

Цифровизация в российском экспорте несырьевыми неэнергетическими товарами

Ольга В. Морозенкова

Институт экономики РАН, Москва, Россия,

molga3@yandex.ru

Аннотация. В настоящее время цифровизация является одним из главных залогов успешного развития в бизнесе, она приводит к росту, увеличению прибыли и повышению имиджа компании. В статье приводятся примеры цифровых продуктов, которые применяются в бизнесе, в том числе и в компаниях, ориентированных на экспорт. Показано, что любой экспортер, даже небольшая компания, может получить доступ к передовым технологиям и расширить свои конкурентные преимущества на мировых рынках. Рассматриваются цифровые инструменты поддержки в информационной системе «Одно окно», с помощью которой правительство планирует создать комплексную систему поддержки российских экспортеров. Отмечается важность развития экспорта через Интернет, значительное увеличение в 2020 г. объема выручки российского розничного онлайн-экспорта. Наблюдается рост экспортеров, которые стремятся осуществлять свои продажи через электронные торговые площадки.

Ключевые слова: цифровые технологии, сырьевой неэнергетический экспорт, цифровые инструменты поддержки экспорта, российский бизнес, торговые электронные площадки

Для цитирования: Морозенкова О.В. Цифровизация в российском экспорте сырьевыми неэнергетическими товарами // Вестник РГГУ. Серия «Экономика. Управление. Право». 2021. № 4. С. 55–68. DOI: 10.28995/2073-6304-2021-4-55-68

Digitalization in Russian exports of non-primary non-energy goods

Olga V. Morozenkova

*Russian Academy of Sciences Institute of Economics, Moscow, Russia,
molga3@yandex.ru*

Abstract. Currently, digitalization is one of the main keys to successful business development, it leads to the growth, increased profits and improved company image. The article provides examples of digital products that are used in business, including in export-oriented companies. It is shown that any exporter, even a small company, can get access to advanced technologies and expand its competitive advantages in world markets. It considers digital support tools in the “One Window” information system, with the help of which the government plans to create a comprehensive system of support for Russian exporters. The importance of developing exports via the Internet is noted, as well as a significant increase in the revenue of Russian online retail exports in 2020. There is an increase in exporters who seek to carry out their sales through electronic trading platforms.

Keywords: digital technologies, non-primary non-energy exports, digital export support tools, Russian business, electronic trading platforms

For citation: Morozenkova, O.V. (2021), “Digitalization in Russian exports of non-primary non-energy goods”, *RSUH/RGGU Bulletin “Economics. Management. Law” Series*, no. 4, pp. 55–68, DOI: 10.28995/2073-6304-2021-4-55-68

Введение

Интенсивное внедрение цифровизации в разных сферах экономической деятельности является одним из основных факторов, влияющих на рост мировой экономики. Мировой рынок цифровой трансформации в 2019 г. составил 1,18 трлн долл., в 2023 г. предполагается, что он достигнет 2,3 трлн долларов. У 68% самых успешных бизнес-компаний в мире главным преимуществом в деятельности является цифровая трансформация¹.

В России, как и в ведущих странах, лидерами по цифровизации являются крупные компании. Напротив, малые и средние предприятия отстают по темпам внедрения новых цифровых решений. В на-

¹Клейменова Л. 20 фактов о цифровой трансформации: статистика, прогнозы, опросы [Электронный ресурс]. URL: <https://trends.rbc.ru/trends/industry/5ece23569a79479c90f3377b> (дата обращения 26 июня 2021).

стоящее время 46% руководителей российских компаний рассчитывают увеличить использование цифровых технологий, каждый третий – в течение ближайших пяти лет². По данным на 2021 г., так же в мире думают 56% топ-менеджеров больших компаний³.

Использование цифровых технологий в бизнесе считается необходимым условием для обеспечения высокой эффективности и увеличения производительности труда, в том числе и в компаниях, занимающихся экспортной деятельностью.

В настоящее время в России существует широкий выбор цифровых продуктов для экспортоориентированных компаний, развивается доступ к современным технологиям не только у крупных компаний, но и у малого бизнеса, что значительно упрощает их выход на зарубежные рынки.

Одной из главных задач экономики России является развитие несырьевого неэнергетического экспорта. Для реализации этой цели правительство активно формирует для экспортеров единое информационное пространство в цифровом формате. Предполагается, что новые цифровые сервисы привлекут новые компании к экспортной деятельности и поспособствуют в достижении целей по развитию неэнергетического экспорта.

В связи с этим становится актуальным исследование о применении современных цифровых технологий в российском бизнесе и развитии цифровых инструментов для раскрытия отечественного экспортного потенциала.

Цифровые технологии в российском бизнесе

Цифровые технологии совершенствуют работу бизнеса, благодаря чему он становится более эффективным и масштабируемым. За счет перехода компании к цифровой стратегии ведения бизнеса она приобретает существенные выгоды перед конкурентами. Стратегия цифровой трансформации приводит к росту компании, уве-

² Согласно результатам опроса руководителей 1784 организаций из 30 регионов России, проведенного ИСИЭЗ НИУ ВШЭ.

³ Цифровая трансформация отраслей: стартовые условия и приоритеты: доклад к XXII Апр. Междунар. науч. конф. по проблемам развития экономики и общества, Москва, 13–30 апреля 2021 / Рук. авт. колл. П.Б. Рудник. М.: Изд. дом ВШЭ, 2021. 239 с. [Электронный ресурс]. URL: <https://conf.hse.ru/mirror/pubs/share/463148459.pdf> (дата обращения 28 июня 2021).

личению прибыли и повышению имиджа, и для нее открываются новые возможности.

К плюсам цифровизации бизнеса можно отнести:

- автоматизацию процессов – с помощью системы информация собирается и обрабатывается, что уменьшает воздействие человеческого фактора и повышает темп работы;
- повышение производительности – повышается уровень обслуживания, клиенты оперативно получают ответы на свои запросы, экономят время и приобретают качественную продукцию;
- сокращение расходов – благодаря рационализации процессов появляются время и потенциал для роста и внедрения нововведений. Это вложения в будущее.

В то же время переход компании в цифровую среду обозначен не только плюсами, но и рисками:

- компании необходимы радикальные преобразования, касающиеся многочисленных бизнес-процессов, которые работали годами. Появляются современные методы ведения дел. Достаточно непросто быстро искоренить десятилетиями устоявшиеся способы работы;
- важно обучение сотрудников и руководителей бизнеса, которое окажет им поддержку в управлении современными бизнес-процессами. Это совсем не быстрый процесс⁴.

Компаниям требуется по крайней мере минимум знания технологий, для того чтобы понять преимущество, которое они способны дать. В выигрыше останутся компании, намеренные вкладываться в обучение сотрудников новым технологиям, причем развивать необходимо не только технологические навыки, но и решимость пойти на риск и терпеливость к неудачам [Петрова, Кузнецова 2020, с. 82–83].

За первое полугодие 2020 г. индекс цифровизации малого и среднего бизнеса в России вырос с 45 до 50 (шкала от 0 до 100). Это значит, что компании начали чаще применять цифровые технологии, а также интернет-инструменты в работе⁵. Например, больше компаний создали собственные сайты – 75% в 2020 г. против 54% годом ранее. Выросло количество предпринимателей, которые

⁴Как цифровая трансформация помогает расти бизнесу [Электронный ресурс]. URL: <https://wezom.com.ua/blog/cifrovaya-transformaciya-pomogaet-rasti-biznesu> (дата обращения 10 июня 2021).

⁵Исследования банка «Открытие» и Московской школы управления «Сколково», основанного на опросе 598 руководителей предприятий в восьми регионах страны.

считают, что цифровизация развивает клиентский сервис – с 15 до 22%, повышает скорость работы – с 33 до 53% и увеличивает удобство ведения бизнеса – с 34 до 57%⁶.

Пандемия ускорила цифровизацию российского бизнеса, однако пока остаются серьезные барьеры для этого процесса. По мнению предпринимателей, главные барьеры цифровизации бизнеса – бюджетные ограничения, нехватка средств, недостаточный уровень знаний и опыта в цифровой среде у руководителей компаний и их незаинтересованность в цифровизации⁷.

Компании используют цифровую трансформацию бизнеса по крайней мере в следующих сферах: внутренних процессах и рыночных возможностях.

Внутренние процессы. Цифровая трансформация способствует организации работы среди команды, при этом улучшается производительность. А также предоставляет возможность разрабатывать планы развития и прослеживать выгоды компании.

Рыночные возможности. Цифровое преобразование содействует более быстрому решению вопросов с клиентами. Менеджеры по продуктам сумеют легко применить инструменты современных технологий для управления продуктами и их развития. Данные инструменты обеспечивают связь с клиентами фактически в автоматическом режиме. В связи с этим значительно легче собирать отзывы, исследовать отношение к выпускаемой продукции. Далее, целесообразно проводить усовершенствование самого цифрового продукта. Например, современные виды презентаций, которые будут способствовать выходу на рынок новому продукту компании. При этом открываются новые рыночные возможности⁸.

Ниже представлены некоторые примеры цифровых решений для бизнеса.

CRM (customer relationship management) – система для управления контактами с клиентами. Данная система облегчает регистрацию обращений покупателей, автоматически проводит систематизацию данных о сделках и клиентах, что в итоге позволяет продавать больше продукции и услуг. Благодаря внедрению системы сотрудники перестают забывать о делах и срывать сроки.

Облачные сервисы. Используются в настоящее время для многих задач бизнеса: обмен письмами, хранение данных, про-

⁶ Российский бизнес готов к цифре только наполовину – опрос [Электронный ресурс]. URL: <https://uldelo.ru/news/2020/07/08/b-rossiiskii-biznes-gotov-k-tsifre-tolko-na-polovinu--b-opros> (дата обращения 10 июня 2021).

⁷ Там же.

⁸ Как цифровая трансформация помогает расти бизнесу...

ведение сложных расчетов, доступ к ресурсам искусственного интеллекта.

Корпоративные мессенджеры с чатами, с помощью которых персонал может быстро общаться и обмениваться необходимой информацией, ботами, которые автоматически рассылают данные, и возможность использовать для удаленных контактов с сотрудниками видеоконференцсвязи.

ERP (enterprise resource planning) – управление ресурсами предприятия. Имеется в виду всё: от персонала и финансов до оборудования и материалов. ERP – это программное обеспечение, через которое можно координировать бизнес-процессы, управлять финансами, производством, цепочками поставок, операциями, отчетностью, кадрами⁹.

Современные цифровые решения помогают организациям быть быстрее и эффективнее: они упрощают документооборот, внутреннюю работу с файлами, управленческий учет¹⁰.

Применение цифровых технологий в российском экспорте

На современном рынке любой экспортер может получить выгоду от применения цифровых технологий – простых решений, которые позволяют экономить драгоценные ресурсы и помогают развивать бизнес. Цифровизация – это новая «ставка» для предпринимателей, особенно тех, кто стремится к экспорту¹¹.

Для увеличения присутствия на международном рынке экспортеру важны три области, в которых применение цифровых технологий оказывает самое большое влияние на развитие бизнеса, независимо от размера компании и отрасли.

⁹ Цифровизация бизнеса: блажь или необходимость [Электронный ресурс]. URL: <https://dasreda.ru/learn/blog/article/988> (дата обращения 25 июня 2021).

¹⁰ Цифровые идеи для бизнеса и страны [Электронный ресурс]. URL: <https://uldelo.ru/articles/2020/08/20/b-tsifrovye-idei-b-dlya-biznesa-i-strany> (дата обращения 17 июня 2021).

¹¹ Цифровые технологии помогут развить ваш бизнес в экспорте [Электронный ресурс]. URL: <https://freshcraft.ru/%D1%86%D0%B8%D1%84%D1%80%D0%BE%D0%B2%D1%8B%D0%B5-%D1%82%D0%B5%D1%85%D0%BD%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D0%B8%D0%B8-%D0%B2-%D1%8D%D0%BA%D1%81%D0%BF%D0%BE%D1%80%D1%82%D0%B5/> (дата обращения 19 июня 2021).

1. *Улучшение покупательского опыта клиентов.* Для многих экспортеров это означает, что предложение своего продукта онлайн является обязательным. Если компания не может организовать розничную торговлю через Интернет полностью, все равно целесообразно использовать цифровые технологии, чтобы оптимизировать взаимодействие с клиентами и их взаимодействие с бизнесом. В зависимости от отрасли и уникальности бизнес-предложения это может означать перемещение части процесса продаж в Интернет, или послепродажную поддержку покупателей, или любой другой элемент жизненного цикла обслуживания клиента. Цифровизация открывает большие возможности на всех этапах жизненного цикла поддержки клиента, включая его привлечение. Для оптимизации работы с клиентами на всех рынках важно развитие стратегии цифрового маркетинга, с помощью которого можно наладить присутствие на нескольких торговых платформах, повысить эффективность электронных писем и обзоров.

2. *Повышение эффективности и предсказуемости.* Наряду с улучшением качества обслуживания клиентов на протяжении всей пандемии ускорялась цифровизация цепочек поставок. При небольших начальных инвестициях для экспортеров есть огромные возможности для сокращения расходов бизнеса на стороне предложения – начиная с того, как компания привлекает своих поставщиков до того, как платит им. Также при использовании цифровых технологий в экспорте предприниматель может сэкономить средства и повысить эффективность в других внутренних процессах. На сегодняшний день доступно программное обеспечение для поддержки любых бизнес-процессов компании, от CRM – управления взаимоотношениями с клиентами – до бухгалтерского учета, и многие из них имеют интегрированные функции, такие как расширенная безопасность для управления рисками и даже способность прогнозирования. Для того чтобы использовать инструменты прогнозирования, которые появляются в программном обеспечении, компании не нужно иметь в своем штате специалиста по данным, потому что сами разработчики программного обеспечения фактически начинают внедрять это в свои готовые решения. Например, если у компании есть разрыв в оплате, который наступит через 90 дней, правильное программное обеспечение может само определить, где у компании могут быть риски в денежных потоках. Что касается продаж, большая часть доступного программного обеспечения CRM сможет сообщить, каким клиентам могут вскоре потребоваться поставки, чтобы компания могла управлять своими запасами и сосредоточить усилия на международных продажах.

3. *Устранение барьеров для экспорта на международном рынке с помощью облачного программного обеспечения.* Внедрение CRM, бухгалтерского учета, логистики и других решений ранее требовали многомиллионных инвестиций. Теперь облачное программное обеспечение, предлагаемое за ежемесячную плату, уравнивает правила игры – любой бизнес может получить доступ к передовым технологиям. Это значительно расширяет возможности некрупных экспортеров, потому что вместо того, чтобы заранее делать действительно серьезные вложения в программное обеспечение, компания делает выбор необходимых ей программ, а затем не покупает их, а оплачивает ежемесячно их использование¹².

Для использования цифровых инструментов необязательно быть технически подкованным, и экспортерам надо смелее подходить к применению данных инструментов, которые стали намного шире и доступнее. Только за последние пять лет доступность и функциональность продуктов SaaS, предназначенных для малого бизнеса, значительно возросла¹³.

Экономическая ситуация с начала глобальной пандемии формирует перед большинством российских экспортеров и производителей серьезные вызовы по увеличению объема несырьевого неэнергетического экспорта отечественных товаров на зарубежных рынках. Согласно скорректированному национальному проекту «Международная кооперация и экспорт», поставлена задача добиться к 2030 г. повышения объема несырьевого неэнергетического экспорта в денежном выражении на 70% по сравнению с 2020 г.¹⁴ В настоящее время при содействии ряда государственных и общественных институтов формируется единое цифровое пространство поддержки экспорта, предусматривающее объединение инструментов поддержания и продвижение товаров отечественных производителей.

¹² Цифровые технологии помогут развить ваш бизнес в экспорте [Электронный ресурс]. URL: <https://freshcraft.ru/%D1%86%D0%B8%D1%84%D1%80%D0%BE%D0%B2%D1%8B%D0%B5-%D1%82%D0%B5%D1%85%D0%BD%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D0%B8%D0%B8-%D0%B2-%D1%8D%D0%BA%D1%81%D0%BF%D0%BE%D1%80%D1%82%D0%B5/> (дата обращения 19 июня 2021).

¹³ Там же.

¹⁴ Международная кооперация и экспорт: Нац. проект [Электронный ресурс]. URL: https://minpromtorg.gov.ru/common/upload/docVersions/601d0e6114c62/actual/NP_Mezhdunarodnaya_kooperaciya_i_eksport_compressed.pdf (дата обращения 19 июня 2021).

Цифровая поддержка развития экспортного потенциала российских предприятий

Одной из главных составляющих в поддержке развития несырьевого неэнергетического экспорта России является цифровая платформа «Мой экспорт» – информационная система «Одно окно». Она была подготовлена Российским экспортным центром (РЭЦ) и открыта 26 ноября 2020 г. Также в создании данной системы совместно с РЭЦ принимали участие федеральные органы исполнительной власти, профильные министерства и деловые объединения¹⁵.

Данная система призвана обеспечивать поддержку экспортноориентированным компаниям: от подготовки к выходу на международные рынки до расширения деятельности уже состоявшихся экспортеров. Система «Одно окно» освобождает экспортеров от многочисленного бумажного документооборота, позволяет наладить электронную связь с различными государственными ведомствами и организациями, предоставляющими услуги по экспортной деятельности, тем самым значительно сократив время и финансовые издержки компаний¹⁶.

В рамках деятельности цифровой платформы правительство планирует создать комплексную систему поддержки экспортеров России. В системе объединены сервисы по разным направлениям: меры господдержки, государственные сервисы, аналитическая поддержка деятельности экспортеров, бизнес-сервисы – доступ к этим сервисам можно получить из личного кабинета экспортера в режиме онлайн¹⁷.

На первом этапе в системе «Одно окно» стали доступны наиболее востребованные услуги для экспортеров. Например, 26 ноября 2020 г. начали работать два суперсервиса¹⁸: «Подтверждение нулевой ставки НДС» и «Таможенное декларирование». По подсчетам РЭЦ, перевод таможенного декларирования в

¹⁵ РЭЦ запустила информационную систему для экспортеров «Одно окно» [Электронный ресурс]. URL: <https://tass.ru/ekonomika/10109349> (дата обращения 28 июня 2021).

¹⁶ Цифровизация дошла до экспорта. Доступ ко всем мерам поддержки объединен в систему «одного окна» [Электронный ресурс]. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/4627514> (дата обращения 28 июня 2021).

¹⁷ Там же.

¹⁸ Название «суперсервисы» возникло в связи с тем, что они объединяют сразу несколько сервисов, дополняющих друг друга.

цифровой формат позволяет бизнесу ежегодно экономить около 2 млрд рублей¹⁹. Если при непосредственном контакте с таможенным органом, например, на запрос дополнительных документов отводится 10 дней, то при декларировании через «Одно окно» этот срок будет сведен к нулю, поскольку система сама подготовит пакет запрошенных документов, получив их из системы межведомственного электронного взаимодействия (СМЭВ²⁰). По такому же принципу предполагается действие сервисов по валютному контролю, получению сертификатов, лицензий, подтверждению нулевой ставки НДС²¹.

Для того чтобы процессы предоставления данных экспортерам были более понятными и прозрачными, над улучшением функционирования сервисов работали свыше десяти ведомств, которые совместно прорабатывали модель обеспечения информацией через Систему межведомственного электронного взаимодействия²². Например, Торгово-промышленная палата (ТПП) РФ уже закончила деятельность по подключению к системе межведомственного электронного взаимодействия. И теперь данные из сертификатов о происхождении товара могут непосредственно получать органы власти, которые ранее запрашивали их у бизнесменов. Происходит интеграция сервиса «Одно окно» и сервиса «Электронная ТПП», так как ТПП с 2013 г. занималась предоставлением информационных услуг через собственную цифровую платформу. Теперь у предпринимателей есть возможность получать информацию как с сайта ТПП РФ, так и через систему «Одно окно» – это идентичная информация из общей базы данных²³.

Кроме государственных сервисов в рамках системы 26 ноября 2020 г. предпринимателям предоставили бесплатный доступ к аналитическим отчетам, созданным на основе международных баз

¹⁹ Цифровизация дошла до экспорта...

²⁰ Обмен данными между платформой «Одно окно» и государственными сервисами осуществляется через систему межведомственного электронного взаимодействия.

²¹ «Одно окно» РЭЦ обретает форму [Электронный ресурс]. URL: <https://www.osfts.ru/meropriyatiya/2020/odno-okno-rets-obretaet-formu> (дата обращения 28 июня 2021).

²² Цифровизация дошла до экспорта...

²³ ТПП России подключилась к системе межведомственного электронного взаимодействия. [Электронный ресурс]. URL: <https://news.rambler.ru/community/45106388-tpp-rossii-podklyuchilas-k-sisteme-mezhvedomstvennogo-elektronnogo-vzaimodeystviya/> (дата обращения 21 июня 2021).

данных и аналитики РЭЦ. Достоверная аналитическая информация о наиболее привлекательных экспортных рынках очень важна и востребована экспортерами²⁴.

В 2021 г. предполагается, что система «Одно окно» в основном будет пополняться сервисами по выдаче разрешительных документов – например, по предоставлению разрешений на вывоз результатов интеллектуальной деятельности или культурных ценностей. Также компании смогут получить услуги по получению сертификатов на свою продукцию и субсидий на сертификацию²⁵. Планируется, что инструменты поддержки экспорта будут дорабатываться с учетом текущих реалий и функциональность сервисов будет формироваться согласно запросам экспортеров. В результате платформа станет полноценной экосистемой поддержки для экспорта, которая будет гибко налаживаться в зависимости от мировой конъюнктуры и предпочтительности государственной поддержки.

В настоящее время большое развитие в реализации товаров на международных рынках получает торговля онлайн, которая является драйвером потребительского спроса во многих странах.

Развитие трансграничной электронной торговли, в том числе розничного онлайн-экспорта, представляет предпринимателям новые возможности для расширения сбыта продукции, привлечения новых клиентов и может являться наиболее эффективным механизмом для роста несырьевого неэнергетического экспорта [Морозенкова 2020, с. 86].

Согласно совместному исследованию агентства Data Insight и eBay, в 2020 г. рынок российского розничного онлайн-экспорта товаров достиг 1,16 млрд долл., что показывает рост на 42% относительно 2019 г. Большая доля объема экспортной выручки – 723 млн долл. (62%) – приходится на торговые площадки с внешней логистикой, в основном на международные маркетплейсы²⁶.

Электронные торговые площадки стремительно продолжают доминировать в мире электронной коммерции. Действительно, ожидается, что к 2022 г. выручка онлайн-рынка удвоится. В перспективе можно ожидать только дальнейший рост и развитие такой формы торговли, как маркетплейсы, причем как в России, так и по всему миру [Литвинов, Савинов, Тарановская 2021, с. 77].

²⁴ Цифровизация дошла до экспорта...

²⁵ Там же.

²⁶ Розничный экспорт товаров через интернет 2020 [Электронный ресурс]. URL: https://datainsight.ru/DI_eBay_Export2020 (дата обращения 9 августа 2021).

Самым известным экспортным маркетплейсом в России является eBay, с помощью него каждый пятый экспортер осуществляет онлайн-продажи за рубеж. Также популярными среди других каналов для экспортной торговли являются мобильное приложение или собственный сайт, а также аккаунт в Instagram. По опросу клиентов транспортных компаний, продающих за рубеж, каналы экспортных онлайн-продаж распределяются следующим образом: собственный сайт и/или мобильное приложение – 58%, Instagram – 38%, eBay – 21%, Etsy – 11%, В Контакте – 7%, Amazon – 6%, Площадки Alibaba Group – 5%, Wildberries – 3%²⁷.

Количество заказов онлайн-экспортеров из России растет – численность посылок, отосланных за рубеж, составляет 27,4 млн, что на 75% выше по сравнению с прошлым годом. Среди стран ближнего зарубежья по распределению экспортной выручки отечественных предпринимателей в лидерах находятся: Беларусь – 22,3%, Казахстан – 17,7% и Украина – 5,6%. Среди стран дальнего зарубежья лидерство сохраняется за США, где доля оборота составляет 17%, на втором месте находится Западная Европа – 10,8%, далее располагается Израиль – 3%²⁸.

В общем российские экспортеры рассчитывают на поддержание положительной динамики и повышения роста онлайн-продаж за рубеж на 39% в 2021 г. Такие ожидания повышают заинтересованность экспортеров из различных российских регионов к данному виду продаж. В 2020 г. число регионов, где доля экспортеров eBay выше средней по России, достигла 17 субъектов, в 2019 г. их было 11. Наиболее активные из них – Санкт-Петербург, региональный экспортный индекс которого равен 169, Москва – 169 аналогично, Республика Башкортостан – 164²⁹.

В 2020 г. самый большой рост выручки розничного онлайн-экспорта показали категории «Товары для спорта, отдыха и досуга» (+101%) и «Товары для дома и интерьера» (+215%). Первое место от общей выручки онлайн-экспорта заняла категория «Одежда и обувь» – 40%, второе место – «Коллекционные товары» – 10%, третье место делят «Товары для дома и интерьера» – 9% и «Электроника» – 9%, затем следует категория «Товары для спорта, отдыха и досуга» – 7%³⁰.

²⁷ Розничный экспорт товаров через интернет 2020 [Электронный ресурс]. URL: https://datainsight.ru/DI_eBay_Export2020 (дата обращения 9 августа 2021).

²⁸ Там же.

²⁹ Там же.

³⁰ Там же.

Благодаря государственной поддержке экспорта, стараниям логистов в появлении современных логистических продуктов, активности компаний-посредников, помогающих начать продажи за рубеж, разъясняющей и обучающей активности электронных площадок все больше экспортеров стали осуществлять онлайн-продажи за рубежом. За период с марта по ноябрь 2020 г. на площадке eBay зарегистрировалось более 12 тыс. новых продавцов, которые начали продажи за границу в поиске новых рынков сбыта³¹. Помимо этого, российские товары становятся более востребованными за границей – в «черную пятницу» 2020 г. их продажи показали рост более чем на 50% относительно 2019 г.³²

Выход на экспорт через электронные торговые площадки позволяет предпринимателям уменьшить издержки, увеличить оборот, а также предоставляет доступ к максимальному числу направлений сбыта и быть меньше зависимыми от колебаний спроса в отдельных странах.

Развитие онлайн-экспорта и расширение всевозможных мер по поддержке экспортеров с помощью новых цифровых технологий создает для российских предпринимателей уникальную возможность начать экспортировать товары в самое ближайшее время.

Заключение

В современных условиях цифровизация предприятий и онлайн-торговля становятся одними из основных драйверов развития несырьевого неэнергетического экспорта. Современные информационные технологии помогают управлять бизнесом, привлекать новых клиентов и повышать качество их обслуживания, обрабатывать большой объем информации, увеличивать прибыль компании.

Внедрение новых цифровых технологий является необходимым условием для передового развития и роста компаний, особенно если компания стремится к экспортной деятельности. В настоящее время за счет широкого выбора цифровых продуктов и их использования даже небольшой экспортер сможет получить доступ к новым технологиям и выгоду от их применения, что значительно расширит его возможности.

³¹ Там же.

³² Там же.

Литература

- Литвинов, Савинов, Тарановская 2021 – Литвинов Е.А., Савинов Ю.А., Тарановская Е.В. Современное состояние и перспективы международной торговли на маркетплейсах // Российский внешнеэкономический вестник. 2021. № 5. С. 67–79. DOI: 10.24411/2072-8042-2021-5-67-79
- Морозенкова 2020 – Морозенкова О.В. Развитие рынка розничного онлайн-экспорта в России // Вестник РГГУ. Серия: «Экономика. Управление. Право». 2020. № 4. С. 73–87. DOI:10.28995/2073-6304-2020-4-73-87
- Петрова, Кузнецова 2020 – Петрова Л.А., Кузнецова Т.Е. Цифровые технологии в экономике и бизнесе // ЭТАП: Экономическая Теория, Анализ, Практика. 2020. № 2. С. 74–89. DOI: 10.24411/2071-6435-2020-10014

References

- Litvinov, E.A., Savinov, Yu.A. and Taranovskaya, E.V. (2021), “Current State and Prospects of International Trade on Marketplaces”, *Russian Foreign Economic Journal*, no. 5, pp. 67–79. DOI: 10.24411/2072-8042-2021-5-67-79
- Morozenkova, O.V. (2020), “Development of the online retail export market in Russia”, *RSUH/RGGU Bulletin. “Economics. Management. Law” Series*, no. 4, pp. 73–87. DOI: 10.28995/2073-6304-2020-4-73-87
- Petrova, L.A. and Kuznetsova, T.E. (2020), “Digital technologies in the economy and business”, *ETAP: Economic Theory, Analysis, Practice*, no. 2, pp. 74–89. DOI: 10.24411/2071-6435-2020-10014

Информация об авторе

Ольга В. Морозенкова, кандидат экономических наук, Институт экономики Российской академии наук, Москва, Россия; 117218, Россия, Москва, Нахимовский пр., д. 32; molga3@yandex.ru

Information about the author

Olga V. Morozenkova, Cand. of Sci. (Economics), Russian Academy of Sciences Institute of Economics, Moscow, Russia; bld. 32, Nakhimovskii Avenue, Moscow, Russia, 117218; molga3@yandex.ru