



Маркет
Аналитика

**РОССИЙСКИЙ РЫНОК ЖЕНСКОЙ ОБУВИ.
МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ И АНАЛИЗ РЫНКА**

ДЕМО-ВЕРСИЯ

Москва, октябрь 2011



СОДЕРЖАНИЕ

I. ВВЕДЕНИЕ

II. ХАРАКТЕРИСТИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

III. АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА ЖЕНСКОЙ ОБУВИ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНКА

1.1. Понятие продукции

1.2. Показатели социально-экономического развития

1.3. Влияющие и смежные рынки

1.4. Резюме по разделу

2. СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА ЖЕНСКОЙ ОБУВИ

2.1. Сегментация Рынка по видам женской обуви

2.2. Сегментация Рынка по назначению женской обуви

2.3. Сегментация Рынка по сезонности

2.4. Сегментация Рынка по цене

2.5. Резюме по разделу

3. КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РЫНКА

3.1. Производство на Рынке

3.2. Импорт и экспорт на Рынке

3.3. Объем и темпы роста Рынка

3.4. Емкость Рынка

4. КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ РЫНКА ЖЕНСКОЙ ОБУВИ

4.1. Уровень конкуренции, параметры конкуренции

4.2. Сегментация игроков рынка

4.3. Описание профилей крупнейших игроков Рынка

4.4. Резюме по разделу

5. КАНАЛЫ ПРОДАЖ НА РЫНКЕ

5.1. Особенности сбытовой политики на Рынке

5.2. Резюме по разделу

6. АНАЛИЗ КОНЕЧНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ РЫНКА ЖЕНСКОЙ ОБУВИ



- 6.1. Описание потребителей на Рынке
- 6.2. Потребительские предпочтения на Рынке
- 6.3. Влияние кризиса на потребительскую активность
- 6.4. Резюме по разделу
- 7. ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ
- 7.1. Основные тенденции Рынка
- 7.2. PEST-анализ Рынка
- 7.3. Риски и барьеры при выходе на Рынок
- 7.4. Перспективы развития Рынка
- IV. РЕЗЮМЕ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ
- ПРИЛОЖЕНИЕ 1



III. АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА ЖЕНСКОЙ ОБУВИ

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНКА

Влияющие и смежные рынки

Российский рынок обуви

Производство обуви в России вместе с производством кожи и изделий из кожи относится к обрабатывающим отраслям и составляет 15% от объема легкой промышленности (ЛП), которая вносит 1% в совокупный ВВП страны.

Основным конкурентом российского обувного производства являются зарубежные производители, которые за последние 20 лет прошли этап полномасштабной глобализации, концентрации и избыточных мощностей для выпуска обуви. В мире сформированы новые регионы производства обуви массового спроса: Юго-Восточная Азия и Южная Америка (Бразилия, Мексика), где сосредоточено 85% мирового обувного производства. Обувь средне-высокого и высокого ценовых сегментов традиционно производится в Западной Европе.

Импорт составляет основную долю в объеме розничной продажи обуви в России.

В 2006г. доля рынка импортной продукции была равна 85,9%, а в последующие годы выросла до%, но в 2010г. снизилась до%.

.....
Структура отечественного производства по видам обуви выглядит следующим образом:

-% от общего объема производства обуви в России приходится на обувь с верхом из текстильных материалов,
- ...% – на обувь с верхом из кожи,
-% – на спортивную обувь,
-% – на защитную и прочную обувь. Доля других видов обуви в общем объеме производства составляет%.



Рассматривая российский обувной рынок в целом, необходимо отметить, что одной из его особенностей является

СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА ЖЕНСКОЙ ОБУВИ

Сегментация Рынка по цене

С точки зрения потребителя, на рынке женской обуви в настоящее время можно выделить следующие основные ценовые сегменты:

- низкий (до руб. за пару)
- средне-низкий (.... тыс. руб.)
- средний (.... тыс. руб.)
- средне-высокий (..... тыс. руб.)
- высокий (свыше тыс. рублей)

КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РЫНКА

Производство на Рынке

По данным Росстата, в 2010г. продолжился рост выпуска обуви, начавшийся во II полугодии 2009г. В 2010г. обуви выпущено млн. пар, на% больше, чем в 2009г. и на% чем в 2008г.

Такой рост производства вызван

Лидером среди федеральных округов в структуре российского производства обуви в 2010 году являлся Центральный ФО, на который пришлось около% валового выпуска обуви. Второе место занимал Южный ФО (включая Северо-Кавказский ФО) с долей почти в ...%.

.....



В региональной структуре российского производства обуви 19% производства сосредоточено в

На 11 крупнейших регионов-производителей обуви в 2010 году пришлось 2/3 валового российского выпуска данной продукции.

Импорт и экспорт на Рынке

Объемы и структура импорта

За 7 месяцев 2011 г., по данным ФТС РФ, в Россию было импортировано млн пар кожаной обуви.

По данным таможенной статистики ФТС России объем импорта кожаной обуви в 2010 г. составил тыс.т. в натуральном и млн. в денежном выражении, по сравнению с соответствующими показателями в 2009 г. – и млн. Таким образом, темп роста составил% в натуральном и% в денежном выражении.

Говоря об импорте на рынке обуви, стоит учитывать присутствие на рынке нелегальной продукции. По оценке «Экспресс-Обзор», в 2009 году доля «серого» импорта составила порядка% в натуральном выражении. Однако в последнее время наметилась тенденция «обеления» рынка.

Объемы экспорта

Экспорт обуви в 2010г. составил млн. пар (в I полугодии млн. пар), на%, на ...млн. пар больше чем в предыдущем году.

Объем и темпы роста Рынка

По данным Esper Group, объем российского рынка обуви в 2010 году в денежном выражении вырос на%, до млрд евро.



Согласно исследованию, проведенному маркетинговым агентством «МаркетМастерс», в структуре продаж обуви в России женская обувь занимает порядка ...% объема в денежном выражении. Таким образом, **объем рынка женской обуви** в РФ можно оценить в млрд. евро.

КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ РЫНКА ЖЕНСКОЙ ОБУВИ

Уровень конкуренции, параметры конкуренции

Основными параметрами конкуренции на рынке женской обуви в РФ являются:

- Качество продукции
- Потребительская цена
- Широта ассортимента
- Дизайн обуви, соответствие модным тенденциям
- Сбытовые сети
- Известность бренда и др.

На российском рынке женской обуви доминируют два критерия конкурентоспособности: качество продукции и потребительская цена.

Сегментация игроков рынка

Игроков Рынка можно сегментировать следующим образом:

- российские производители
- зарубежные производители

Таблица. Динамика объемов производства крупных российских производителей обуви, 2008-2010 г., тыс. пар

Наименование предприятий	2010г.	2009г.	В % к 2009г.	2008г.	2010г.	Доля
					В % к 2008г.	%



ВСЕГО, млн. пар						
ООО «Брис-Босфор» (Краснодарский край)						
ООО «Муя продакшн» (Владимирская обл.)						
ЗАО «Обувная фирма «Юничел» (Челябинская обл.)						
ЗАО МОФ «Парижская коммуна» (г.Москва)						

Источник: «Маркет Аналитика»

Описание профилей крупнейших игроков Рынка

ЗАО «Челябинская обувная фирма «Юничел»

Сайт: <http://unichel.ru/>

Адрес: 454138, Челябинская область, г. Челябинск, ул. Чайковского, 20

Тел./факс: (351) 749-56-21

О компании

ЗАО «Челябинская обувная фирма «Юничел» объединяет в своём составе:

- ЗАО «Челябинская обувная фабрика «Юничел»
 - ЗАО «Златоустовская обувная фабрика «Злато»
 - ОАО «Оренбургская обувная фабрика «Урал»
 - ООО «Торговый дом «Обувь»
-

Ассортимент выпускаемой продукции



ЗАО «Обувная фирма «Юничел» занимается производством обуви широкого ассортимента. В предлагаемом ассортименте присутствуют обувь для мужчин и женщин, для детей и подростков, спортивная и домашняя обувь, а также обувь высокой проходимости, для каждого сезона.

Стратегия развития

.....

Показатели деятельности

.....

География деятельности

Обувь "Юничел" продается в более чем 320-х магазинах в 103 городах, что располагаются в 56 областях и краях России.

С 2008 года фирменную торговлю начали развивать по системе франчайзинга.

Преимущества

.....

ООО «Брис-Босфор»

Сайт: <http://www.bris-bosfor.ru/>

Фабрика находится в г. Новороссийске (Краснодарский край, порт на Черном море)

Представительство в Москве: Москва, Ленинский проспект, д.45, офис 478,

тел. 975-03-31, факс 975-03-32.

О компании

ООО «Брис-Босфор» – российско-турецкое совместное предприятие, выпускающие продукцию под торговой маркой «ESPA».



Главное направление деятельности – производство летней, зимней, дорожной, домашней обуви.

Ассортимент выпускаемой продукции

Основу ассортимента продукции составляют недорогие модели летней и домашней обуви (сандалии, шлепанцы из ЭВА, тапочки), зимняя обувь с верхом из текстиля, в быту называемая «дутики»).

Ассортимент компании «Брис Босфор» обновляется каждый сезон, но также есть модели, которые являются хитами продаж, и переходят из сезона в сезон.

Стратегия развития

.....

Показатели деятельности

.....

География деятельности

.....

Преимущества

.....

Таблица. Сравнительная характеристика крупнейших игроков Рынка

Название компании	Дата основания	Ассортиментный портфель	Портфель брендов	География деятельности	Доля рынка (% от общероссийского объема производства)	Преимущества
ООО «Брис-Босфор» (Краснодарский край)						
ООО «Муя продакшн» (Владимирская обл.)						
ЗАО «Обувная фирма «Юничел» (Челябинская обл.)						
ЗАО МОФ «Парижская коммуна» (г.Москва)						

Источник: «Маркет Аналитика»

КАНАЛЫ ПРОДАЖ НА РЫНКЕ

Особенности сбытовой политики на Рынке

Наиболее распространенными являются следующие каналы сбыта женской обуви¹:

- дилерские магазины (собственные торговые дома, оптовые базы), организуемые крупными игроками и производителями,
- дистрибьюторы обувной продукции;
- розничные торговые сети;
- частные розничные магазины;
- собственные торговые точки на рынках, организуемые в основном мелкими производителями.

Формы оптовой продажи

В последнее время наметилась тенденция перевода оптовых продаж в систему продажи франшизы. Это свойственно в первую очередь для сетей среднеценового сегмента Middle: «Эконика», Mascotte, Carlo Pazolini. Собственную и франчайзинговую сеть развивают дистрибьюторы торговых марок ECCO и Geox.

.....
Основная масса оптовых компаний – это немецкие и итальянские производители:

- Rieker,
- Ara,
- Gabor,
- Baldinini,
- FABI,
-
-

¹ http://marketing.rbc.ru/news_research/20/05/2011/562949980277984.shtml



Причем кто-то из них открывает собственные представительства в России, кто-то принимает заказы только на выставках.

.....

Формы розничной торговли

Форматы розничной торговли обувью в России можно классифицировать по следующим основаниям:

1. По типу бизнеса:

- одиночные магазины (Independent store);
- сетевые магазины (собственные или франчайзинговые)(chain);

2. По формированию ассортимента:

- мультибрендовые магазины;
- монобрендовые магазины;

3. По широте ассортимента – количеству товарных категорий:

- универмаг стандартный (department stores– full-line);
- универмаг специализированный (department stores limited-line);
- специализированный магазин (specialty stores).

Структура продаж обуви в России, согласно исследованию «МаркетМастерс»:

- на рынках%,
- в специализированных магазинах%,
- в фирменных магазинах %,
- в универмагах – ...%.

В Москве и Санкт-Петербурге доля специализированных магазинов где потребители предпочитают покупать обувь превышает долю рынков.

Согласно исследованию агенства «МаркетМастерс», среди москвичек наиболее популярными местами приобретения обуви являются: сетевые магазины обуви (....%) и многопрофильные



торговые центры (...%). Доля тех, кто покупает обувь на рынках и в непрофессиональных торговых центрах составляет ...%.

.....

Наиболее распространёнными сетями в РФ признаны:

- Центробувь (...% городов),
- Centro (...% городов),
- Монро (...% городов),
- Маттино (...% городов),
- Unichel (...% городов).

Что же касается наиболее крупных сетевых ритейлеров, то ими признаны:

- Центробувь (...% магазинов),
- Монро (...% магазинов),
- Маттино (...% магазинов)
- Unichel (...% магазинов).

АНАЛИЗ КОНЕЧНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ РЫНКА ЖЕНСКОЙ ОБУВИ

Описание потребителей на Рынке

В августе 2010 года маркетинговое агентство DISCOVERY Research Group провело исследование российского рынка обуви. Несмотря на кажущийся обувной бум в последние пару лет, потребление обуви в России заметно уступает европейским странам и США. Так, по последним данным, сейчас россияне в среднем покупают пары обуви в год, тогда как европейцы не скупятся тратить на 4,5 пары, а американцы - на 6,5².

.....

² http://marketing.rbc.ru/news_research/08/10/2010/562949978938019.shtml



Потребительские предпочтения на Рынке

По данным маркетингового исследования «Покупательские предпочтения на рынке женской обуви г. Москвы в 2010 году», проведенного компанией «МаркетМастерс» в январе 2011 г., ...% женщин г. Москвы, по их мнению, стараются не покупать обувь китайского производства. При этом обувь, произведенную в Китае, но на предприятиях, построенных европейскими производителями, москвички за «китайскую» не считают.

.....

Влияние кризиса на потребительскую активность

Снижение уровня доходов населения в 2008-2009 гг. серьезно повлияло на потребление обуви в России. В 2009 году спрос на обувь (с учетом теневого сектора) в России сократился почти на 28% в натуральном выражении, оказавшись на уровне 2005 года. В ближайшее время стоит ожидать быстрой стабилизации российского обувного рынка.

.....

ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ

Основные тенденции Рынка

Эксперты выделяют несколько тенденций на отечественном рынке обуви:

- Консолидация активов производителей и небольших региональных розничных компаний.
- Сохранение позиций лидерства обуви из Восточной Азии, и прежде всего - из Китая, Кореи и Вьетнама.
-

PEST-анализ Рынка



Таблица. PEST-анализ российского рынка женской обуви

Факторы внешней среды	Влияние факторов
<i>Политические</i>	
<ul style="list-style-type: none">• Законодательная база;• Государственные стандарты и нормы;• Таможенное законодательство.	<p>В 2010 году производство обуви в России заметно увеличилось.</p> <p>Этот рост, по большей части, вызван рядом протекционистских мер со стороны государственных органов РФ, в частности введение пошлины на импортную обувь и снижение тарифов на поставку комплектующих для обуви.</p>
<i>Социальные</i>	
<ul style="list-style-type: none">• Улучшение материального положения населения России;• Увеличение денежных доходов населения;• Изменение стиля жизни	
<i>Технологические</i>	
<ul style="list-style-type: none">•	
<i>Экономические</i>	
<ul style="list-style-type: none">•	

Источник: «Маркет Аналитика»



Перспективы развития Рынка

В ближайшее время стоит ожидать быстрой стабилизации российского обувного рынка. Несмотря на то, что на докризисный уровень рынок выйдет не раньше 2013 года, темпы прироста в 2011-2012 гг., по оценкам экспертов, будут двузначными.

.....

Перечень таблиц и диаграмм

Диаграмма 1. Динамика ВВП за период 2006-2010 гг. в текущих ценах, млрд. руб.

Диаграмма 2. Уровень инфляции ежемесячно, 2010-начало 2011 гг., %

Диаграмма 3. Динамика среднедушевого денежного дохода 2010-2011 гг, тыс. руб.

Диаграмма 4. Соотношение занятых и безработных среди экономически активного населения в 2010 г., %

Диаграмма 5. Уровень безработицы по федеральным округам, %, 2010-2011 гг.

Диаграмма 6. Структура розничной торговли в 2010 г., %

Диаграмма 7. Динамика оборота розничной торговли за период 2010- 2011 гг., млрд. руб.

Диаграмма 8. Структура рынка обуви в РФ по происхождению продукции, 2010 г.

Диаграмма 9. Структура рынка обуви в РФ по потребительскому назначению, 2010 г.

Диаграмма 10. Структура производства обуви в РФ по видам обуви, 2010 г.

Диаграмма 11. Динамика объема производства обуви в РФ, 2008-2010, млн. пар

Диаграмма 12. Структура производства обуви в РФ по федеральным округам, 2010, %

Диаграмма 13. Структура производства обуви в РФ по регионам, 2010, %

Диаграмма 14. Структура импорта обуви в РФ по странам, 2010, %

Диаграмма 15. Динамика объема экспорта обуви из РФ, 2009-2010, млн. пар

Диаграмма 16. Динамика объема рынка обуви РФ, 2009-2010, млн. пар

Диаграмма 17. Структура производства обуви в РФ по производителям, 2010 г., %

Диаграмма 18. Динамика объема производства ЗАО «Обувная фирма «Юничел», 2009-2010, тыс. пар

Диаграмма 19. Динамика объема производства ООО «Брис-Босфор», 2009-2010, тыс. пар

Диаграмма 20. Динамика объема производства ООО "Муя Продакшн", 2009-2010, тыс. пар



Диаграмма 21. Динамика объема производства ЗАО МОФ «Парижская коммуна», 2008-2010,
тыс. пар

Диаграмма 22. Сравнительная характеристика крупнейших игроков Рынка

Диаграмма 23. Структура рынка обувного сетевого ритейла в РФ

Таблица 1. Соотношение размеров женской обуви, принятых в разных странах

Таблица 2. Динамика объемов производства крупных российских производителей обуви,
2008-2010 г., тыс. пар

Таблица 3. Основные экономические показатели ЗАО МОФ «Парижская коммуна»



Маркет
Аналитика

Телефон: (495) 720-13-80
E-mail: info@marketanalitika.ru
www.marketanalitika.ru

По поводу приобретения готовых маркетинговых исследований компании «Маркет Аналитика» обращайтесь по указанным контактам.

Контактная информация:

Телефон: +7 (495) 720-13-80

E-mail: info@marketanalitika.ru

WWW.MARKETANALITIKA.RU