

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-C
И ОКОЛО 45 В-to-B**

**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%)

* Данные исследований «Direct research»

Иванов & Иванов

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)