



Агенција за пошти

Е-ТРГОВИЈАТА И СИГУРНАТА ДОСТАВА

Информативна брошура

Е-ТРГОВИЈАТА И СИГУРНАТА ДОСТАВА НА ПОШТЕНСКИ ПРАТКИ

Подготвил:

Ана Ковачевска

Раководител на Директоратот за заштита на правата на корисниците и односи со јавноста

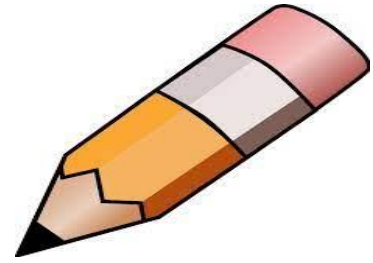
Агенција за пошти

Декември, 2021 година

Е-ТРГОВИЈАТА И СИГУРНАТА ДОСТАВА НА ПОШТЕНСКИ ПРАТКИ

СОДРЖИНА

1. Вовед.....	4
2. Раст на е-трговијата во Република Северна Македонија.....	6
3. Препораки од Агенцијата за пошти.....	7
4. Лиценцирани даватели на поштенски услуги.....	8
5. Сигурна достава.....	9
6. Регистар на лиценцирани даватели на поштенски услуги.....	9
7. Истражување на Агенцијата за пошти.....	12
8. Е-трговијата и македонскиот поштенски пазар.....	15
9. Очекувања.....	17



Вовед

Е-трговијата е важен процес на купопродажба на стоки и услуги преку компјутерски мрежи што несомнено стана секојдневие на граѓаните во глобални рамки. Со пандемијата Ковид-19 значително се промени начинот на кој потрошувачите пазарат преку интернет. Таа го забрза пазарењето преку интернет, но ја промени и свеста кај потрошувачите за користење дигитални канали. Дигиталната продажба не е повеќе табу-тема.

На домашниот пазар, продажбата на мало или е-трговијата преку интернет значително се зголеми во 2020 година, навиките за купување се променија, но и потребите на потрошувачите забележително се зголемија. Одлуките што потрошувачите ги носат, поврзани со изборот на производите и услугите што се нудат на е-пазарот се носат многу внимателно со претходни подготовки и анализи на нивните квалитет и цени.

Од друга страна, фирмите што продаваат производи и услуги, за да се прилагодат на новите пазарни трендови и новите кориснички барања забрзано почнаа да применуваат нови технологии и да се адаптираат кон дигитална продажба и кон виртуелна интеракција со потрошувачите. Бизнисите се насочија кон продажба преку традиционалните веб-страници, социјалните мрежи, е-платформи, апликации и сл.

Во светски рамки, како популарен пристап за онлајн пазарење се издвојува и начинот на пазарење преку е-платформи. Е-платформите се веб страници преку кои се овозможува поврзување со одделни информациски мрежи. На овие виртуелни места за тргување, се среќаваат понудата и побарувачката, т.е. фигуративно се подаваат “рацете” на двете страни: на потрошувачите-купувачи на стоки и услуги и на продавачите што нив ги нудат.

Фирмите што нудат онлајн продажба посветуваат големо внимание на софтверот неопходен за е-трговија. Тој треба да одговара на неколку критериуми за да може да ги задоволи потребите на онлајн корисниците. Како еден од критериумите е самата постојана стабилност на софтверот на веб-страницата за е-трговија, потоа леснотијата и пријатноста за користење од страна на корисникот, приспособливоста за да се нудат и продаваат стотици производи на илјадници корисници и други.

Со самата опција за електронски трансакции се разви електронското пазарење бидејќи на многу исплатлив и ефикасен начин на **продавачите** им се овозможува да таргетираат, „ловат“ и да задржуваат клиенти. Од друга страна, **купувачите** имаат повеќе придобивки од оваа активност како што се поевтиното пазарење, полесното и побрзо пазарење, достапноста на информации за производите и услугите, можноста за пазарење во секое време од денот, големата палета од понудени производи и услуги, немањето директен физички контакт со неуслужливи трговци, за сметка на понудената директна онлајн комуникација со самите продавачи и други.

1. Раст на е-трговијата во Република Северна Македонија

Податоците што се однесуваат на 2020 година покажуваат дека и **домашната понуда во електронската трговија бележи раст**. Конкретно, во 2020 година се отвориле 439 нови виртуелни продавници, додека на крајот од годината биле евидентирани вкупно **1459** електронски продажни места односно е-трговци.

Според податоците од платежната статистика на Народна Банка на Република Северна Македонија, во 2020 година растот на вредноста на реализирани онлајн трансакции кон домашните интернет продажни места изнесувал 135% во споредба со 2019 година. Во однос на бројот на трансакции во 2020 година биле реализирани вкупно 10 милиони онлајн трансакции во земјата и во странство, наспроти 2019 година кога биле остварени 6,7 милиони или резимирано бил направен пораст од 50,1%.

Со растот на е-трговијата во време на Ковид-кризата, **поштенскиот сектор** ја покажа својата флексибилност и прилагодливост кон економските и општествените предизвици. Давателите на поштенските услуги сè почесто почнаа да нудат дигитални поштенски услуги и веќе се адаптираа кон новонаметнатите барања. Всушност тие се соочуваат со серија дигитални и бизнис предизвици што ја менуваат природата и динамиката на поштенските услуги.



1. Препораки од Агенцијата за пошти

Во врска со растот на електронската трговија, **Агенцијата за пошти** неколкупати истакна дека ја поддржува е-трговијата и онлајн нарачките и ги охрабрува македонските граѓани да имаат доверба во официјалните и регистрирани домашни е-продавници, да купуваат од нив, бидејќи домашната понуда е зголемена и успева да ги задоволи потребите на купувачите што се решаваат за е-пазареење.

Во таа насока, на својата веб-страница Агенцијата за пошти објави прецизни **препораки**¹ за начинот на остварување **безбедно онлајн купување и сигурна достава**.

Препораките насочуваат да се внимава ако граѓаните се најдат во улога на купувачи преку електронски уреди (телефони, компјутери, таблети и сл.) пред да започнат со е-купувањето задолжително да ја проверат онлајн продавницата од која ќе се пазарат бидејќи на електронскиот пазар постојат лажни електронски продавници.

Исто така, информативно беа наведени можностите и опциите на купувачите за плаќање (платежни картички, готовина и сл.). Посебно внимание се посвети на доставата на производите до адресата на примачот т.е., на активноста доделена на лиценцираните даватели на поштенски услуги, при што беше објаснет процесот на достава од креирање на пратка до достава до примачите.

Укажано беше и дека без разлика на начинот на плаќање што купувачот ќе го одбере, по приемот, ако содржината на пратката не соодветствува на нарачаниот производ/и, одговорноста паѓа на страна на продавачот т.е. на е-продавницата.

Агенцијата за пошти укажа дека купувањето од непроверени профили на социјалните мрежи претставува ризик и дека давателите на поштенски услуги не одговараат за содржината на пратката, туку дека можат да преземат одговорност само за губење или целосно оштетување на пратката, за нејзиното делумно оштетување или ограбување или пак за пречекорување на рокот за достава.

¹<http://ap.mk/mk/200408-preporaki-od-agencijata-za-poshti-kako-do-bezbedno-onlajn-kupuvane-i-sigurna-dostava>

Резимирано, за процесот на онлајн пазарење да биде целосен и успешен, од круцијално значење е **доставата на пратки** т.е., на нарачаните производи. Имено, штом заврши постапката за избор и е-пазарење на одреден производ следува **достава до корисникот**.

2. Лиценцирани даватели на поштенски услуги



Доставата на производот до адресата на купувачот треба да ја извршат **лиценцирани даватели на поштенски услуги**. Тоа се специјализирани компании чија примарна дејност е обезбедувањето поштенски услуги во согласност со **Законот за поштенските услуги**. Лиценцираните даватели на поштенски услуги поседуваат **општо овластување** со кое Агенцијата за пошти им дава право за обезбедување поштенски услуги во согласност со поднесената нотификација.

Лиценцираните даватели нудат официјални услови за работа според кои ги извршуваат поштенските услуги. Тие носат **општи услови** за обезбедување на поштенските услуги и формираат **цени** за услугите што ги нудат. Освен тоа, давателите овозможуваат **заштита на правата на корисниците на поштенските услуги**. Односно, лиценцираните даватели ги штитат корисниците на поштенски услуги (испраќачите и примачите на пратки) со тоа што им даваат можност да го искористат правото да поднесат рекламации и приговори кои се однесуваат на обезбедувањето на поштенската услуга, по претходно утврдени протоколи во согласност со Законот за поштенските услуги.



3. Сигурна достава

За да се добие сигурна достава на пратките, корисниците на поштенски услуги пред да направат избор на давател на поштенски услуги чии услуги планираат да ги користат, треба првенствено да се запознаат со условите за користење.

Што значи тоа?

Препорачливо за секој корисник без разлика дали е во својство на испраќач или примач е да побара информација од компанијата што нуди поштенски услуги дали таа е лиценциран давател со општо овластување издадено од Агенцијата за пошти. Ваквиот податок обично се добива како потврда од давателот со прикажување на самото овластување или дозвола за работа издадена од Агенцијата за пошти.

4. Регистар на лиценцирани даватели на поштенски услуги

Друг начин да се провери статусот на давателот е да се посети електронски линк што води до **Регистарот на лиценцирани даватели**² кој е транспарентно објавен на веб-страницата на Агенцијата за пошти.

Регистарот располага со повеќе **информации за давателите на поштенски услуги**, тргнувајќи од целосниот назив на правното лице, типот на дозвола што ја поседува, датум на издавање на дозволата, подрачје на вршење на услугите, видот на поштенски пратки што го испорачува, какви услуги нуди потоа, и содржи адресни податоци за седиштето и за регистрираното седиште.

Во поглед на корисничките права, регистарот дава комплетни информации за **каналите за поднесување на рекламации** кај давателите без разлика дали станува збор за адреса за поднесување писмени рекламации на адреса, електронски дописи на електронска адреса, телефонска линија за рекламации или преку веб-страница на давателот. Покрај споменатите информации, во табеларниот приказ поединечно се прикачени и **логоата** на давателите на поштенски услуги, со што се олеснува и нивното визуелно препознавање.

Понатаму, од регистарот, корисниците и сите заинтересирани страни можат да се запознаат со официјалните **ценовници** на сите лиценцирани даватели. Давателите на поштенските услуги се должни да формираат цени за поштенските услуги што ги обезбедуваат, но и имаат обврска да ги објават цените и општите услови во своите
















²<https://ap.mk/mk/registar-licenci>

простории на видно место. Давателите ги доставуваат сите измени на цените и општите услови во Агенцијата во рок од три дена од извршената промена.

Агенцијата за пошти постојано, соодветно и навремено ги ажурира податоците приложени во Регистарот на лиценцирани даватели. Самиот Регистар овозможува и директно поврзување со веб-страниците на давателите каде што понатаму на корисниците им се достапни детални информации за давателите на поштенски услуги од типот на мисија и визија на компанијата, податоци за мрежна распространетост, општи услови, услуги, апликација за следење пратки, директна комуникација со оператор, новости, референци, клиенти, активности поврзани со општествена одговорност, ценовни калкулатори, контактни информации, помош за корисници и слично.



Сликвит приказ – Регистар на лиценцирани даватели

бр.	давател на поштенски услуги	тип на дозвола	последна издадена на	истекан од
1	 АД "Пошта на Северна Македонија" - Скопје	индивидуална дозвола	24.12.2009	12.12.2009
2	 КАРГО ЕКСПРЕС ДООЕЛ УЈВА - НОВА ВИТОЛА	Општо овластување	11.06.2014	12.12.2009
3	 ДПХЛ ЕКСПРЕС МАКЕДОНИЈА ДООЕЛ СКОПЈЕ	Општо овластување	16.09.2014	12.12.2009
4	 ИНТЕРНАЦИОНАЛЕН ДООЕЛ СКОПЈЕ	Општо овластување	26.01.2014	12.12.2009
5	 ИНТЕРНАЦИОНАЛЕН ДООЕЛ СКОПИЈЕ	Општо овластување	13.09.2014	12.12.2009
6	 РСЕ ОПТИМА ВИТЕ ДООЕЛ УЈВА - НОВА СКОПЈЕ	Општо овластување	13.09.2014	12.12.2009
7	 ЕКСПРЕС ПРАТИКА ДООЕЛ СКОПЈЕ	Општо овластување	14.04.2015	20.04.2010
8	 ДЕЛКО ДООЕЛ СКОПЈЕ	Општо овластување	19.03.2003	24.08.2011
9	 ЈОВАНИ ПОШТА 2011 ДООЕЛ С БРАНИКЕ - ДЕБАРЦА	Општо овластување	23.01.2012	23.01.2012
10	 ГЛОБАЛ МЕСЕЈѢЖИ ДООЕЛ УЈВА - НОВА СКОПЈЕ	Општо овластување	23.01.2012	23.01.2012
11	 ЕКСПРЕС 02 ДООЕЛ КИВАРИЦИ	Општо овластување	26.02.2014	26.02.2014
12	 БАЛКАН ДЕЛИВЕРИ СЕРВИС ДООЕЛ СКОПЈЕ	Општо овластување	23.01.2015	03.01.2015
13	 ТПЛ ЛОКАЛ ЛОГИСТИК ДООЕЛ СКОПЈЕ	Општо овластување	04.02.2015	14.02.2015
14	 ДЕЛИВЕРИ СЕРВИС ИНТЕРНАЦИОНАЛ ДООЕЛ СКОПИЈЕ	Општо овластување	10.02.2015	10.02.2015
15	 ВИТЕ ПЕРСОНАЛ СЕРВИС ДООЕЛ СКОПЈЕ	Општо овластување	03.06.2015	03.06.2015
16	 ПОСТ ЕКСПРЕС МАКЕДОНИЈА ДООЕЛ СКОПЈЕ	Општо овластување	09.06.2015	12.01.2015
17	 ИМПОРТНО ЕКСПРЕС ДООЕЛ СКОПЈЕ	Општо овластување	21.02.2015	21.02.2015
18	 ИМПОРТНО ЕКСПРЕС ДООЕЛ СКОПЈЕ	Општо овластување	26.02.2015	26.02.2015
19	 ЕКСПРЕС ПОШТА ДООЕЛ СТРУЖИЦА	Општо овластување	11.04.2015	11.04.2015
20	 НОВА ПОШТА ДООЕЛ СКОПЈЕ	Општо овластување	11.11.2015	11.11.2015
21	 ЕКСПРЕС ПОШТА ДООЕЛ СТРУЖИЦА	Општо овластување	23.03.2015	23.03.2015
22	 ДИ.М. ДИ.М. ДООЕЛ ПРИЛЕП	Општо овластување	23.03.2017	23.03.2017
23	 ИНТЕРНАЦИОНАЛЕН МАЈЛ ДЕЛИВЕРИ СЕРВИС ДООЕЛ СКОПЈЕ	Општо овластување	26.04.2003	06.01.2019
24	 М-ПОШТА ДООЕЛ СКОПЈЕ	Општо овластување	26.02.2019	26.02.2019
25	 ЕКО ПОШТА ДООЕЛ СКОПЈЕ	Општо овластување	26.04.2019	12.03.2019
26	 ЕЛС ЛОГИСТИК СЕРВИС ДООЕЛ СКОПЈЕ	Општо овластување	21.06.2019	02.04.2019
27	 ИМПОРТНО ЕКСПРЕС УЈВА - НОВА ВИТОЛА - ПАРТНЕРИ СЕРВИС ДООЕЛ СКОПЈЕ	Општо овластување	11.01.2019	11.01.2019
28	 СИТИ ПОШТА ДООЕЛ СКОПЈЕ	Општо овластување	18.01.2019	18.01.2019
29	 ВИТЕ ПОШТА ДООЕЛ СКОПЈЕ	Општо овластување	04.03.2019	04.03.2019
30	 НОВА ПОШТА ДООЕЛ СКОПЈЕ	Општо овластување	18.01.2019	18.01.2019
31	 МЕС ПОШТА ДООЕЛ СКОПИЈЕ	Општо овластување	18.01.2019	18.01.2019

22	 БАЛКАН ДЕЛИВЕРИ СЕРВИС ДООЕЛ СКОПЈЕ	ФАКОН ЛОГИСТИК ДООЕЛ - ПАРТНЕРИ СЕРВИС ДООЕЛ СКОПИЈЕ	Општо овластување	24.01.2019	24.01.2019
23	 ЕКСПРЕС ДООЕЛ	Општо овластување	11.01.2003	09.12.2019	
24	 БЛИНК ДЕЛИВЕРИ ДООЕЛ СКОПЈЕ	Општо овластување	16.01.2003	16.01.2003	
25	 ОБЕ-ДО ВОЈДА ПРВИН ДООЕЛ УЈВА - НОВА СКОПЈЕ - ПАРТНЕРИ СЕРВИС ДООЕЛ СКОПЈЕ	Општо овластување	02.09.2003	02.09.2003	
26	 МГС ДЕЛИВЕРИ ДООЕЛ СКОПЈЕ	Општо овластување	01.02.2001	02.10.2003	
27	 УРМ ДЕЛИВЕРИ СЕРВИС ДООЕЛ СКОПЈЕ	Општо овластување	02.10.2003	02.10.2003	
28	 ЕКСПРЕС ДЕЛИВЕРИ 10 ДООЕЛ СКОПЈЕ	Општо овластување	01.11.2003	01.11.2003	
29	 ЕКСПРЕС ДООЕЛ - ПАРТНЕРИ СЕРВИС ДООЕЛ СКОПЈЕ	Општо овластување	01.12.2003	01.12.2003	
40	 СИТИ ЕКСПРЕС ПОШТА УЈВА - НОВА СКОПЈЕ	Општо овластување	26.02.2001	26.02.2001	
41	 Б-ПОШТА ДООЕЛ СКОПЈЕ - ПАРТНЕРИ СЕРВИС ДООЕЛ СКОПЈЕ	Општо овластување	06.03.2001	06.03.2001	
42	 НОВА ПОШТА ДООЕЛ СКОПЈЕ	Општо овластување	12.03.2001	12.03.2001	
43	 ЕКСПРЕС ДООЕЛ СКОПЈЕ	Општо овластување	01.06.2001	01.06.2001	
44	 ЕКСПРЕС ДООЕЛ СКОПЈЕ	Општо овластување	09.06.2001	09.06.2001	
45	 ЕКСПРЕС ДООЕЛ СКОПЈЕ	Општо овластување	08.06.2001	08.06.2001	
46	 ЕКСПРЕС ПОШТА ДООЕЛ СКОПЈЕ	Општо овластување	04.08.2001	04.08.2001	

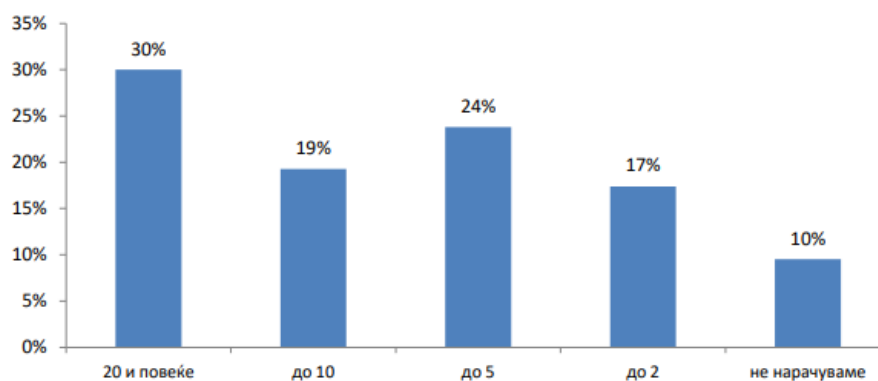
5. Истражување на Агенцијата за пошти

Во 2020 година, Агенцијата за пошти преку надворешна истражувачка компанија спроведе **Истражување на пазарот**³- **Истражување за потребите на корисниците на универзалната услуга**.

Основна цел и предмет на истражувањето беа да се проценат и осознаат реалните потреби на корисниците на поштенските услуги. За потребите на истражувањето, од страна на Агенцијата беше изготвен прашалник преку кој беа интервјуирани вкупно 600 испитаници, 420 правни лица и 180 физички лица.

Од **физичките лица** кои се помал репрезентативен примерок во истражувањето, на прашањето колку пати во годината им пристигнуваат пратки кои се предмет на електронската трговија, **90%** од нив се изјасниле позитивно т.е., дека нарачуваат преку интернет. **17%** од испитаниците се изјасниле дека нарачуваат до **2 пати** годишно, **24%** до **5 пати** годишно, **19%** до **10 пати**, додека пак **30%** од физичките лица одговориле дека нарачуваат 20 пати и повеќе во годината. За разлика од оние што нарачуваат преку интернет, **10%** од испитаниците воопшто не ја користат електронската трговија т.е., не нарачуваат преку интернет.

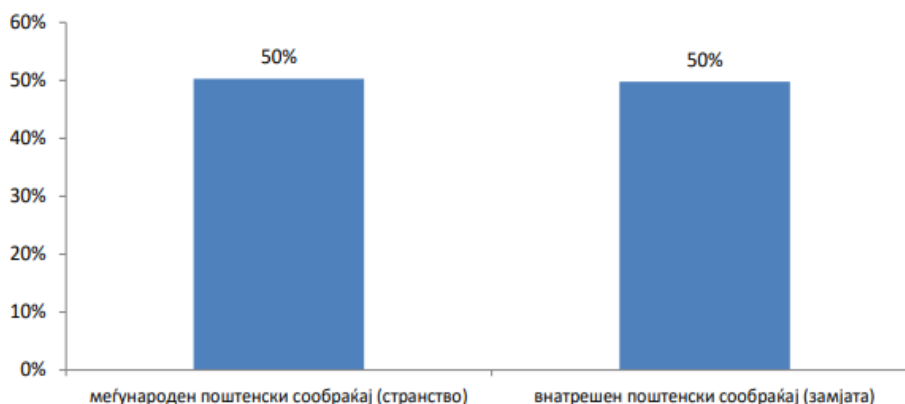
Графикон 90. Колку годишно нарачувате пратки преку интернет?



³https://ap.mk/sites/default/files/2021-03/%D0%98%D0%B7%D0%B2%D0%B5%D1%88%D1%82%D0%B0%D1%98-%D0%98%D0%A1%D0%A2%D0%A0%D0%90%D0%96%D0%A3%D0%92%D0%90%D0%8A%D0%95%20%D0%9D%D0%90%20%D0%97%D0%90%D0%94%D0%9E%D0%92%D0%9E%D0%9B%D0%A1%D0%A2%D0%92%D0%9E%D0%A2%D0%9E%20%D0%98%20%D0%9F%D0%9E%D0%A2%D0%A0%D0%95%D0%91%D0%98%D0%A2%D0%95%20%D0%9D%D0%90%20%D0%9A%D0%9E%D0%A0%D0%98%D0%A1%D0%9D%D0%98%D0%A6%D0%98%D0%A2%D0%95%20%D0%9E%D0%94%20%D0%9F%D0%9E%D0%A8%D0%A2%D0%95%D0%9D%D0%A1%D0%9A%D0%98%D0%A2%D0%95%20%D0%A3%D0%A1%D0%9B%D0%A3%D0%93%D0%98%20%D0%9D%D0%90%20%D0%90%D0%94%20%D0%9F%D0%9E%D0%A8%D0%A2%D0%90%20%D0%9D%D0%90%20%D0%A1%D0%95%D0%92%D0%95%D0%A0%D0%9D%D0%90%20%D0%9C%D0%90%D0%9A%D0%95%D0%94%D0%9E%D0%9D%D0%98%D0%88%D0%90_0.pdf

Во однос на **подрачјето**, дали физичките лица нарачуваат повеќе од домашни онлајн продавници или од странски, **50%** од нив се изјасниле дека најмногу примаат пратки нарачани во рамките на земјата како и останатите **50%** од испитаниците одговориле дека пратките што ги примаат се од меѓународниот поштенски сообраќај т.е., дека испраќачите се странски онлајн продавници.

Графикон 93. Најмногу нарачувате пратки во рамките на:



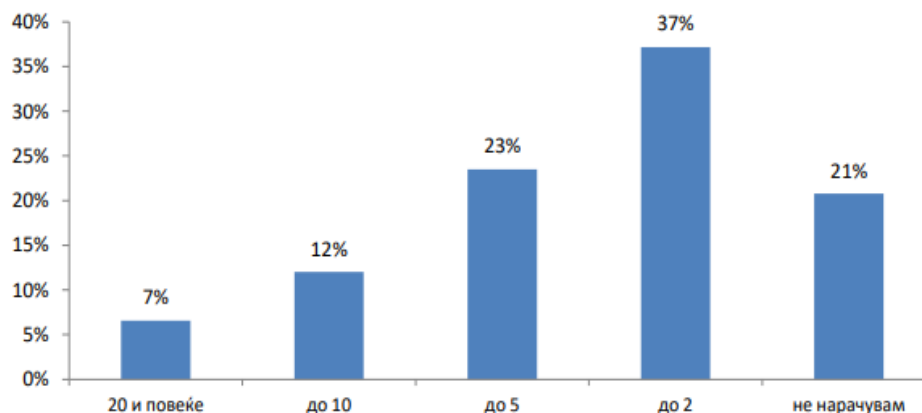
Добиените податоци покажуваат дека македонските граѓани ја користат електронската трговија и дека примаат електронски тргувани пратки од внатрешниот и од меѓународниот поштенски сообраќај.

Од испитаните **правни лица**, на прашањето колку пати во годината им пристигнуваат пратки кои се предмет на електронската трговија, **79%** се изјасниле позитивно т.е., дека нарачуваат преку интернет.

Конкретно **37%** од испитаниците се изјасниле дека нарачуваат до **2 пати** годишно, **23%** до **5 пати** годишно, **12%** до **10 пати**, **7%** од правните лица одговориле дека нарачуваат 20 пати и повеќе во годината.

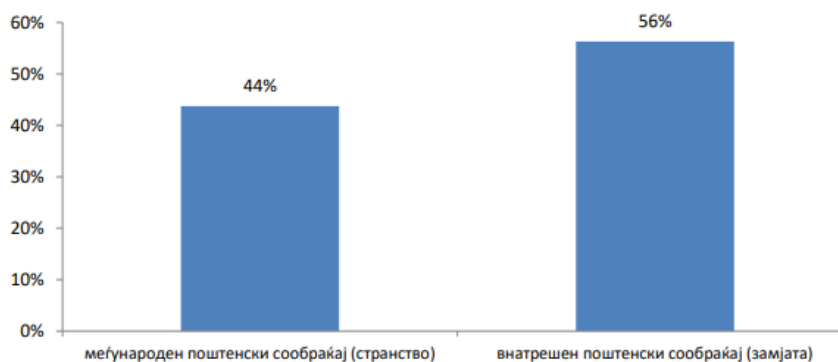
За разлика од оние што нарачуваат преку интернет, **21%** од испитаниците воопшто не ја користат електронската трговија т.е., не нарачуваат преку интернет.

Графикон 131. Колку годишно нарачувате пратки преку интернет?



Во однос на подрачјето, дали правните лица нарачуваат повеќе од домашни онлајн продавници или од странски, 56% од правните лица изјавиле дека најчесто примаат пратки нарачани во рамките на земјата, додека 44% од испитаниците одговориле дека пратките што ги примаат се од меѓународниот поштенски сообраќај т.е., дека испраќачите се странски онлајн продавници.

Графикон 135. Најмногу нарачувате пратки во рамките на:



Овие податоци покажуваат дека и македонските фирми ја користат електронската трговија и дека примаат е-пратки од внатрешниот но и од меѓународниот поштенски сообраќај.

Вкупниот впечаток е дека во Република Северна Македонија, во 2020 година физичките и правните лица ја користеле електронската трговија и примале поштенски пратки кои се предмет на електронска трговија. Исто така, пратките што биле нарачувани преку интернет, речиси во иста мера биле со потекло како од

домашни така и од странски онлајн продавници по што може да се констатира дека македонските давателите на поштенски услуги во 2020 година доставувале е-пратки кои биле дел од внатрешниот, но и од меѓународниот поштенски сообраќај.

6. Е-трговијата и македонскиот поштенски пазар



Давателите на поштенските услуги се едни од двигателите на брзо растечката е-трговска индустрија. Тие играат важна улога во олеснувањето на процесот на достава на производите, односно на пратките што се предмет на електронската трговија (е-пратки), процес што се реализира преку домашната и меѓународната поштенска мрежа.

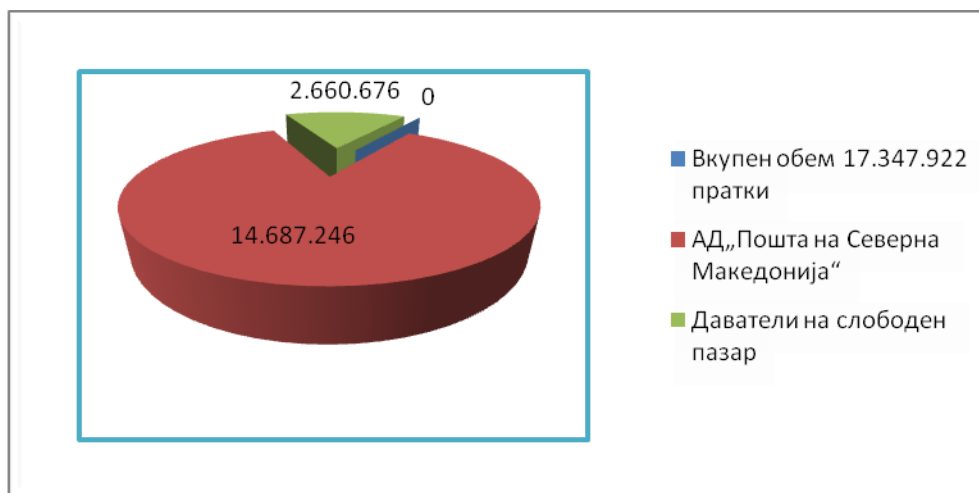
Во домашниот поштенски сообраќај лиценцираните даватели покажаа дека успешно ги менаџираат оперативните процеси преку кои се обезбедува сигурна достава на е-пратките од корисниците на поштенски услуги кои се во својство на испраќачи на пратки до примачите.

За да се „напипа“ пулсот на давателите на поштенски услуги како ги прифаќаат барањата на клиентите-испраќачи што се поврзани со доставата на е-пратките, за да се добие податок за обемот на е-пратките но и за уделот што го имаат давателите поединечно, Агенцијата за пошти од нив побара информации поврзани со обезбедувањето на поштенски услуги чиј предмет на достава се токму овие пратки.

Во 2021 година Агенцијата за пошти за прв пат започна со прибирање податоци поврзани со доставата на е-пратки.

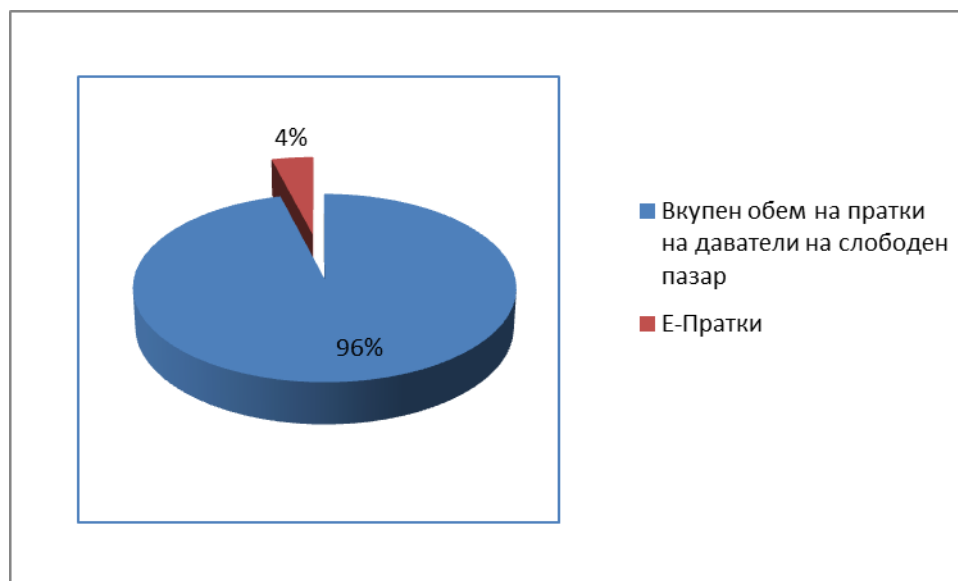
Врз основа на официјалните податоци што досега се доставени во Агенцијата, во првата половина од 2021 година, вкупниот обем на поштенскиот пазар во Република Северна Македонија изнесувал **17.347.922** милиони пратки.

Од овој вкупен обем, **2.660.676** милиони пратки му припаѓаат на обемот на давателите на поштенските услуги на слободниот поштенски пазар што значи дека уделот на давателот на универзалната услуга АД „Пошта на Северна Македонија“ изнесува околу **85%** од вкупниот обем.



Вкупен обем на поштенски пазар – Прво полугодие од 2021 год.

Според евиденцијата, во првата половина од 2021 година, **обемот на давателите на слободниот пазар изнесувал 2.660.676 пратки**, од кои **111.555** се предмет на електронската трговија односно **4%** биле е-пратки.



Удел на е-пратки на слободниот пазар

Заклучно со месец јуни, според регистарот на лиценцирани даватели активни биле 43 поштенски **даватели на слободниот пазар**. Од нив, само **пет** даватели прикажале или доставиле податоци за пратки од е-трговија, што значи дека 111.555 е-пратки биле предмет на достава на петте даватели (11% од давателите).

Давателот на универзалната услуга АД „Пошта на Северна Македонија“ од 2022 година ќе започне да прибира и евидентира пратки што се предмет на е-трговија и тие ќе ѝ бидат приложени на АП.

Од голема важност за Агенцијата е податоците од давателите да бидат точни и навреме доставени за да може да бидат прецизно анализирани настанатите состојби и промени, што пак ќе води до преземање на соодветни регулаторни активности.

Агенцијата за пошти изготвува годишни Статистички извештаи за поштенските услуги во Република Северна Македонија кои даваат преглед на пазарот и податоците од нив ги користи и за информирање на меѓународните организации како Групата на Европски регулатори за поштенски услуги (ERGP), Европскиот комитет за поштенска регулација (CERP) и Светскиот Поштенски Сојуз (UPU).

7. Очекувања



Во изминатите две години бевме сведоци на светскиот непредвидлив раст на дигиталниот пазар, бевме сведоци на динамичниот развојот на електронската трговија во нашата земја. Следевме и се уште гледаме како трговците се обидуваат да ги задоволат барањата на потрошувачите, пристапувајќи кон нови деловни модели, а се со една цел – зголемување на продажбата.

Во периодот што следува, без разлика кој пристап ќе го одберат, трговците треба да започнат или да продолжат да одговараат на постоечките, но и на новосоздадените потреби на своите клиенти. Трговците треба да се прилагодат и да ги следат светските трендови за електронска продажба, но и за доставата преку кои би се задоволиле потребите на потрошувачите.

Јасно е дека начинот на достава ќе продолжи да игра главна улога во обезбедувањето на ефективни и позитивни искуства кај потрошувачите, бидејќи

доколку доставата не е сигурна и квалитетна потрошувачите нема да бидат задоволни од целокупниот процес на е-трговијата.

Во оваа насока, фокусот на давателите на поштенски услуги, кои се одлучиле да доставуваат поштенски пратки кои се произлезени од електронска трговија, се очекува да биде насочен кон развивање и усовршување на своите оперативни, технички и логистички процеси. Ова е неопходно заради задоволување на потребите на деловните клиенти, но и на крајните корисници кои се во својство на примачи на пратки кои веќе бараат нивна достава уште во истиот ден во кој е направена нивната нарачка или е остварена трансакцијата.

Со цел да се почувствува сатисфакција кај сите учесници кој го овозможуваат процесот на е-трговија, но и за да се постигне успех на ова поле, како и до сега, потребно е од да се почитуваат домашната и меѓународна регулатива, да се следат препораките на надлежните институции и да се „слуша“ гласот на крајниот корисник кој е креатор на новите движења на дигиталниот пазар.