

## Почта России увеличила выручку от почтовой розницы на 19%

06.09.2016

По итогам первого полугодия 2016 года выручка Почты России от реализации товаров в розницу достигла 8,3 млрд рублей, что на 19% превышает показатель января-июня 2015 года. Чистый доход (выручка за вычетом стоимости закупки) предприятия от розницы увеличился в первом полугодии текущего года почти на 15% и составил около 3 млрд рублей.



Наибольший прирост выручки продемонстрировали «почтовые» категории товаров, которым в ассортименте почтовых отделений отдается приоритет: почти удвоились продажи канцелярских товаров (на 96%), более чем на треть (36%) увеличилась реализация книжной продукции, на 23% – периодических печатных изданий. Активно росли продажи предметов первой необходимости, востребованных в почтовых отделениях в сельской местности и малых населенных пунктах: товаров бытовой химии – на 31%, продовольственных и сопутствующих товаров – на 25%.

Стоит отметить, что Почта России за последнее полугодие продемонстрировала темпы роста розничной торговли, превышающие аналогичные показатели некоторых розничных сетей, не увеличивая при этом точек продаж <sup>[1]</sup>.

Показательно, что рост розничной торговли Почты России обусловлен не количественной экспансией (количество точек продаж за это время у почтового оператора не увеличилось), а явился результатом внедрения эффективных механизмов управления товарным ассортиментом, маркетинговой и ассортиментной политики. Так, дополнительное внимание уделялось изучению спроса и формированию ассортимента с учетом национальной и географической специфики, внедрению системы автозаказа, позволившей оптимизировать управление товарными запасами не только на уровне региональных складов, но и в почтовых отделениях. Другим важным направлением стало плотное взаимодействие с региональными производителями, что позволило провести более качественный отбор поставщиков товаров и ревизию посреднического звена как в местах присутствия торговых точек, так и на всей территории вновь созданных макрорегионов.

«Главной задачей в розничном сегменте остается повышение продаж традиционных для нас категорий товаров, которые люди покупают именно на почте – периодических изданий, книжной продукции, канцелярских принадлежностей. Все эти товарные категории показали наибольший прирост, что говорит о том, что реальный спрос на эту продукцию у населения есть, и ключевая задача в том, как наиболее эффективно организовать продажи. Нельзя также забывать и о социальной направленности почтовой розницы, которая характерна для почтовых отделений в сельской местности. Зачастую в таких населенных пунктах товары повседневного спроса можно купить только на почте, и эту потребность мы стремимся удовлетворять все более качественно и оперативно», - рассказала заместитель генерального директора Почты России по почтовому бизнесу Инесса Галактионова.

---

Адрес страницы: <http://levoberezhny.mos.ru/presscenter/news/detail/3685168.html>

---

[Управа района Левобережный города Москвы](#)