycket svag krona. Detta förhållande kan bara förändras genom anpassning av svenska skatteregler och ansvarsfull lönebildning för stärkt konkurrenskraft jämfört med EU.
- Förenklingar av momsreglerna på internationell nivå skulle främja e-handelsexport.

Om undersökningen

- Undersökningen genomfördes 25 april till 3 maj 2019 som en webb-enkät till dels ett slumpmässigt urval av Svensk Handels medlemsföretag med minst 10 anställda som bedriver både fysisk butiks- och e-handel (benämns omnikanalhandel i denna rapport), dels ett slumpmässigt urval ur ett register med enbart e-handlare.
- Webb-enkäten besvarades av nästan 300 handlare. I relation till de ca 5000 företag i hela den population som undersökningen syftade till att undersöka ger det ett tillräckligt statistiskt underlag för att på 95-procentig konfidensnivå kunna redovisa de övergripande slutsatser som återfinns i denna rapport. Den exakta nivån i mer detaljerade resultat, till exempel längre ner i de olika rankinglistorna, ska dock tolkas med försiktighet.

