

## ПОСТРЕЛИЗ

**В Москве состоялась конференция «Е-Коммерсь в России. New retail. New opportunities».**

**Москва, 31 октября 2017 года.** В конференции «Е-Коммерсь в России. New retail. New opportunities», организованной ИД «Коммерсантъ», приняли участие ведущие эксперты российского рынка электронной коммерции, представители органов государственной власти, интернет-магазинов, IT-компаний. Конференция состояла из двух сессий, в рамках которых участники обсудили новые тренды развития бизнеса, OMNI, crossborder`s, актуальные направления для инвестиций, эффективный инструментарий, а также проблемы e-com и способы их решения: как бороться с контрафактом, какие изменения необходимы на законодательном уровне, как потребителю защитить свои права.

Модераторами мероприятия выступили **Владислав Ширококов**, сооснователь, East-West Digital News, и **Иван Кургузов**, руководитель кластера «РАЭК/Электронная коммерция».

Первым выступил **Олег Прусаков**, начальник управления защиты прав потребителей Роспотребнадзора, который рассказал о защите прав потребителей и борьбе с контрафактом. Главный страх потребителя при совершение покупок онлайн состоит в том, что они останутся не услышаны в случае подачи претензии и не смогут найти продавца: «Для потребителя важно, чтобы был четкий, наименее издержкоемкий и прозрачный механизм разрешения споров, в том числе в досудебном порядке. Изменения законодательства идут, и скоро мы станем свидетелями этих нововведений. Принята стратегия государственной политики в области защиты прав потребителей на период до 2030 года. Сейчас мы работаем над плановой ее реализацией, там тоже будут заложены определенные шаги, связанные с совершенствованием правового регулирования».

Изменения в интернет-торговле также ждут и в части таможенного регулирования. **Александр Шихранов**, заместитель начальника отдела управления торговых ограничений, валютного и экспортного контроля ФТС России, отметил, что регулирование трансграничного перемещения товаров — очень сложный механизм: «И в количестве случаев выявления контрафактных товаров мы сильно отстаем. Если таможенной службой Китая, к примеру, выявляется более 40 тыс. единиц контрафактной продукции в международных почтовых отправлениях, то таможенной службой РФ по итогам 2017 года — 1,5 тыс. единиц». В настоящее время готовится проект, исключающий положения, запрещающие применение мер по защите прав на объект интеллектуальной собственности в отношении товаров, перемещаемых физическими лицами, в том числе в международных почтовых отправлениях, который станет первым шагом изменений.

О перспективах развития поделился **Артем Глущенко**, «Яндекс.Маркет»: «Самое важное в ближайшем будущем мы видим развитие наших экосистем: логистической, платежной инфраструктуры, финансовой инфраструктуры, которую “Яндекс.Маркет” будет готов предоставлять малому и среднему бизнесу. Производителям и продавцам не нужно будет задумываться о каких-то маркетинговых шагах, о продвижении товара или даже о том, как сделать свой сайт,— весь комплекс услуг будет предоставлять “Маркет”. Это будет не завтра, но мы движемся в этом направлении».

«В агрегаторах мы вообще видим будущее торговли,— поддержал **Петр Шелищ**, председатель Союза потребителей России.— От агрегаторов потребителю нужно единственное — чтобы в случае, когда он что-то купил, а ему не доставили или доставили не то, или некачественное, чтобы он в этой ситуации мог найти продавца. И агрегатор в состоянии решить эту задачу, он связан с продавцом договорными отношениями, у него есть все необходимые для его нахождения реквизиты».

В завершение первой сессии **Илья Кретов**, генеральный директор в России и на развивающихся рынках Европы eВаu, провел презентацию исследования экспорта российских товаров за рубеж. «Объединенная цифра экспорта говорит о следующем: 430 млн — общий объем интернет-экспорта материальных товаров в прошлом году, средний чек — \$55, количество отправок — 7,9 млн. Меня все время спрашивают: а есть у нас что-то продавать, кроме матрешек и лаптей? Есть. 40% — это фэшн, потом идут товары для дома, электроника. Что касается регионов, то США — рынок №1 по спросу».

Актуальные тенденции и практический опыт обсудили участники второй сессии.

«Быстрее, точнее и ближе», — этими тремя словами описывает настоящее время **Юрий Берченко**, руководитель направления ритейл «Google Россия»: «Еще год назад объем запросов со смартфонов превысил объем запросов с других устройств. И сегодня это №1 канал поиска информации. Примерно 100–150 раз в день мы проверяем его и пользуемся им, пишем, смотрим, поэтому все становится быстрее». В скором времени каждый из нас будет обладать огромным количеством девайсов, подключенных к интернету, а это означает, что будет больше информации о пользователях: «И для бизнеса это очень ценные сигналы».

Об угрозах для e-commerce рассказал **Рустэм Хайретдинов**, генеральный директор Attack Killer, заместитель генерального директора InfoWatch: «Проблема в том, что из-за такого быстрого роста технологии убежали в XXI век, а безопасность осталась в прошлом». При запуске новых технологий компании сначала делают приложение, а уже после отдают безопасникам. Но в случае обнаружения багов его не решаются исправлять, потому что на нем построен весь сервис. Безопасность сейчас воспринимается как некоторая назойливая вещь. «На самом деле безопасность — это не продукт, а функция. И она должна быть встроенной на каждом этапе разработки, а не навесной над конечным результатом».

«Электронная коммерция — самый подходящий инструмент в XXI веке для продвижения российских товаров на экспорт, — уверена **Екатерина Дьяченко**, основатель и CEO электронной площадки для экспорта российских товаров. — B2C-сегмент растет очень колоссальными темпами, и в прошлом году этот рынок показал \$2 млрд в год, это +20–30% в год».

**Виктор Шпаковский**, сооснователь криптовалютного фонда The Token Fund, рассказал, чем отличается ICO от IPO и аналогов. Особый акцент спикер сделал на значении токена: «Если суть токена в том, что проект просто привлекает средства, давая вам в обмен токен, то это бесполезный токен, он не нужен, и он на самом деле стоит ноль. The Token Fund инвестирует в инфраструктурные проекты, мы не инвестируем в проекты, которые просто привлекают средства, выдавая обратно токены, мы инвестируем в будущее технологии блокчейн, и поэтому эти токены несут в себе определенный смысл».

Также в конференции приняли участие: **Сергей Малышев**, заместитель генерального директора по посылочному бизнесу, «Почта России», **Алексей Петровский**, главный аналитик Price.ru, медийно-сервисный холдинг RAMBLER & Co, **Анна Образцова**, коммерческий директор, ADG group, **Федор Скуратов**, основатель и CEO Comboto.