

# ГИЛЬДИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ТОРГОВЛИ ПО ПОЧТЕ



## ПОЧТОВАЯ ТОРГОВЛЯ В РОССИИ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

# ИСТОРИЯ



**НАЧАЛО: 70-80 Г.Г. XIX ВЕКА:  
САНКТ-ПЕТЕРБУРГ – «АЛЕКСАНДР»  
МОСКВА – «МУР И МЮРЕЛИЗ»**

**10-Е Г.Г. XX ВЕКА: 300 КОМПАНИЙ,  
ЦЕНТРЫ: МОСКВА, ВАРШАВА, САНКТ-ПЕТЕРБУРГ,  
КИЕВ, ОДЕССА, НИЖНИЙ НОВГОРОД**

**ПРОДАЖИ В 1913 ГОДУ : БОЛЕЕ 9 МИЛЛИОНОВ  
(СЕМЕЙ В РОССИИ – 28 МЛН.)**

**ЛИДИРУЮЩИЕ ПОЗИЦИИ В ОТРАСЛИ  
В МИРЕ**

# ИСТОРИЯ - 2 СССР



**ВО ВРЕМЕНА СССР:**

**ПОСЫЛТОРГ  
ВНЕШПОСЫЛТОРГ  
КНИГА – ПОЧТОЙ  
СЕМЕНА – ПОЧТОЙ**

**ДЕЙСТВОВАЛИ НЕЭФФЕКТИВНО:  
ПРЕДЛАГАЛИСЬ НИКОМУ НЕ НУЖНЫЕ ТОВАРЫ,  
ОТСУТСТВОВАЛА РЕКЛАМА КАТАЛОГОВ И Т.П.**

# НОВЕЙШАЯ ИСТОРИЯ



**НАЧАЛО 90-Х ГОДОВ ПРОШЛОГО ВЕКА:  
ПОЯВЛЕНИЕ ПЕРВЫХ СОВРЕМЕННЫХ КАТАЛОГОВ**

**НАШИ ДНИ:  
БОЛЕЕ 40 КОМПАНИЙ В-to-С  
И ОКОЛО 45 В-to-В**

**ОБЩИЙ ОБОРОТ ЗА 2003 ГОД  
(ОЦЕНКА, НЕ УЧИТЫВАЕМАЯ ОФИЦИАЛЬНОЙ  
СТАТИСТИКОЙ)  
\$ 630-650 МЛН.**

**(2002 ГОД - \$350 МЛН.)**

**ПРОГНОЗ НА 2004 ГОД: \$700-750 МЛН.**

# АССОЦИАЦИЯ ТОРГОВЛИ ПО ПОЧТЕ



**СОЗДАНА В 1998 ГОДУ  
КАК ГИЛЬДИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ТОРГОВЛИ ПО ПОЧТЕ  
ОБЪЕДИНЯЕТ 17 КРУПНЕЙШИХ В ОТРАСЛИ КОМПАНИЙ**

**ТРИ ОСНОВНЫЕ ЗАДАЧИ:**

- 1. УЧАСТИЕ В ЗАКОНОДАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**
- 2. КОНТАКТЫ С ПОЧТОЙ**
- 3. ПОПУЛЯРИЗАЦИЯ ПОКУПОК ПО ПОЧТЕ  
СРЕДИ НАСЕЛЕНИЯ СТРАНЫ**

# РОССИЯ: ГЕОГРАФИЯ



**ПЛОЩАДЬ – 17 075 400 КВ. КМ.**

**ПЛОТНОСТЬ – 8,5 ЧЕЛ. НА КВ. КМ.**

**НАСЕЛЕНИЕ – 144 МЛН. ЧЕЛ.**

**(ОК. 43 МЛН. СЕМЕЙ)**

**БОЛЕЕ 100 МЛН. – РУССКИЕ**

**ВСЕГО – БОЛЕЕ 100 НАЦИОНАЛЬНОСТЕЙ**

**76% ПРОЖИВАЕТ В ЕВРОПЕЙСКОЙ**

**ЧАСТИ СТРАНЫ**

**55% - ЖИТЕЛИ МАЛЫХ ГОРОДОВ**

**19 МЕГАПОЛИСОВ**

**(КРУПНЕЙШИЙ – МОСКОВСКИЙ, БОЛЕЕ 14 МЛН.)**

**ДЕМОГРАФИЧЕСКИЙ КРИЗИС**

# ПОКУПАТЕЛЬНАЯ СПОСОБНОСТЬ



**СРЕДНЯЯ ЗАРАБОТНАЯ ПЛАТА - \$180 В МЕСЯЦ  
ДЛЯ ЖИТЕЛЕЙ МЕГАПОЛИСОВ - \$ 270  
ДЛЯ ЖИТЕЛЕЙ «ГЛУБИНКИ» - ОК. \$80**

**ОБЕСПЕЧЕННЫЙ КЛАСС (7% СЕМЕЙ) С  
ДОХОДОМ  
СВЫШЕ \$1500 НА ЧЛЕНА СЕМЬИ**

**СРЕДНИЙ КЛАСС (23%) С ДОХОДОМ  
СВЫШЕ \$250 НА ЧЛЕНА СЕМЬИ**

**ЗА ЧЕРТОЙ БЕДНОСТИ (МЕНЕЕ \$30  
НА ЧЛЕНА СЕМЬИ) – 15%:**

# **ПОЧТОВАЯ ТОРГОВЛЯ: ОБЪЕМ РЫНКА И ДИНАМИКА РОСТА**



**2001 ГОД - \$ 230 МЛН.**

**2002 ГОД - \$340 МЛН.**

**2003 ГОД - \$650 МЛН.**

**2004 ГОД (ПРОГНОЗ) – \$700-750 МЛН.**

**2003 ГОД, ТОЛЬКО КОНСИГНАЦИЯ - \$200-220 МЛН.**

**ПОЧТИ 40 МЛН. ЧЕЛОВЕК ХОТЯ БЫ ОДИН РАЗ  
СОВЕРШАЛИ ПОКУПКУ  
(В РОССИИ 43 МЛН. СЕМЕЙ)**



# КТО ПОКУПАЕТ ТОВАРЫ ПО ПОЧТЕ



## Предыстория:

**ПОДОБНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ В РОССИИ  
НЕ ПРОВОДИЛИСЬ НИ РАЗУ**

**ОСЕНЬ 2003 ГОДА – ПОДГОТОВКА АНКЕТ**

**НОЯБРЬ 2003 ГОДА – РАССЫЛКА 7960 АНКЕТ,  
ВЛОЖЕННЫХ В ПОСЫЛКИ**

**СОДЕРЖАНИЕ ПАКЕТА:  
ПИСЬМО С ПРОСЬБОЙ ОТКЛИКНУТЬСЯ  
АНКЕТА**

**ОБРАТНЫЙ КОНВЕРТ С ОПЛАЧЕННЫМ ОТВЕТОМ**

**ЯНВАРЬ-МАРТ 2004 ГОДА – ОБРАБОТКА ОТКЛИКОВ**

\* Данные исследований «Direct research»

*Иванов & Иванов*

# Респонденты



**ПОСЫЛКИ (ВСЕГО 7960):**

**КНИГИ – 2934**

**ТНП – 1231**

**КОСМЕТИКА – 1224**

**БАДы – 911**

**ПЕРИОДИКА – 602**

**СЕМЕНА – 554**

**ДРУГОЕ - 504**

\* Данные исследований «Direct research»

*Иванов & Иванов*

# Респонденты: пол



**ОТВЕТИВШИХ – 2672  
ЧЕЛОВЕКА  
(33,56%)**

**ЖЕНЩИНЫ – 1991  
ЧЕЛОВЕК (74,5%)**

**МУЖЧИНЫ – 681  
ЧЕЛОВЕК (25,5%)**

# Респонденты: география



**ЖИТЕЛИ КРУПНЫХ ГОРОДОВ (ОБЛ. ЦЕНТРЫ)**

**660 (24,7%)**

**ЖИТЕЛИ МАЛЫХ ГОРОДОВ (РАЙЦЕНТРЫ  
С ЧИСЛОМ ЖИТЕЛЕЙ БОЛЕЕ 50 ТЫС.)**

**899 (33,6%)**

**ПРОЖИВАЮЩИЕ В СЕЛЬСКОЙ МЕСТНОСТИ**

**1113 (41,7%)**

**ИХ НИХ**

**МОСКВА И САНТ-ПЕТЕРБУРГ ВСЕГО**

**108**

**СИБИРЬ И ДАЛЬНИЙ ВОСТОК**

**1024**

\* Данные исследований «Direct research»

*Иванов & Иванов*

# Респонденты: возраст



**До 25 лет – 118 (4.4%)**

**25-35 лет – 669 (25%)**

**35-45 лет – 822 (30,8%)**

**45-60 лет – 804 (30,1%)**

**Свыше 60 лет – 259 (9,6%)**

# Респонденты: уровень дохода



**ДО 1500 РУБЛЕЙ НА ЧЕЛОВЕКА**

**794 (29,7%)**

**1500 – 3000 РУБ/ЧЕЛ**

**1108 (41,5%)**

**СВЫШЕ 3000 РУБ/ЧЕЛ**

**511 (19,1%)**

**СВЫШЕ 7500 РУБ/ЧЕЛ**

**259 (9,7%)**

\* Данные исследований «Direct research»

*Иванов & Иванов*

# Причины предпочтений дистанционной формы



**Таких товаров нет в магазинах**

**1994 (74,6%)**

**Удобство покупки**

**1228 (46%)**

**Экономия времени**

**1118 (41,8%)**

**Низкая, по сравнению с магазином, цена**

**1102 (41,2%)**

**Дополнительные выгоды**

**732 (27,4%)**

**Другое - 89 (3,3%)**

# Респонденты: уровень образования



**СРЕДНЕЕ ИЛИ НЕПОЛНОЕ СРЕДНЕЕ**

**422 (15,8%)**

**СРЕДНЕЕ СПЕЦИАЛЬНОЕ**

**1292 (48,4%)**

**ВЫСШЕЕ ИЛИ НЕОКОНЧЕННОЕ**

**ВЫСШЕЕ**

**958 (38,9%)**



# Портрет покупателя



## ЖЕНЩИНА

**ЖИТЕЛЬ НАСЕЛЕННОГО ПУНКТА С ЧИСЛОМ  
ПРОЖИВАЮЩИХ МЕНЕЕ 50 ТЫСЯЧ**

**В ВОЗРАСТЕ 40-50 ЛЕТ**

**УРОВЕНЬ ДОХОДА ОТ 1500 ДО  
3000 РУБ./ЧЕЛ В СЕМЬЕ**

**СРЕДНЕЕ ИЛИ СРЕДНЕЕ  
СПЕЦИАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ**

**ПРЕДПОЧИТАЮЩИЕ УНИКАЛЬНЫЕ  
ТОВАРЫ**

\* Данные исследований «Direct research»

*Иванов & Иванов*

# ЧТО ПОКУПАЮТ ПО ПОЧТЕ



1. **КНИГИ И CD, VIDEO, AUDIO – 31,9%**
2. **ОДЕЖДА, ОБУВЬ – 23,1%**
3. **ПЕРИОДИЧЕСКИЕ ИЗДАНИЯ – 14,8%**
4. **КОСМЕТИКА – 8,4%**
5. **ПРЕДМЕТЫ БЫТОВОГО ОБИХОДА – 7,4%**
6. **СЕМЕНА И ПОСЕВНОЙ МАТЕРИАЛ – 6,4%**
7. **ВИТАМИНЫ, БАДы, ТОВ. ДЛЯ ЗДОРВЬЯ – 6,3%**
8. **ДРУГОЕ: (МЕНЕЕ 3%): ЗАПАСНЫЕ ЧАСТИ  
ДЛЯ ТЕХНИКИ (АВТО), РАДИОТОВАРЫ,  
АУДИО И ВИДЕО, ТОВАРЫ ДЛЯ ДЕТЕЙ,  
СПОРТИВНЫЕ ТОВАРЫ И Т.П.**

# ОТНОШЕНИЕ К РОЗЫГРЫШАМ ПРИЗОВ



1. РЕЗКО ОТРИЦАТЕЛЬНО – 37%
2. СКОРЕЕ ОТРИЦАТЕЛЬНО – 29%
3. НЕЙТРАЛЬНО – 25%
4. СКОРЕЕ ПОЛОЖИТЕЛЬНО – 6%
5. ПОЛОЖИТЕЛЬНО – 3%

## НАИБОЛЕЕ ВОСПРИИМЧИВЫЕ АУДИТОРИИ

18-25 ЛЕТ (23% ПОЛОЖИТЕЛЬНЫХ ОЦЕНОК)

49-60 ЛЕТ (21% ПОЛОЖИТЕЛЬНЫХ ОЦЕНОК)

**46% ОПРОШЕННЫХ - РАНЕЕ ПРИНИМАЛИ УЧАСТИЕ  
В ЛОТЕРЕЯХ И РОЗЫГРЫШАХ ПРИЗОВ**

# ЛИДЕРЫ ПРОДАЖ



1. ТРАДИЦИОННЫЕ («БУМАЖНЫЕ») КАТАЛОГИ – 92%(93)
2. ИНТЕРНЕТ – 6%(6)
3. DRTV, DRR – 3%(2)
4. ПРЯМЫЕ ПРОДАЖИ – 79%
5. ТОВАРЫ ПО СХЕМЕ ПОЧТОВОЙ КОНСИГНАЦИИ – 26%

## ТЕНДЕНЦИИ И СОБЫТИЯ 2003 ГОДА:

- ПЯВЛЕНИЕ РЯДА МИРОВЫХ ЛИДЕРОВ
- ОБЪЕДИНЕНИЕ ОН-ЛАЙН И ОФФ-ЛАЙН ПРОДАЖ

# КАТАЛОГИ В РОССИИ СЕГОДНЯ



**ОБЩИЙ ТИРАЖ – 61 МЛН. ЭКЗ. (2002 ГОД)**

## СО ЗНАКОМ «+»:

1. ПОЧТОВАЯ РЕФОРМА
2. ТЕХНОЛОГИИ, КРОМЕ ПОЛИГРАФИИ
3. КАДРЫ

## СО ЗНАКОМ «-»:

1. ТРУДНОСТИ В РАБОТЕ ПОЧТЫ
2. ПРОБЛЕМЫ С БАЗАМИ ДАННЫХ
3. ОТСУТСТВИЕ ПРАВОВОЙ БАЗЫ

# ПОЛИГРАФИЯ И ДИЗАЙН



**ПРАКТИЧЕСКИ НЕОГРАНИЧЕННЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ  
ДЛЯ СРЕДНЕЙ (СТАНДАРТНОЙ) ПОЛИГРАФИИ.**

**СЕГОДНЯ БОЛЕЕ 85% ВСЕЙ ПОЛИГРАФИИ СТРАНЫ  
ДЕЛАЕТСЯ В РОССИИ  
(1998 ГОД – 60%, В ОСНОВНОМ – ГАЗЕТЫ  
И ПОЛИГРАФИЧЕСКАЯ ПРОДУКЦИЯ СРЕДНЕГО КАЧЕСТВА)**

**НЕТ ПОЛИГРАФИИ ДЛЯ ДМ,  
ОГРАНИЧЕНО ПРОИЗВОДСТВО КОНВЕРТОВ**

**НЕТ ДИЗАЙН-СТУДИЙ, СПЕЦИАЛИЗИРУЮЩИХСЯ  
НА ИГОТОВЛЕНИИ КАТАЛОГОВ И КРЕАТИВОВ  
ДЛЯ РАССЫЛКИ**

# ФУЛФИЛМЕНТ



**УСЛУГИ ОКАЗЫВАЕТ  
БОЛЕЕ 10 ЧАСТНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ И ПОЧТА.**

## О Б Ъ Е М Ы:

**2000 ГОД: \$ 28 МЛН.**

**2001 ГОД: \$ 38 МЛН.**

**2002 ГОД: \$ 56 МЛН.**

**2003 ГОД: \$ 82 МЛН.**

**ТЕХНИЧЕСКИЕ ВОЗМОЖНОСТИ НЕСКОЛЬКО  
ОГРАНИЧЕНЫ, ОСОБЕННО В ОБЛАСТИ ИЗГОТОВЛЕНИЯ,  
ОБОРУДОВАНИЕ ТОЛЬКО ПОЯВЛЯЕТСЯ,  
ОПЫТА ВЫПОЛНЕНИЯ  
СЛОЖНЫХ ЗАКАЗОВ НЕМНОГО.**

# КОЛЛ-ЦЕНТРЫ



**ВСЕГО В СТРАНЕ БОЛЕЕ 25 ТЕЛЕФОННЫХ КОМПАНИЙ, ПРЕДЛАГАЮЩИХ АУТСОРСИНГ**

**(1998 – 1, 1999 – 3, 2000 – 9, 2001 – 16, 2002 - 23)**

**ПОЛНОСТЬЮ ОБОРУДОВАННЫЕ,  
СПОСОБНЫЕ РЕШАТЬ ЗАДАЧИ  
ЛЮБОЙ СЛОЖНОСТИ – 6-7.**

**ПОЯВЛЕНИЕ УСЛУГИ «КОЛЛ ФРИ» (8-800)**

**ПРОБЛЕМЫ:**

**НИЗКИЙ УРОВЕНЬ ТЕЛЕФОНИЗАЦИИ  
(В СРЕДНЕМ ПО СТРАНЕ – 40%)**



# ПРОБЛЕМЫ ПОЧТЫ



- 1. НЕ ВЫДЕРЖИВАЮТСЯ СРОКИ ДОСТАВКИ  
КОРРЕСПОНДЕНЦИИ**
- 2. ДОЛГИЙ СРОК ПЕРЕЧИСЛЕНИЯ ДЕНЕГ ПРИ  
ОПЛАТЕ НАЛОЖЕННЫМ ПЛАТЕЖОМ (1-2 МЕСЯЦА)**
- 3. ОТСУТСТВИЕ ПРОЗРАЧНОЙ СИСТЕМЫ  
ТАРИФНЫХ СКИДОК И СКИДОК НА УСЛУГИ ПОЧТЫ**
- 4. СЛОЖНОСТИ ПРИ ИСПОЛЬЗОВАНИИ  
ВОЗВРАТНЫХ, ДОПЛАТНЫХ ФОРМ И Т.П.**

**СИЛЬНАЯ СТОРОНА – ВЫСОКАЯ ТОЧНОСТЬ  
И НАДЕЖНОСТЬ ДОСТАВКИ**

**ПЕРСПЕКТИВЫ СВЯЗАНЫ С ПРОВОДИМОЙ СЕЙЧАС  
РЕФОРМОЙ ПОЧТОВОЙ ОТРАСЛИ**

# БАЗЫ ДАННЫХ



**В РОССИИ НЕТ ПРОФЕССИИ «ЛИСТБРОКЕР»  
РЫНОК В СТАДИИ СОЗДАНИЯ.**

**ЕСТЬ БАЗЫ В-to-В СРЕДНЕГО КАЧЕСТВА,  
НЕБОЛЬШОЕ КОЛИЧЕСТВО БАЗ В-to-С.**

**СОЗДАНИЕ И ВЕДЕНИЕ БАЗ ДАННЫХ,  
КАК ПРАВИЛО, - ВНУТРИ КОМПАНИИ.**

**НА РЫНКЕ – БОЛЬШОЕ КОЛИЧЕСТВО АДРЕСОВ  
НА CD СОМНИТЕЛЬНОГО КАЧЕСТВА.**

**РАЗРАБОТАННОГО ЗАКОНА О БАЗАХ ДАННЫХ  
И О ПРАВАХ НА ИХ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ НЕТ.**

# ЗАКОНОДАТЕЛЬНАЯ БАЗА



**СПЕЦИАЛЬНЫЙ РЕГЛАМЕНТ,  
УСТАНОВЛЕННЫЙ ЗАКОНОМ ДЛЯ  
ДИСТАНЦИОННОЙ ТОРГОВЛИ  
ПРИНЯТ С 2004 ГОДА**

**В ДУМЕ С 1993 ГОДА  
РАССМАТРИВАЕТСЯ ПРОЕКТ ЗАКОНА  
«О ПЕРСОНАЛЬНЫХ ДАННЫХ»**

# ПЛАТЕЖНЫЕ СИСТЕМЫ



## ЧЕТЫРЕ ВИДА ПЛАТЕЖЕЙ (ПО ПОПУЛЯРНОСТИ):

### 1. НАЛОЖЕННЫЙ ПЛАТЕЖ

+ БОЛЬШОЙ ОТКЛИК – ВОЗВРАТ ДЕНЕГ  
(48 ДНЕЙ В 2002 ГОДУ, ОКОЛО 30 ДНЕЙ – В 2003)

### 2. ОПЛАТА ЧЕРЕЗ СБЕРБАНК

+БЫСТРЫЙ ПЛАТЕЖ - ДОКУМЕНТАЦИЯ

### 3. КУРЬЕРСКАЯ ДОСТАВКА С ИНКАССАЦИЕЙ

+НАДЕЖНОСТЬ - ДОРОГОВИЗНА

### 4. ДРУГИЕ БАНКИ (ПРИНИМАЮТ ПРЕДОПЛАТУ)