

## ВТОРОЙ РЕГИОНАЛЬНЫЙ

**Международный семинар по электронной коммерции прошел в Москве в конце июня т.г.**

**Это – второй региональный семинар по электронной коммерции и развитию экспорта предприятий микро-, малого и среднего бизнеса (ММСП), который проводился в рамках стратегического долгосрочного комплексного регионального проекта по элек-**

**тронной коммерции и развитию экспорта, предусмотренного региональным планом развития ВПС на 2013 – 2016 гг. На нем присутствовали представители регуляторов и назначенных операторов из Азербайджана, Армении, Белоруссии, Казахстана, Киргизии, России, Таджикистана, Узбекистана, Румынии, Словении и Швейцарии.**

Открывая мероприятие, заместитель министра связи и массовых коммуникаций Российской Федерации **М.Я. Евраев** отметил устойчивый рост международных почтовых отправлений в последнее время и улучшение сроков их доставки. Он предложил странам региона совместный проект по размещению на сайтах назначенных операторов баннеров своих коллег — почтовых предприятий разных стран и интернет-магазинов. Это, по его мнению, будет способствовать дальнейшему развитию бизнеса, поскольку главным фактором успеха в развитии электронной коммерции является эффективное рекламное продвижение товаров.

Приветствовал семинар от имени генерального директора Международного бюро ВПС **Бишара А. Хуссейна** руководитель региональных проектов для стран Европы и СНГ МБ ВПС **А.В. Судаков**. Одним из основных достижений последнего времени руководитель Союза считает тесное сотрудничество ВПС, РСС и ПостЕвропы, позволившее подготовить дорожную карту на основе плана регионального развития для Европы и стран СНГ на 2013 — 2016 гг., в результате чего были реализованы проекты в области качества услуги, электронной коммерции, а также другие региональные проекты.

Семинар в Москве явился итоговым мероприятием проекта по электронной коммерции, о сути которого и

этапах реализации напомнил присутствующим **А.В. Судаков** (см. с. 16).

По традиции перед началом семинара участникам был роздан вопросник, ответы на который показали, что у большинства стран, представители которых приняли участие в мероприятии, имеется стратегия по электронной торговле. Опрос подтвердил наличие в странах, в основном, местных рынков, однако cross-border усиливает в них свои позиции. У большинства назначенных операторов имеются национальные соглашения между почтовыми и таможенными службами, проводится или начата работа по упрощению процедур. Наиболее слабо развитыми признаны некоторые опции по доставке (нерегулярность, изменение адреса доставки, уведомление о доставке, доставка на дом) и платежи в онлайн (предварительная оплата).

### **Почта возвращает клиентов**

Общемировая тенденция говорит о сокращении объемов письменной корреспонденции. Однако и в почтовом бизнесе, особенно в сегменте трансграничной торговли,

еще несколько лет назад почтовые операторы развивающихся стран говорили о серьезной потере доли рынка. Сегодня ситуация меняется. Что сделано?

В Почте России, как отметил заместитель генерального директора предприятия **С.К. Малышев**, стали «слышать клиента». Были сокращены сроки доставки из-за рубежа (сегодня они составляют 10 — 15 дней), организована доставка на дом мелких пакетов за небольшую плату (100 руб.), открыто 200 специализированных центров выдачи и приема посылок в 48 городах страны (в 2016 г. их будет более 500 в 215 городах), на сайте запущен коммуникатор с ММСП, тестируется опция «личный кабинет», предложены новые продукты («Посылка онлайн», директ-мейл и др.). В результате этих и других мероприятий выросла доля Почты России на рынке экспресс-доставки (в 2013 г. — 33 %, в 2015 г. — 51 %, в I квартале 2016 г. — уже 61 %), а доля от входящих почтовых посылок cross-border в настоящее время равна 97 %.

Кстати, эти цифры в целом подтвердил президент Национальной ас-

