



Маркет  
Аналитика

**ДЕМО-ВЕРСИЯ**

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

Москва, август 2010

## СОДЕРЖАНИЕ

### I. ВВЕДЕНИЕ

### II. ХАРАКТЕРИСТИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

### III. АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА ДЕТСКОЙ ОБУВИ

#### 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНКА ДЕТСКОЙ ОБУВИ

- 1.1. Понятие услуги
- 1.2. Показатели социально-экономического развития
- 1.3. Описание отрасли
- 1.4. Влияющие и смежные рынки
- 1.5. Резюме по разделу

#### 2. СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА ДЕТСКОЙ ОБУВИ

- 2.1. Сегментация Рынка по половозрастным характеристикам
- 2.2. Сегментация Рынка по типу обуви
- 2.3. Ценовая сегментация Рынка
- 2.4. Сезонность на Рынке
- 2.5. Резюме по разделу

#### 3. ОСНОВНЫЕ КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РЫНКА ДЕТСКОЙ ОБУВИ

- 3.1. Объем производства
  - 3.2. Объем импорта
  - 3.3. Объем и темпы роста рынка
  - 3.4. Емкость Рынка
  - 3.5. Резюме по разделу
- #### 4. КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ РЫНКА ОБУВИ ДЛЯ ДЕТЕЙ
- 4.1. Уровень конкуренции, параметры конкуренции
  - 4.2. Сегментация игроков рынка
  - 4.3. Описание профилей крупнейших производителей Рынка

Компания Егорьевск-обувь (ТМ Котофей)

Компания Антилопа Про (ТМ Антилопа)

Компания ФДО Скорород (ТМ Скорород)

Компания Магнитогорская обувная фабрика (ТМ ФОМА)

Компания Обувьпром (ТМ Топ Топ)

- 4.4. Резюме по разделу

#### 5. КАНАЛЫ ПРОДАЖ НА РЫНКЕ ДЕТСКОЙ ОБУВИ

- 5.1. Особенности сбытовой политики на Рынке
- 5.2. Дистрибуция на рынке
- 5.3. Оптовый сегмент рынка
- 5.4. Розничный сегмент рынка

Сегментация розницы

Франчайзинг в рознице

- 5.5. Основные игроки розничного сегмента

Компания Детский мир

Компания «Mothercare»

Компания «Кораблик»

Компания «Кенгуру»

5.6. Ценообразование на рынке

5.7. Основные каналы продвижения на рынке

5.8. Резюме по разделу

6. АНАЛИЗ КОНЕЧНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ РЫНКА ДЕТСКОЙ ОБУВИ

6.1. Описание потребителей на Рынке

6.2. Объем потребления на Рынке

6.3. Потребительские предпочтения на Рынке

6.4. Влияние кризиса на потребительскую активность

6.5. Резюме по разделу

7. ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ

7.1. Основные тенденции Рынка

7.2. STEERPLE-анализ рынка

7.3. Риски и барьеры при выходе на рынок

7.4. Перспективы развития рынка

IV. РЕЗЮМЕ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ

Приложение 1. Численность постоянного населения по возрасту на 1 января в 2007-2010г.г., человек

Приложение 2. Половозрастная структура населения на 1 января 2009г., тыс. человек

Приложение 3. Распределение населения по федеральным округам на 1 января 2010г.

## I. ВВЕДЕНИЕ

В России рынок детской обуви начал формироваться в начале 90-х годов прошлого века, когда на смену однотипной обуви пришла разнообразная продукция из Италии, Испании, Германии и других стран. В этот период начало зарождаться представление потребителей о том, что любая импортная обувь является качественной.

Продукция отечественных производителей также была представлена на рынке, однако спросом пользовалась в основном обувь низкого ценного сегмента. В этот же период выявилась серьезная проблема российских производителей – недостаток оборудования, технологий и опыта необходимые для производства конкурентоспособной продукции.

В начале 2000-х годов многие российские предприятия начали размещать заказы на китайских предприятиях, к тому времени Китай уже занял лидирующие позиции на мировом рынке обуви.

Не так давно в России начали появляться современные предприятия, на базе фабрик построенных еще во времена СССР, однако фактическое отсутствие сырьевой базы вынуждает данные компании закупать комплектующие за рубежом, что увеличивает себестоимость конечного продукта и не позволяет в полной мере конкурировать с более дешевой импортной продукцией.

Во время мирового финансового кризиса рынок детской обуви не испытал серьезных темпов сокращения по сравнению с другими рынками. Гибкость рынка детской обуви объясняется несколькими факторами:

- Стабильный спрос на детскую обувь, вызванный физиологическим ростом детей, а также традиционным распределением семейного бюджета в пользу детских товаров.
- Рост рождаемости

...

### III. АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА ДЕТСКОЙ ОБУВИ

#### 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНКА ДЕТСКОЙ ОБУВИ

##### 1.1. Понятие услуги

**Обувь** – элемент одежды, применяемый для тепловой и механической защиты ног.

В рамках данного исследования, под **детской обувью** будет подразумеваться обувь до 24 размера включительно, для детей в возрасте до 18 лет.

Можно выделить основные части обуви:

- Рант - несущая деталь обуви
- Жесткий подносок - промежуточная деталь верха
- Союзка - наружная деталь верха обуви
- Берцы - наружные детали верха, закрывающие тыл стопы
- Подкладка - внутренняя деталь верха обуви
- Жёсткий задник - упрочняющая деталь
- Подошва - деталь низа обуви
- Стелька - подкладочная часть
- Геленок (Супинатор) - деревянная или стальная пружина
- Каблук - возвышающаяся пяточная часть

Объединяют ведущих отечественных и поставщиков, производителей и продавцов обуви, а также комплектующих и аксессуаров:

- ...

##### 1.2. Показатели социально-экономического развития

В настоящее время российская экономика постепенно восстанавливается от последствий мирового финансового кризиса и прежде всего, благодаря реализации антикризисных мер и адаптации экономики к изменившимся условиям.

Для большей наглядности, приведем описание фаз протекания кризиса в 2009-2010г.г.<sup>1</sup>

1. С января по февраль 2009г. – **инерция кризиса**. Для данного этапа были характерны следующие особенности: рост оттока капитала, ухудшение финансового положения предприятий, сокращение инвестиций в основной капитал, кризис краткосрочного кредитования, спад производства практически во всех отраслях экономики, включая потребительские
2. С марта по май 2009г. – **стабилизация в валютно-финансовой системе**. Благодаря проведению политики «дорогих денег»<sup>2</sup>, период девальвации остановился, что привело к изменению экономической ситуации, в частности, произошло снижение давления на валютный рынок, а уровень обменного курса держался в установленных рамках. В различных секторах экономики начали происходить изменения.
3. С июня по декабрь 2009г. – **предпосылки стабилизации или перерыв спада**  
Однозначно оценить данный период времени достаточно сложно, поскольку происходящие события имели как позитивную, так и негативную направленность: облегчение доступа компаний к кредитным ресурсам, адаптация компаний к самофинансированию снижение занятости и реальных доходов населения.
4. С января по май 2010г. – **постепенный выход из кризиса**

---

<sup>1</sup> Источник: «Центр макроэкономического анализа и краткосрочного прогнозирования», 2009г.

<sup>2</sup> Политика «дорогих денег» - проводится Центробанком, прежде всего, как антиинфляционная политика. Для того чтобы сократить денежное предложение, ограничивается денежная эмиссия, осуществляется продажа государственных ценных бумаг на открытом рынке, увеличивается минимальная резервная норма, увеличивается учётная ставка

По словам председателя Банка России Сергея Игнатьева, российская экономика медленно, но достаточно уверенно выходит из кризиса, а в числе проблем он назвал волатильность<sup>3</sup> на мировых товарных и финансовых рынках.<sup>4</sup>

5. С мая 2010г. по настоящее время – **восстановительный рост экономики.**

Для данного этапа характерны следующие особенности:<sup>5</sup> активизация спроса российских компаний и населения на кредит, рост промышленного производства, анонсирование ряда крупных инвестиционных проектов, Снижение безработицы

Основной вопрос, который беспокоит всех, начиная от политиков и заканчивая обычными гражданами – приобретет ли наметившийся тренд необходимую устойчивость или нас ожидает волна кризиса во второй половине 2010г. Ответ на этот вопрос будет зависеть от того, насколько грамотно будет использован наметившийся тренд.

Что касается Рынка детской обуви, то он, как одна из составляющих российской экономики, находится под влиянием основных социально-экономических показателей и в первую очередь:

- Внутренний валовой продукт (ВВП)
- Уровень инфляции
- Уровень доходов населения
- Уровень занятости населения
- Объем розничной торговли

### **Внутренний валовой продукт (ВВП). Промышленное производство**

---

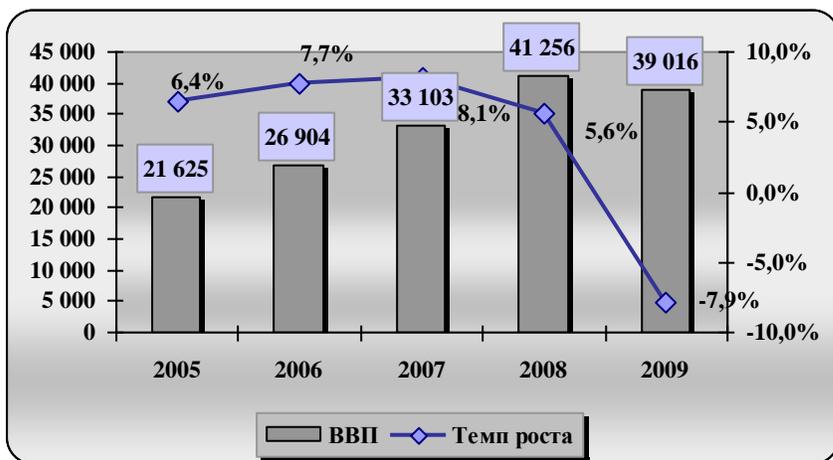
<sup>3</sup> **Волатильность** - финансовый показатель, характеризующий тенденцию рыночной цены или дохода, изменяющийся во времени. Является важнейшим финансовым показателем и понятием в управлении финансовыми рисками, где представляет собой меру риска использования финансового инструмента за заданный промежуток времени.

<sup>4</sup> Источник: «Reuters» от 21.05.2010г.

<sup>5</sup> Источник: «ЦМАКП» - «На выходе из кризиса: обзор тенденций российской экономики», 19.07.2010г.

По данным «ФСГС РФ» к концу 2009г. **объем ВВП** достиг отметки в **39 016 млрд. руб.**, что на 7,9% меньше, чем в 2008г.

**Диаграмма 1. Динамика ВВП за период 2005-2009гг., в текущих ценах, млрд. руб.**



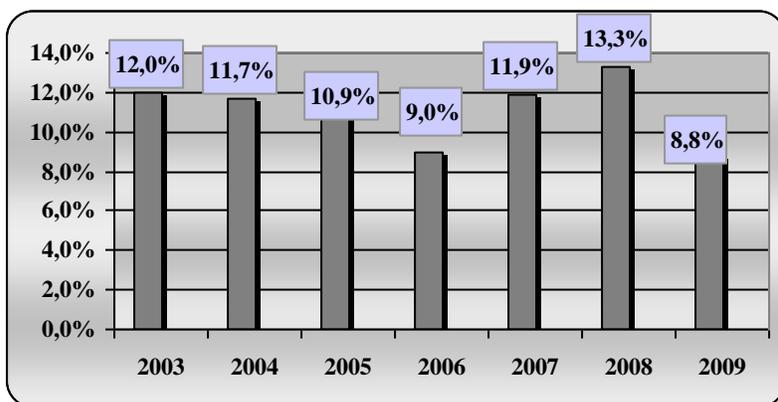
Источник: ФСГС, Минэкономразвития РФ, октябрь 2010 г.

...

### Уровень инфляции

...

**Диаграмма 2. Уровень инфляции за период 2003-2009 гг. (к декабрю прошлого года), %**



...

### 1.3. Описание отрасли

Рынок детской обуви является составной частью более крупного рынка – рынка товаров для детей.

#### Рынок детских товаров

Рынок детских товаров в России является одним из самых **насыщенных и динамично развивающихся** сегментов розничной торговли. В докризисный период на рынке детских товаров произошел «покупательский бум». По оценкам РБК, в 2003-2007 гг. расходы родителей на покупку детских товаров для одного ребенка увеличились в 2 раза с - \$250 до \$500. Данное изменение произошло по причине расширения потребителями ассортимента потребления различных категорий детских товаров.

...

**Диаграмма 3. Структура рынка товаров для детей в 2009г., % (в денежном выражении)**

- ...

### 1.4. Влияющие и смежные рынки

Влияющим считается рынок, который определяет развитие изучаемого рынка. Применительно к изучаемому рынку в роли влияющего Рынка выступает рынок обуви в целом.

#### Рынок обуви

Рынок обуви можно сегментировать по следующим основаниям:

1. По полу и возрасту:
  - Мужская
  - Женская
  - Детская
  - Для людей пожилого возраста

2. По целевому назначению

- Бытовая обувь – используется для уличной носки, а также носки в домашних условиях

1. ...

### 1.5. Резюме по разделу

Российский рынок детской обуви является составной частью рынка товаров для детей. Показатели этого рынка наряду с такими социально-экономическими показателями как: ВВП, уровень инфляции, уровень доходов населения и уровень занятости, - оказывают влияние на рынок обуви для детей.

- В 2009г. объем ВВП достиг отметки в 39 016 млрд. руб., что на 7,9% меньше, чем в 2008г. Экономический кризис сильно отразился на темпах роста ВВП, однако уже в 2010г. ожидается рост от 3,1 до 4,5%, в зависимости от сценария развития экономики страны.
- В июле 2010г. инфляция составила 0,4%, а за период с начала года - 4,7%, что является историческим минимумом за последние годы.
- ...

## 2. СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА ДЕТСКОЙ ОБУВИ

### 2.1. Сегментация Рынка по половозрастным характеристикам

Согласно ГОСТ 26165-2003 детскую обувь, по половозрастным группам, подразделяют на:

- Мальчиковую
- Девичью
- Для школьников мальчиков
- Для школьников девочек
- Дошкольную
- Малодетскую
- Для ясельного возраста

Для каждого из представленного вида обуви характерны следующие размеры.

**Таблица 1. Линейные размеры обуви и ее деталей**

Половозрастная группа обуви	Исходный размер по ГОСТ 11373	Размер в штихах <sup>6</sup>	Высота обуви, мм, не менее				
			Сапожек	Полусапожек	Ботинок	Полуботинок, туфель	Сапожек, полусапожек
Для ясельного возраста	...						
Малодетская							
Дошкольную							
....							

Источник: «ГОСТ 26165-2003»

...

<sup>6</sup> Штих - размер одного штиха равен 2/3 см

## 2.2. Сегментация Рынка по типу обуви

Различают **пять основных групп** обуви:

- **Сандалии** - бесподкладочная обувь, верх которой частично закрывает тыльную поверхность стопы. Сандалиями называются все виды ремешковой обуви.
- **Туфли** - обувь, берцы которой ниже лодыжки, при этом заготовка верха не полностью закрывает тыльную поверхность
- ...

## 2.3. Ценовая сегментация Рынка

Продукцию, представленную на Рынке можно условно разделить на следующие ценовые сегменты:<sup>7</sup>

- Низкий
- Средний
- Высокий (премиальный)

### Диаграмма 4. Ценовая сегментация рынка детской обуви, %

...

**Таблица 2. Цены на основные виды детской обуви в июле 2005-2010г.г., руб.**

Вид обуви	2005г.	2006г.	2007г.	2008г.	2009г.	2010г.
Сапоги для детей школьного возраста зимние с верхом из натуральной кожи, пара	...					
Сапоги для детей школьного возраста (размер 20-22,5), на утепленной подкладке (кроме натурального меха), подошве из синтетического материала, пара						
...						

<sup>7</sup> Источник: Журнал «ИГРОПРОМ Review»

## 2.4. Сезонность на Рынке

Большая часть территорий РФ лежит в умеренном поясе, особенностью которого является наличие четырех сезонов: двух основных - холодного (зима) и тёплого (лето) и двух промежуточных - весна и осень...

## 2.5. Резюме по разделу

В зависимости от **половозрастной структуры** населения, детскую обувь можно разделить на обувь для мальчиков и девочек, обувь для новорожденных и детей ясельного возраста, а также обувь для детей дошкольного и школьного возраста.

# 3. ОСНОВНЫЕ КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РЫНКА ДЕТСКОЙ ОБУВИ

## 3.1. Объем производства

В 2009г. производство детской обуви продемонстрировало одни из самых высоких темпов роста, за последние года, так, по данным «ФСГС» в России было произведено **XXX млн. пар** детской обуви, что превышает уровень производства 2008г. на X тогда, напомним, производство сократилось на X (до XXX млн. пар).

**Диаграмма 5. Динамика производства детской обуви (до 24 размера включительно) в 2006-2009г.г., млн. пар**

По данным из открытых источников,<sup>8</sup> в России производством обуви в 2009г. занимались 65 предприятий и только 19 из них произвели более чем по 50 тыс. пар. **Крупнейшими производителями** детской обуви являются:

- ОАО «Егорьевск-обувь» («Котофей»)

---

<sup>8</sup> Источник: «Егорьевск-обувь» - «Годовой отчет по итогам работы за 2009г.»

- ООО «Антилопа Про» («Антилопа»)
- ...

### **3.2. Объем импорта**

...

### **3.3. Объем и темпы роста рынка**

...

### **3.4. Емкость Рынка**

Согласно данным «ФСГС РФ»<sup>9</sup> на 1 января 2010г. в России проживало около 26 млн. детей в возрасте до 18 лет. По нормам развитых стран, ребенку в год необходимо от 6 до 10 пар обуви,<sup>10</sup> с учетом функций обуви и роста стопы. Соответственно, потенциальная емкость отечественного рынка детской обуви составляет XXX млн. пар

...

### **3.5. Резюме по разделу**

...

---

<sup>9</sup> <http://gks.ru/>

<sup>10</sup> Журнал «Директор», № 1(111) от 11.02.2009г.

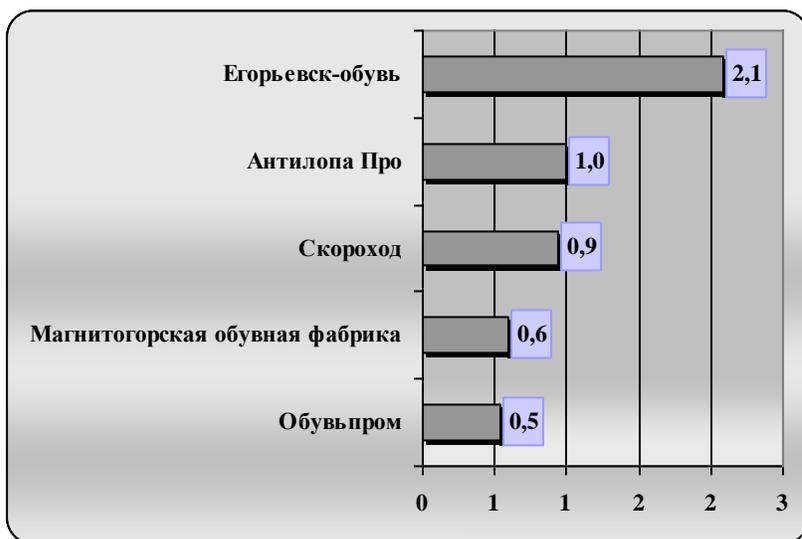
## 4. КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ РЫНКА ОБУВИ ДЛЯ ДЕТЕЙ

### 4.1. Уровень конкуренции, параметры конкуренции

Рынок детской обуви отличается высоким уровнем конкуренции, причем отечественные предприятия вынуждены конкурировать как между собой, так и с производителями юго-восточного региона, в основном это китайские производители.

Осложняет ситуацию большой «наплыв» нелегальной продукции, что негативно сказывается на развитии рынка, поскольку конкурировать по цене с таким товаром практически невозможно.

**Диаграмма 6. ТОП-5 отечественных производителей детской обуви, млн. пар**



Источник: «Маркет Аналитика», 2010г.

• ...

### 4.2. Сегментация игроков рынка

...

### 4.3. Описание профилей крупнейших производителей Рынка

#### Компания Егорьевск-обувь (ТМ Котофей)

<http://kotofey.ru>

##### **О компании**

Свою деятельность предприятие начало в 1935г., тогда начались работы по переустройству здания под промышленное предприятие, а уже в 1936г. в основном все операции обувного потока были укомплектованы обученными кадрами, а 30 декабря этого же года Государственной комиссией фабрика была принята к эксплуатации, и начался выпуск первой плановой продукции.

В настоящее время ОАО «Егорьевск-обувь» является крупнейшим производителем детской обуви в России.

Рассмотрим основные этапы развития предприятия:

- 1936г. - была принята к эксплуатации Егорьевская специализированная фабрика по выпуску детской обуви
- 1940г. – было изготовлено 1040 тысяч пар. Даже во время войны производство не останавливалось
- 1996г. – фабрика подписала контракт на выполнение заказа по производству детской обуви с итальянской компанией IGI, из её материалов, и под технологическим контролем итальянских специалистов
- 2001г. – зарегистрирована ТМ «Котофей»
- 2002г. – подписан договор с ОАО «Комплект», ООО «Курск-обувь»
- 2004г. – реализован один миллион пар детской обуви
- 2004г. – ISO 9001:2000

- 2005г. – начало строительство новой производственной площадки по адресу; г. Егорьевск, ул. Владимировская, 8
- 2006г. – подписан договор с ООО «Сурана» по производству детской обуви ТМ «Котофей» в Зарайске
- Декабрь 2006г. – 70–летний юбилей фабрики «Егорьевск-обувь»
- 2006г. – выпущено 1,5 млн. пар в год
- Июль 2007г. – размещен заказ на производство ТМ «Котофей» на Калужской обувной фабрике
- 15 сентября 2007г. – открытие новой производственной площадки ОАО «Егорьевск-обувь».
- 2007г. – выпущено 1,8 млн. пар в год
- 2008г. – выпущено 2,1 млн. пар в год

Детская обувь ТМ «Котофей» производится на следующих производственных площадках в России.

- ОАО «Егорьевск-обувь»
- ООО «Курск-обувь»
- ОАО «Калужская обувная фабрика «Калита»»
- ООО «Сурана» г. Зарайск

Каждая из площадок специализируется на производстве обуви определенных методов крепления и размерных группах. Такая специализация позволяет производить обувь высокого качества и иметь оптимальную себестоимость продукции.

### **География деятельности**

Обувь марки «Котофей» продается по всей территории России и странах СНГ (Белоруссия, Казахстан, Украина, Молдова). Фирменные магазины расположены в 37 городах России.

Реализация всего ассортимента обуви ТМ «Котофей» осуществляется отделом сбыта ОАО «Егорьевск-обувь» и сетью Представительств фабрики.

### **Ассортимент продукции**

Предприятие специализируется на выпуске детской обуви. Ежегодно предлагается более 1000 различных моделей, а обновление ассортимента варьируется от 30 до 50%

### **Диаграмма 7. Ежегодное обновление ассортимента «Егорьевск-обувь», %**

...

### **Показатели деятельности**

По итогам 2009г. под торговой маркой «Котофей» было произведено 2,09 млн. пар обуви, что на 1,7% меньше, чем в 2008г.<sup>11</sup> Согласно прогнозам в 2010г. объем производства увеличится на 10,3% и составит 2,3 млн. пар обуви.

### **Диаграмма 8. Объем производства детской обуви под маркой «Котофей», тыс. пар**

...

### **Диаграмма 9. Доля производителей в структуре выпуска обуви под маркой «Котофей», % (в натуральном выражении)...**

### **Преимущества**

- Лидер среди производителей детской обуви
- Широкий выбор модельного ряда и постоянное обновление ассортимента

---

<sup>11</sup> Источник: «Егорьевск-обувь» - «Годовой отчет по итогам работы за 2009г.»

- Собственная сеть фирменных магазинов
- Модный и интересный дизайн
- Широкий ассортимент
- Натуральные экологические чистые материалы
- Соответствие стандартам России

### **Планы развития**

В ближайших планах компании:

- Снижение выпуска нестандартной продукции на 10%
- Обеспечение производства новым технологическим оборудованием
- Увеличение розничного товарооборота на 20%
- Открытие в Московском регионе 5 монобрендовых магазинов

### **Компания Антилопа Про (ТМ Антилопа)**

[www.antilopa.ru](http://www.antilopa.ru)

#### **4.4. Резюме по разделу**

На основании сравнительных характеристик игроков рынка, можно сделать следующие

#### **ВЫВОДЫ:**

- Большинство из представленных производителей, начали свою деятельность довольно давно, и лишь фабрика «Антилопа Про» открылась в 1998г., однако за короткий промежуток времени смогла стать одним из основных игроков Рынка.

...

## **5. КАНАЛЫ ПРОДАЖ НА РЫНКЕ ДЕТСКОЙ ОБУВИ**

### **5.1. Особенности сбытовой политики на Рынке**

Среди основных сегментов участников можно выделить:

- Производителей сырья
- Производителей продукции
- Дистрибьюторов продукции
- Ритейлеров

### **Схема 1. Цепочка движения товара на Рынке**

...

### **5.2. Дистрибуция на рынке**

Детскую обувь представляет множество производителей, импортеров, дистрибьюторов. Детская обувь оптом и в розницу всегда присутствует не только на складах, прилавках магазинов, но и в сети Интернет. Дистрибуция на рынке детской обуви осуществляется по нескольким каналам. Так, обувь продается в гипермаркетах, детский ассортимент в них представлен как дополнительная группа. Существуют специализированные сетевые магазины, такие как «Детский мир». Кроме этих каналов дистрибуции есть небольшие магазины, а также вещевые рынки. Часть торговли приходится на мелкую розницу – павильоны, киоски и т.д.

...

### **5.3. Оптовый сегмент рынка**

...

### **5.4. Розничный сегмент рынка**

...

## Сегментация розницы

Розничный сегмент можно сегментировать по следующим основаниям:

### 1. По цене

- Сети эконом-класса
  - «Антилопа»
  - Сеть магазинов «Дети»

...

## Франчайзинг в рознице

В настоящее время доходной является покупка франшизы, которая является наиболее подходящим вариантом инвестирования в магазин детской и подростковой обуви с минимальной долей рисков. ...

## 5.5. Основные игроки розничного сегмента

Монобрендовые сети магазинов детской обуви, такие как «Котофей» и «Антилопа», были рассмотрены чуть ранее, поэтому обратим внимание на мультиформатные сети магазинов детских товаров.

### Компания Детский мир

[www.det-mir.ru](http://www.det-mir.ru)

#### О компании

«Детский мир» – один из крупнейших в мире розничных магазинов детских товаров. Открывшийся в Москве 5 июня 1957 года, «Детский мир» и по сей день считается самым крупным в Европе магазином детских товаров. Товарооборот универмага уже в первый год существования составил 93 миллиона рублей

С момента существования «Детский мир» выступал законодателем детской моды. «Детский мир» инициировал разработки и производства самых разнообразных товаров для детей, от обуви и школьной формы до наборов инструментов для уроков труда. Например, в 50-х годах, по инициативе директора, в магазине появились детские колготки вместо привычных чулочков на резинках. «Детский мир» активно налаживал контакты с зарубежными производителями. Именно в «Детском мире» в 70-80-х продавались чехословацкие туфельки, финские комбинезоны, шубки, свитера.

Летом 2000 года появилась идея объединить разрозненные торговые точки и начать строительство национальной сети под названием «Детский мир» с флагманским магазином на Лубянке. С этого времени «Детский мир» расширяет свое присутствие не только в Москве, но и в регионах России. По собственному определению компании, формат «Детского мира» относится к формату One-Stop-Shop: компания предлагает весь ассортимент детской продукции в одном месте. Закрытие магазина на Лубянке не оказало негативного воздействия на продажи — благодаря активному маркетингу и наличию точек во всех округах столицы компания смогла сохранить клиентов.

Головная компания Группы – ОАО «Детский мир – Центр», более 99% акций которого принадлежит ОАО АФК «Система».

### **Показатели деятельности**

...

### **География деятельности**

На сегодняшний день сеть «Детский мир» состоит из 126 магазинов в 65 городах России, точки представлены во всех городах-миллионниках. Только 40 магазинов находятся в Москве и Московской области, 11 – в Санкт-Петербурге.

В 2009 году группа «Детский мир» закрыла два магазина на Украине и отложила на неопределенный срок планы развития сети в этой стране<sup>12</sup>.

### **Ассортимент**

В «Детском мире» представлен ассортимент товаров из 50 тыс. наименований для детей всех возрастов от 0 до 16 лет, а также для беременных. Среди товаров можно найти одежду, обувь, игрушки, товары активного отдыха, видеоигры, товары для малышей, детское питание, товары для школы, развивающие игры, косметика, книги, DVD, CD, карнавальные снаряды.

### **Преимущества**

- ...

### **Планы развития**

- ...

### **Компания «Mothercare»**

<http://www.mothercare.ru>

...

## **5.6. Ценообразование на рынке**

Вопрос ценообразования является важным как для покупателя, так и для продавца. Можно выделить два основных подхода к ценообразованию:

- Затратный

---

<sup>12</sup> <http://www.retail.ru/news/38485/>

- **Ценностный**

В основе первого лежат затраты, исходя из которых устанавливаются цены. Вторым подходом, ценностным, определяется экономическая ценность товара для потребителя.

- ...

### **5.7. Основные каналы продвижения на рынке**

Существует несколько каналов продвижения детской обуви на рынке, среди которых можно выделить:

...

### **5.8. Резюме по разделу**

## **6. АНАЛИЗ КОНЕЧНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ РЫНКА ДЕТСКОЙ ОБУВИ**

### **6.1. Описание потребителей на Рынке**

Потребителями детской обуви являются частные лица (B2C-рынки), а также различные организации (B2B-рынки).

...

### **6.2. Объем потребления на Рынке**

Согласно данным «ФСГС РФ» в 2010г. структура потребительских расходов населения на непродовольственные товары имеет следующий вид.

**Диаграмма 10. Структура потребительских расходов на непродовольственные товары в 2010г., %...**

### **6.3. Потребительские предпочтения на Рынке**

Основными критериями выбора детской обуви являются:

- Цена.
- Удобство
- Качество изготовления
- Дизайн
- Сезонность

...

#### 6.4. Влияние кризиса на потребительскую активность

...

#### 6.5. Резюме по разделу

### 7. ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ

#### 7.1. Основные тенденции Рынка

- Отечественные производители преодолели последствия экономического кризиса, пик которого пришелся на 2008г., и по итогам 2009г. вышли на докризисные показатели производства.

...

#### 7.2. Риски и барьеры при выходе на рынок

**Барьерами** для выхода на рынок нового игрока могут стать следующие факторы:

- **Недостаточное развитие кожевенного производства.**

Данный факт вынуждает отечественных производителей закупать кожу за рубежом.

...

## Перечень таблиц и диаграмм

- Диаграмма 11. Динамика ВВП за период 2005-2009гг., в текущих ценах, млрд. руб.
- Диаграмма 12. Прогноз величины ВВП на 2010-2012г.г., в номинальных ценах, млрд. руб.
- Диаграмма 13. Уровень инфляции за период 2003-2009 гг. (к декабрю прошлого года), %
- Диаграмма 14. Индекс потребительских цен, в 2010г., % к предыдущему месяцу
- Диаграмма 15. Уровень занятости в июне 2010г., %
- Диаграмма 16. Уровень безработицы по федеральным округам (% от численности экономически активного населения)
- Диаграмма 17. Динамика среднемесячной номинально начисленной заработной платы, руб.
- Диаграмма 18. Оборот розничной торговли в 2006-2009г.г., трлн. руб.
- Диаграмма 19. Динамика оборота розничной торговли за период 2009-2010 гг., млрд. руб.
- Диаграмма 20. Структура оборота розничной торговли в июне 2010г., %
- Диаграмма 21. Структура оборота розничной торговли в зависимости от места реализации товара, июне 2010г., %
- Диаграмма 22. Структура рынка товаров для детей в 2009г., % (в денежном выражении)
- Диаграмма 23. Динамика рынка товаров для детей, млрд. руб.
- Диаграмма 24. Основные каналы сбыта товаров для детей в 2009г., %
- Диаграмма 25. Доля детской обуви, в общем объеме обувного производства РФ, % (в натуральном выражении)
- Диаграмма 26. Объем российского рынка обуви, млрд. долл.
- Диаграмма 27. Динамика производства обуви в 2006-2009г.г., млн. пар
- Диаграмма 28. Прогноз развития производства обуви в РФ на 2010-2020г.г., млн. пар
- Таблица 3. Линейные размеры обуви и ее деталей
- Диаграмма 29. Ценовая сегментация рынка детской обуви, %
- Таблица 4. Цены на основные виды детской обуви в июле 2005-2010г.г., руб.
- Диаграмма 30. Динамика производства детской обуви (до 24 размера включительно) в 2006-2009г.г., млн. пар
- Диаграмма 31. Основные страны-поставщики детской обуви, %
- Диаграмма 32. Доля импорта на российском рынке детской обуви, % (в натуральном выражении)
- Диаграмма 33. Динамика рынка детской обуви в 2008-2009г.г. и прогноз на 2010г., млрд. руб.
- Диаграмма 34. ТОП-5 отечественных производителей детской обуви, млн. пар
- Диаграмма 35. Ежегодное обновление ассортимента «Егорьевск-обувь», %
- Диаграмма 36. Объем производства детской обуви под маркой «Котофей», тыс. пар
- Диаграмма 37. Доля производителей в структуре выпуска обуви под маркой «Котофей», % (в натуральном выражении)
- Диаграмма 38. Объем выпуска продукции «Скороход», тыс. пар
- Диаграмма 39. Объем производства детской обуви ЗАО «Обувьпром», тыс. пар
- Таблица 5. Сравнительная характеристика крупнейших игроков (производителей) российского рынка детской обуви
- Схема 2. Цепочка движения товара на Рынке
- Таблица 6. Сравнительная характеристика розничных сетей магазинов детских товаров
- Диаграмма 40. Крупнейшие ритейлеры на рынке детских товаров в 2009г., %

- Диаграмма 41. Структура населения России по территориальному признаку, %
- Диаграмма 42. Сегментация потребителей детской обуви по полу в 2009г., %
- Диаграмма 43. Сегментация потребителей детской обуви по возрасту в 2010г., %
- Таблица 7. Частные семейные домохозяйства по числу детей
- Диаграмма 44. Структура частных домохозяйств, состоящих из двух человек и более, %
- Диаграмма 45. Сегментация потребителей детской обуви по месту проживания на 1 января 2010г., %
- Схема 3. Психографические сегменты потребителей детской обуви
- Таблица 8. Структура населения по величине среднедушевых денежных доходов
- Диаграмма 46. Структура потребительских расходов на непродовольственные товары в 2010г., %
- Диаграмма 47. Структура расходов на детские товары, %
- Приложение 1. Численность постоянного населения по возрасту на 1 января в 2007-2010г.г., человек
- Приложение 2. Половозрастная структура населения на 1 января 2009г., тыс. человек
- Приложение 3. Распределение населения по федеральным округам на 1 января 2010г.