

# Розничный онлайн-экспорт в России

**Еще несколько лет назад бытовало мнение, что экспортировать из России нечего, кроме нефти и газа. Сегодня ситуация изменилась, о чем свидетельствует исследование аналитической компании Data Insight “Розничный онлайн-экспорт в России”. И хотя данный сег-**

**мент рынка пока незначителен в масштабах страны, он предоставляет новые возможности для логистических компаний и, в первую очередь, — почтовым операторам. Предлагаем читателям ознакомиться с основными результатами исследования (в сокращении).**

Розничный интернет-экспорт растет быстрее интернет-торговли внутри страны почти в два раза. Он, безусловно, более чем в 15 раз меньше, чем продажи через интернет тех же категорий внутри России, пока еще меньше покупок товаров и услуг россиянами в других странах, однако его рост превышает рост внутрироссийской интернет-торговли товарами и услугами.

Почти половина розничного онлайн-экспорта — это цифровые товары, игры и ПО (44 %), по четверти — услуги в области туризма и материальные товары. При этом материальные товары — самая быстрорастущая категория как за счет соседних стран, которые активно покупают в России товары широкого ассортимента, так и за счет дальнего зарубежья, покупающего уникальные товары, произведенные или спроектированные внутри страны, и товары для русскоязычных диаспор.

Ключевыми сдерживающими факторами для онлайн-экспорта, по мнению опрошенных предпринимателей, являются недостаточно высокое качество логистики, низкое знание зарубежных рынков игроками (и еще больший страх перед новыми для себя рынками) и очень сложное оформление документов на всех этапах работы с иностранными клиентами.

По мнению значительного числа предпринимателей, таможенное оформление материальных товаров при их розничном экспорте за рубеж порой весьма запутанно. Не всегда существует четкое понимание про-

цедуры, комплекта документов и порядка разрешения споров с этим органом. Для малого бизнеса, по мнению респондентов, таможенное оформление порой может стать фактором риска, который мешает его развитию в области розничного экспорта за пределы Таможенного союза.

Контраст между процедурами онлайн-оформления, оплаты и приема посылок настолько велик, что обескураживает часть предпринимателей. При отправке товаров за рубеж нужно отстоять очередь и оформить много бумаг, не говоря уже об упаковке и дороге до пункта приема. Это все сложно и не очень интересно для предпринимателей, но при этом у них нет альтернатив.

Значительная часть розничных экспортеров — это малые компании и домашний бизнес, т. е. компании, состоящие буквально из нескольких человек. Это касается как производства товаров, так и оказания услуг. Более того, многие из этих бизнесов появились именно из-за возможности продавать свои товары или услуги через интернет (не обязательно за рубежом).

Производители товаров и услуг, работающие на экспорт в России, часто выпускают уникальные товары. Это может быть необычная одежда, предметы интерьера или аксессуары. Рынок сбыта в другие страны для них очень важен, так как нужных им покупателей нет или очень мало в том регионе, где они расположены (те, что есть, часто не могут себе позволить такую покупку). Изменение курса национальной валюты привело к еще

большему дисбалансу между спросом внутри страны и за ее пределами. А, следовательно, еще более увеличило привлекательность продаж за рубеж.

Основной канал продвижения за рубежом, по словам опрошенных малых и средних предпринимателей, — социальные сети (Facebook и Instagram в первую очередь). Именно они приводят самое большое количество клиентов, и именно этот метод называет большинство респондентов как первый (и основной) способ продаж. Второй важнейший способ продаж — личные рекомендации. Особенно это важно для премиальных товаров. Предприниматели отмечают, что редко используют “стандартные” каналы привлечения, например, контекстную или поисковую рекламу в силу того, что мало знают эти каналы и считают их для себя дорогими.

Товары из России, как видно из исследования, интересны не потому, что они из России, а сами по себе: они новые, необычные, часто недорогие, хорошего качества и из хороших материалов. Их продавцы конкурируют не с другими предпринимателями в России, но с похожими компаниями по всему миру, которые точно так же предлагают собственные качественные товары и услуги.

Еще три года назад многие скептически усмехались: да разве Россия может продавать что-то, кроме природных ресурсов или сувенирных матрешек? Прошло три года, и картина изменилась. В Россию поступает заметный поток платежей за товары и услуги. Более того, с каждым годом он растет, и очень быстрыми темпами.