



ПАНДЕМИЯ: ВЫЗОВЫ И ВОЗМОЖНОСТИ

За период действия ограничительных мер, связанных с распространением коронавирусной инфекции в первой половине года, люди явно соскучились по общению. Видимо, именно этим можно объяснить обилие всевозможных мероприятий в сфере e-commerce,

прошедших в сентябре и октябре т.г. Но не только этим. Период самоизоляции предоставил возможность проанализировать новые тренды, переосмыслить и обновить процессы и выработать стратегии с учетом изменившейся ситуации на рынке.

Первым мероприятием, причем в режиме офлайн, стала в начале сентября выставка **ECOM Expo`20**, о которой мы писали в № 9 журнала "Почтовая связь. Техника и технологии". Прошедший в середине сентября круглый стол **"UPGRADE 2020: логистический переворот"** (организатор EWDN) уже был представлен в двух форматах: офлайн и онлайн.

Модератор мероприятия **Влад Ширококов** сделал акцент на главном тренде сегодняшнего дня рынка e-commerce — автоматизации процессов, без которой движение вперед просто невозможно. С этим в целом согласны участники опроса компаний интернет-торговли, проведенном EWDN, и спикеры мероприятия, среди которых были представители таких компаний, как: IML, Dalli, Founder Dsight, Aliexpress Russia, "Ситилинк", Ozon.

Среди других тенденций назывались: децентрализация рынка (строительство складов крупных ритейлеров и логистов в регионах); недостаток инфраструктуры; продолжающееся активное и наступательное развитие маркетплейсов; расширение ассортимента магазинов; развитие сервисов доставки и по срокам, и по регионам (связано с изменением требований потребителей); бурный рост активности соцсетей на рынке. Большие надежды возлагаются и на появление в стране бондовых складов, что, по общему мнению, будет способствовать резкому взлету трансграничной торговли.

Выступивший в рамках круглого стола коммерческий директор **АО**

"Почта России" **Леонид Зондберг** отметил, что крупнейший логистический оператор намерен построить 38 автоматизированных центров по всей стране, децентрализовав тем самым процессы, сократив сроки доставки посылок и снизив затраты на пересылку. Если говорить об инвестициях, то в последнее время Почта России вкладывает в основном в цифровизацию. Уже внедрены сервисы, упрощающие продавцам процессы заключения договора с почтой и сдачи отправлений в почтовые отделения. Похвастался коммерческий директор компании и тем, что ради удобства интернет-магазинов Почта России ломает некоторые регуляторные барьеры, в частности, сейчас продавцам можно сдать посылку без взвешивания или изменять срок хранения посылок в почтовых отделениях.

Следующим мероприятием стал **"День ритейла: склады, логистика, транспорт, e-commerce и ритейл"**, организованный ИД **"Коммерсантъ"** и

прошедший 7 октября также в смешанном режиме. Модератор конференции **Федор Вирин (Data Insight)** среди прочих тенденций, влияющих на рынок в настоящее время, особо отметил рост маркетплейсов. В частности, Ozon растет на 100 % в год — и даже больше.

Надежда Романова (PickPoint) указала на то, что в период пандемии изменилось поведение потребителей, и компания пошла вслед за ними, совершенствуя свои сервисы и развивая автоматизацию. Пандемия, подчеркнула она, это — вызов, но это и возможность, так как пришлось многое в системе компании перестраивать.

В частности, была организована доставка при помощи такси, воспользовалось услугой примерно 10 % клиентов. Стал шире востребован сервис экспресс-доставки. В ЖК бизнес-класса увеличился спрос на установку постаматов.

Компания одной из первых решила проблему бесконтактной доставки от-

