

АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОТЧЕТ ПО МАРКЕТИНГОВОМУ ИССЛЕДОВАНИЮ РОССИЙСКОГО РЫНКА УСЛУГ ЭКСПРЕСС-ДОСТАВКИ

ДЕМОНСТРАЦИОННАЯ ВЕРСИЯ

**Дата выпуска отчета:
август 2007 г.**

Данное исследование подготовлено MA Step by Step исключительно в информационных целях. Информация, представленная в исследовании, получена из открытых источников или собрана с помощью маркетинговых инструментов. MA Step by Step не дает гарантии точности и полноты информации для любых целей. Информация, содержащаяся в исследовании, не должна быть прямо или косвенно истолкована покупателем, как рекомендательная к вложению инвестиций. MA Step by Step не несет ответственности за убытки или ущерб, причиненный вследствие использования информации исследования третьими лицами, а так же за последствия, вызванные неполнотой представленной информации. Данные материалы не могут распространяться без разрешения MA Step by Step.



**STEP BY STEP
МАРКЕТИНГОВОЕ
АГЕНТСТВО**

г. Москва

ОГЛАВЛЕНИЕ

ОГЛАВЛЕНИЕ	2
Аннотация	3
Цель исследования: анализ основных характеристик и перспектив развития рынка экспресс-доставки.....	3
Описание исследования.....	3
Полное содержание исследования	4
Список диграмм	6
Список таблиц	7
Выдержки из исследования	8
Сегментирование продукции по основным наименованиям	8
Структура отправок и типы товарных вложений.....	8
Темпы роста Рынка	Ошибка! Закладка не определена.
Особенности рынка экспресс-доставки	9
Основные потоки на международном и внутреннем направлениях	9
Конкурентный анализ	10
Сравнительная характеристика крупнейших производителей по основным параметрам.....	10
Инвестиционная привлекательность	11
Тенденции Рынка	12

АННОТАЦИЯ

Цель исследования: АНАЛИЗ ОСНОВНЫХ ХАРАКТЕРИСТИК И ПЕРСПЕКТИВ РАЗВИТИЯ РЫНКА ЭКСПРЕСС-ДОСТАВКИ.

ОПИСАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Предметом исследования является российский рынок экспресс-доставки.

Метод сбора данных: кабинетное исследование.

В отчете содержится информация по объему рынка, его структуре и сегментам.

В исследовании подробно рассмотрены факторы, в том числе и макроэкономические, влияющие на развитие рынка экспресс-доставки.

Подробно рассмотрена схема предоставления, основные особенности рынка, а также процесс ценообразования на рынке.

В отчете описаны крупнейшие компании экспресс-доставки, проведен сравнительный анализ игроков, выявлены тенденции в направлении конкуренции.

Выявлены и проанализированы основные тенденции на рынке экспресс-доставки.

Исследование может **представлять интерес** для:

- Потенциальных и действующих игроков рынка,
- Компаний, нуждающихся в доставке,
- Инвесторов на Рынке

Кол-во страниц: 69 стр

Язык отчета: русский

Отчет содержит: 5 диаграмм, 7 таблиц, 1 схему и 1 приложение

ПОЛНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Введение
Методологическая часть
Описание типа исследования
Объект исследования
Цели и задачи исследования
Время проведения исследования
Методы сбора данных
Макроэкономические факторы, влияющие на Рынок
Отрасль связи. Описание отрасли
Мировая торговля
Стабильность политико-экономического и правового режима
Общэкономическая ситуация в России
Международное право и нормативно-правовая база РФ
Описание смежных Рынков
Почта России
Сегментация и структура Рынка по основным видам Продукции
Определение услуги
Сегментирование продукции по основным наименованиям
Основные количественные характеристики Рынка
Объем и емкость рынка
Темпы роста Рынка
Влияние сезонности на Рынок
Сбытовая структура Рынка
Схема предоставления услуги
Особенности рынка экспресс-доставки
Основные принципы ценообразования
Основные потоки на международном и внутреннем направлениях.
Конкурентный анализ
Основные параметры конкуренции
Основные игроки рынка. Описание профилей крупнейших компаний
Стоимостной анализ

Сравнительная характеристика крупнейших производителей по основным параметрам

Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими компаниями

Тенденции в различных сегментах Продукции

Анализ потребителей

Потребительские предпочтения

Потребительские мотивации и поведение при покупке Услуги

Обобщающие выводы и рекомендации

Факторы, благоприятствующие развитию Рынка

Сдерживающие факторы Рынка/анализ рисков

Инвестиционная привлекательность

Тенденции Рынка

Тенденции в сроках доставки

Общие выводы по отчету

Приложения

СПИСОК ДИГРАММ

Диаграмма 1. Мировой бизнес-климат, в баллах, 10 - макс. (Прогноз на 2005-2009 гг.)

Диаграмма 2. Внешнеторговый оборот, миллион долларов.

Диаграмма 3. Динамика ВВП РФ за 2002-2006 гг., %

Диаграмма 4. Структура пересылаемых отправок.

Диаграмма 5. Уровень тарифов компаний на направлении Москва-Владивосток (вес 0,5 кг).

СПИСОК ТАБЛИЦ

Таблица 1. Ведущие экспортеры и импортеры товаров в мировой торговле

Таблица 2. Оценка риска при сотрудничестве с партнерами из зарубежных стран , 2005 г.

Таблица 3. Финансовые показатели UPS

Таблица 4. Тарифы компаний на направлении Москва-Владивосток (вес 0,5 кг.)

Таблица 5. Сравнительная характеристика крупнейших производителей по основным параметрам

Таблица 6. STEP-анализ

Таблица 7. Возможные риски, связанные с Рынком

Схема 1. Схема предоставления услуги

Приложение 1. Тарифы и зональное деление компании TNT

ВЫДЕРЖКИ ИЗ ИССЛЕДОВАНИЯ

СЕГМЕНТИРОВАНИЕ ПРОДУКЦИИ ПО ОСНОВНЫМ НАИМЕНОВАНИЯМ

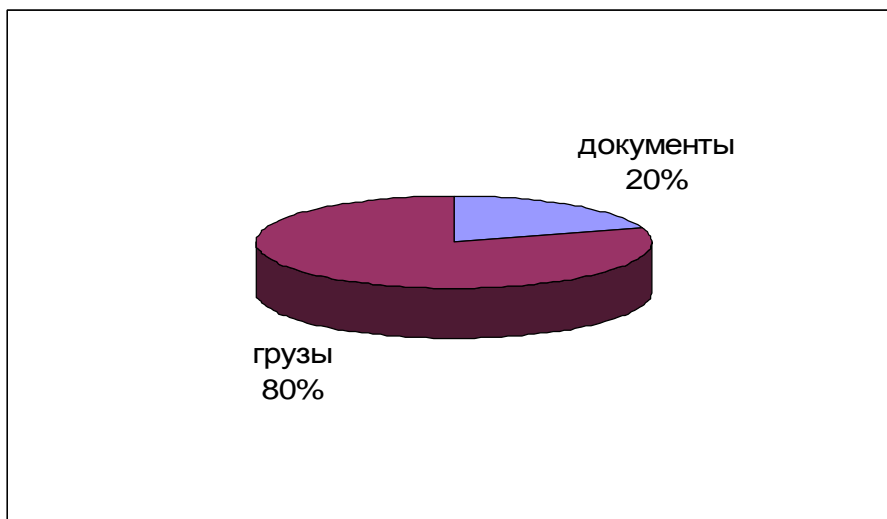
Рынок экспресс-почты можно разделить на следующие виды:

- Доставка корреспонденции,
Отправления с письменными сообщениями и документами, бандероли, мелкие пакеты.
- Доставка товара,
Посылки с образцами товаров и личными вещами граждан.
- Доставка грузов.
Товары в большом количестве

СТРУКТУРА ОТПРАВЛЕНИЙ И ТИПЫ ТОВАРНЫХ ВЛОЖЕНИЙ.

По данным экспертов документы занимают 20% от общего объема отправлений, остальные 80% приходится на тяжелые грузы – запасные части, образцы продукции и прочее.

ДИАГРАММА 1. СТРУКТУРА ПЕРЕСЫЛАЕМЫХ ОТПРАВЛЕНИЙ.



Существенную долю в общем объеме экспресс-отправлений занимают рекламная продукция, образцы товаров, автозапчасти и комплектующие к компьютерам и бытовой технике, телекоммуникационное оборудование, сувениры, пресса, оргтехника и потребительские товары (одежда, обувь).

В настоящее время объем рынка экспресс-почты эксперты оценивают в 250-300 млн. USD, при этом емкость рынка можно оценить уже более чем в 1,5 млрд. долл.

ОСОБЕННОСТИ РЫНКА ЭКСПРЕСС-ДОСТАВКИ

Внутренний рынок доставки устроен таким образом, что практически все его участники пользуются услугами друг друга. Ведь ни один оператор не может охватить своим присутствием все населенные пункты страны.

Российские операторы отдают на выполнение западным компаниям заказы по международным перевозкам, а международные – передают внутренние заказы российским.

ОСНОВНЫЕ ПОТОКИ НА МЕЖДУНАРОДНОМ И ВНУТРЕННЕМ НАПРАВЛЕНИЯХ

Для российского рынка экспресс-доставки характерно смещение грузопотоков между столицей (в нашем случае между Москвой и Санкт-Петербургом) и региональными центрами. Если в европейских странах и США поток более или менее равномерно распределен по всем крупным населенным пунктам, то в России основная масса отправок идет из столицы и Санкт-Петербурга, расположенного в выгодной близости от Европы.

КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ

Порядка 90% российского рынка экспресс-почты контролируют компании, так называемой, "большой четверки": DHL, TNT, UPS и FedEx. Последующие позиции занимают EMS Гарантпост, Пони-экспресс, СПСР, Сити-Экспресс, БизПак.

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА КРУПНЕЙШИХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ ПО ОСНОВНЫМ ПАРАМЕТРАМ

ТАБЛИЦА 1. СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА КРУПНЕЙШИХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ ПО ОСНОВНЫМ ПАРАМЕТРАМ

Компании	Ассортимент	Географический охват	Доля на Рынке	Степень активности на рынке (реклама, PR)	Сильные стороны
DHL	Широкий выбор услуг от доставки на след. день к 9-00 до всех дополнительных услуг	Более 220 стран мира, Россия	Лидер рынка	Активная рекламная политика, направленная на узнаваемость бренда и информацию о новых услугах.	Сильный бренд, хороший структурированный сайт.
TNT	Доставка к 9-00 в крупные города мира, дополнительные услуги	Более 200 стран, Россия.	Участник «большой четверки»	Реклама в прессе, Интернет.	Обслуживает более 5500 городов и нас. пунктов России.
UPS	Доставка к 9-00 в крупные города мира	Более 200 стран и территорий, территория России.	Участник «большой четверки»	Реклама в прессе, Интернет	Старейшая компания, известный бренд.
FEDEX	Доставка к 9-00 в крупные города мира	Более 200 стран и территорий, территория	Участник «большой четверки»	Реклама в прессе, Интернет,	Доставка больших грузов.

		России.		встречается скрытая реклама в кино	
EMS	Международная и внутренняя экспресс- доставка 2-3- дня	220 стран мира, вся территория РФ.		Интернет, реклама СМИ.	Собственная сеть по территории РФ, которая охватывает даже труднодоступные населенные пункты.
PONY EXPRESS	Международная и внутренняя экспресс- доставка 2-3 дня	Территория РФ, большинство стран мира.		Интернет, реклама СМИ.	Возможна перевозка биологических образцов или медикаментов.
CITY EXPRESS	Международная и внутренняя экспресс- доставка 2-3 дня	Территория РФ, большинство стран мира.		Интернет, реклама СМИ.	Имеет представительства во всех областных центрах.

Источник МА Step by Step

Лидером рынка является компания DHL, которая предоставляет широкий набор услуг (правда, и самый высокий уровень цен). Деятельность международных компаний ориентирована, в основном, на доставку международных отправок. В то время, как компания EMS предлагает широчайший охват российской территории.

ИНВЕСТИЦИОННАЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ

Российский рынок экспресс-доставок, где еще несколько лет назад было достаточно свободно и о конкуренции речи фактически не было, подходит к своей критической точке. Привлекательность России как потенциально огромного рынка, высокие темпы роста объема экспресс-услуг, а также относительная лояльность клиентов (в большинстве западных стран рынок уже очень жестко поделен между крупными компаниями) – все это приводит к тому, что игроки готовы инвестировать значительные средства, работая на перспективу.

Тенденции Рынка

С одной стороны, ведущие мировые игроки активно действуют в развивающихся странах, где они пока нередко работают себе в убыток, вкладывая средства в приобретение местных компаний, маркетинг и развитие инфраструктуры. С другой, есть развитые страны, где конкуренция носит качественный характер - сокращаются сроки доставки грузов, создаются новые продукты, например, отмечается тенденция сближения экспресс-доставки и доставки сборных грузов. Кроме того, компании активно работают над снижением затратности доставки, расширением сервисных функций. Операторы все чаще стремятся оказывать весь спектр логистических услуг, а не только услуги в сфере экспресс-доставки.

Российский рынок характеризует низкая покупательная способность населения, которая вынуждает операторов оптимизировать перечень услуг в пользу наиболее дешевых. Второе отличие - огромные территории, которые делают стандарты экспресс-доставки отличными от западных: есть места, в которые груз физически невозможно доставить за один день. В-третьих, концентрация основных игроков на больших городах, так как охват большего числа населенных пунктов потребует значительных инвестиций, рентабельность которых, скорее всего, окажется невысока. Постепенно меняется соотношение экспортных и импортных отправок - растет число отправок из России. Для российского рынка характерны высокие темпы роста рынка - не менее 25% в год, что выше, чем в большинстве других стран.

Рынок экспресс-доставки в России будет расти и консолидироваться. Объемы отправленных грузов вполне могут удваиваться каждые два-три года, заметное замедление темпов роста вряд ли произойдет раньше 2012 года. При этом многие игроки уйдут в узкие рыночные ниши, будут проданы или же станут партнерами глобальных компаний. В развитии российского рынка экспресс-доставки решающую роль играют крупные международные компании. Именно TNT и DHL развивают инфраструктуру, создают компьютерные сети, готовят кадры. Важный момент: они тратят деньги на маркетинг, донося до широких масс населения



информацию о том, что такая услуга в принципе существует. По сути, они формируют рынок.

Российские операторы экспресс-доставки могут противостоять столь сильным конкурентам лишь при условии значительных (от 100 млн долларов) инвестиций в развитие услуги. Либо - уже имея развитую инфраструктуру, как, например, сеть почтовых отделений и каналов доставки Почты России, которая может служить развитию проекта «EMS Почта России». По нашим прогнозам, факторами его успеха могут стать организация полноценной экспресс-доставки, а также инвестиции в маркетинг.



Маркетинговое Агентство Step by Step - агентство полного цикла. Мы работаем по таким **направлениям** как:

- Маркетинговое и управленческое консультирование
- Маркетинговые исследования
- Мерчендайзинг
- Франчайзинг
- Социологические исследования
- Услуги call центра
- Разработка новых коммерческих проектов
- Оказание услуг по аутсорсингу организации корпоративных мероприятий
- Организация и сопровождение представления компаний в Интернет

Для обеспечения качественного и быстрого сбора количественной информации, в структуру нашего агентства интегрировано подразделение **Call center**, которое решает следующие задачи:

- Реализует услугу «Бесплатный вызов» из регионов (8-800)
- Позволяет актуализировать и формировать базы данных.
- Осуществляет исходящий и входящий телемаркетинг, поддержку рекламных и PR акций
- Проводит интервьюирование потребителей
- Оценивает эффективность рекламы

Наши ключевые клиенты: ОАО "Связьинвест", РАО "ЕЭС РФ", "АйТи", "ТелекомКомплектСервис", "Связькомплект", "Информационная индустрия", "Future Telecom", "Элвис-Телеком", Холдинг "Еврохим", Производственная группа "Uniservis", Компания "Русский бисквит", объединение "Полипласт", игровая сеть "Джек-пот", сеть магазинов "Фамилия", ТД "Снежная королева", кофейни "Мокко", ЗАО RENOVA, группа компаний РБК, группа компаний ТЕКОН, HITACHI ltd, ООО «Рассказовские меха», ООО «Северные технологии», Институт социально-



экономического развития ЦФО (ИНСЭР ЦФО), Макслевел, Honewell, Colan, Медиалог, Алькотрейдинг, ассоциации экспортеров Бразилии (APEX), ЗАО «Детский мир», АРТ-Билдинг и многие другие.