



Маркет  
Аналитика

**РОССИЙСКИЙ РЫНОК ДЕТСКОЙ ОБУВИ.  
ДЕМО-ВЕРСИЯ**

**Москва, июнь 2012**

## **СОДЕРЖАНИЕ**

### **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
- 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
- 5.5. Основные игроки розничного сегмента
- 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 Рынка
- 6.3. Потребительские предпочтения на Рынке
- 6.4. Резюме по разделу

## **7. ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ**

- 7.1. Основные тенденции Рынка
- 7.2. STEERLE-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.**

## **ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНКА ДЕТСКОЙ ОБУВИ**

### **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. **Российский Союз Кожевников и Обувщиков** образован в 1994г., является некоммерческой организацией (РСКО) ([www.souzkogevnikov.ru](http://www.souzkogevnikov.ru)). В состав Союза входят свыше 60 предприятий и организаций из 30 регионов России, а также Беларуси и Казахстана. Основными задачами РСКО являются:

- Взаимодействие с государственными, региональными и другими структурами по вопросам поддержки и защиты интересов кожевенно-обувной отрасли
- Содействие членам Союза в расширении рынков сбыта и увеличении объемов производства
- Объединение творческого, научно-технического потенциала для решения технологических, сырьевых и экологических проблем; помощь членам Союза в подборе квалифицированных кадров
- Содействие в вопросах международного сотрудничества
- Консолидирование собственных и привлечение финансовых средств с целью инвестирования развития производства

...

### **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. По мнению аналитиков, объем рынка детских товаров по итогам 2010 года составил ... млрд. руб., что на ...% выше показателей 2009 года.

Следует отметить, что наибольшую долю рынка (порядка ...%) занимает продукция, предназначенная для детей в возрасте до 3-х лет.

...

## СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА ДЕТСКОЙ ОБУВИ

### 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. Линейные размеры обуви и ее деталей**

| Половозрастная группа обуви | Исходный размер по ГОСТ 11373 | Размер в штихах | Высота обуви, мм, не менее |             |         |                     |                      |
|-----------------------------|-------------------------------|-----------------|----------------------------|-------------|---------|---------------------|----------------------|
|                             |                               |                 | Сапожек                    | Полусапожек | Ботинок | Полуботинок, туфель | Сапожек, полусапожек |
| Для ясельного возраста      | ...                           | ...             | ...                        | ...         | ...     | ...                 | ...                  |
| Малодетская                 | ...                           | ...             | ...                        | ...         | ...     | ...                 | ...                  |
| Дошкольную                  | ...                           | ...             | ...                        | ...         | ...     | ...                 | ...                  |
| Для школьников девочек      | ...                           | ...             | ...                        | ...         | ...     | ...                 | ...                  |
| Девичью                     | ...                           | ...             | ...                        | ...         | ...     | ...                 | ...                  |
| Для школьников мальчиков    | ...                           | ....            | ...                        | ...         | ...     | ...                 | ...                  |
| Мальчиковая                 | ...                           | ...             | ...                        | ...         | ...     | ...                 | ...                  |

**Источник: ...**

...

## Ценовая сегментация Рынка

Продукцию, представленную на Рынке можно условно разделить на следующие ценовые сегменты:

- Низкий
- Средний
- Высокий (премиальный)

...

Низкий ценовой сегмент занимает самую значительную часть российского обувного рынка - около ...%. Чуть меньше доля продукции среднего ценового сегмент – ...%, в свою очередь на долю премиального сегмента приходится лишь ...% рынка.

Рассмотрим представленные сегменты подробнее.

...

## ОСНОВНЫЕ КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РЫНКА ДЕТСКОЙ ОБУВИ Объем производства

По данным «...» в России в 2011 г. было произведено ... **млн. пар** детской обуви, что превышает уровень производства 2010 на ...%. Объем производства 2011 г. превысил докризисный объем 2007 года на ... %.

...

В 2011 году 34 предприятия произвели ... % всего выпуска. На крупных предприятиях наблюдался рост производства, который составил ...%, а на мелких произошел спад производства.

...

**Крупнейшими производителями** детской обуви являются:

- ОАО «Егорьевск-обувь» («Котофей»)
- ООО «Антилопа Про» («Антилопа»)

- ...

### **Объем импорта**

По данным «Федеральной таможенной службы» наибольший объем детской обуви поставляется из Китая, на долю которого приходится почти половина всего импорта. На втором месте находится Финляндия и замыкает тройку лидеров обувь из Эстонии – ...%. Всего же в Россию обувь поставляется из ... стран мира.

...

Импорт детской обуви в 2011 году составил около ... млн. пар обуви.

...

### **Объем и темпы роста рынка**

Прогноз «...» объема рынка детской обуви к 2015г. - ... млрд. руб. Стабильное развитие отечественного рынка детской обуви, делает его одним из самых привлекательных среди потребительских рынков.

...

## **КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ РЫНКА ОБУВИ ДЛЯ ДЕТЕЙ**

### **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.

...

Основными параметрами конкуренции между производителями детской обуви являются:

- Ассортимент



- Объем производства
- ...
- ...

...

## 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
- ...

### **Производственные мощности**

...

### **География деятельности**

Обувь марки «Котофей» продается по всей территории России и странах СНГ (Белоруссия, Казахстан, Украина, Молдова). Фирменные магазины расположены в ... 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 ... различных моделей, а обновление ассортимента варьируется от ... до ...%

В 2011г. ассортимент детской обуви обновился на ...%.

### **Показатели деятельности**

По итогам 2011 г. под торговой маркой «Котофей» было произведено ... млн. пар обуви, что на ...% больше, чем в 2010г.

Как мы отмечали ранее, обувь под ТМ «Котофей» выпускают четыре предприятия, основную часть которой производят два предприятия – «Егорьевск-обувь» (...%) и «Курск Обувь» (...%).

В свою очередь, «Калита» производит ...% обуви «Котофей», а «СУРАНА» лишь ...%.

### **Преимущества**

- Лидер среди производителей детской обуви
- ...
- ...

### **Планы развития**

В ближайших планах компании:

- Снижение выпуска нестандартной продукции на ...%
- ...

...

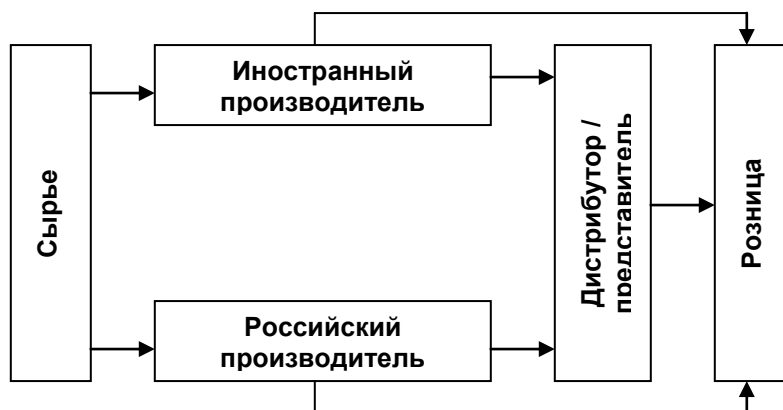
## **КАНАЛЫ ПРОДАЖ НА РЫНКЕ ДЕТСКОЙ ОБУВИ**

### **Особенности сбытовой политики на Рынке**

Среди основных сегментов участников можно выделить:

- Производителей сырья
- Производителей продукции
- Дистрибьюторов продукции
- Ритейлеров

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



Источник: «Маркет Аналитика»

...

## 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

Сеть магазинов «Детский мир» (ОАО «Детский мир – Центр») осуществляет розничную торговлю товарами для детей и на конец отчетного периода состоит из 131 форматных супер- и гипермаркетов ОАО «Детский мир-Центр», общей торговой площадью 214,5 тыс. кв.м.

ОАО «Детский мир – Центр» является управляющей компанией ОАО «Детский мир – розничные активы», владеющим недвижимостью.

ООО «Компания «С-Тойз» создана в 2001 году, в состав Группы вошла в 2005 году, является ведущим российским импортером и эксклюзивным дистрибьютором игрушек всемирно известных брендов.

«Детский мир» Гмбх осуществляет оптовые поставки.

«Детская Галерея «ЯКИМАНКА» - крупнейший в Европе и первый в России детский торговый центр класса «люкс» формата “Full Concept Shop”. Галерея предоставляет широкий выбор товаров для детей до 16 лет. Торговая площадь Галереи составляет более 2600 кв.м.

ОАО «Детский мир-Орел» осуществляет торговую деятельность в г.Орел под брендом «Детский мир», ...% акций находятся под управлением ОАО «Детский мир - розничные активы».

### **Показатели деятельности**

ОАО «Детский мир – Центр» за 2010 год вернулась к докризисному уровню. Этому способствовали выход экономики из кризиса, рост доходов населения и потребительской уверенности, высокая рождаемость в РФ. Выручка в 2010 году составила почти ... млн. руб., что на ...% больше, чем в 2010 году.

### **География деятельности**

На сегодняшний день сеть «Детский мир» состоит из ... форматных супер- и гипермаркетов ОАО «Детский мир-Центр», общей торговой площадью ... тыс. кв.м. в ... городах России, точки представлены во всех городах-миллионниках. Только ... магазинов находятся в Москве и Московской области, ... – в Санкт-Петербурге.

### **Ассортимент**

В «Детском мире» представлен ассортимент товаров из ... 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**

- Авторитет с советских времен

- Узнаваемый бренд, внушающий доверие потребителям
- ...

### **Планы развития**

- Развитие социально-ответственного бизнеса
- ...

...

### **Ценообразование на рынке**

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

- Затратный
- Ценностный

В основе первого лежат затраты, ...

...

### **Основные каналы продвижения на рынке**

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

- Печатные СМИ
- Реклама на телевидении
- ...

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

### **Описание потребителей на Рынке**

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

## **В2В рынки**

Рассматривая В2В-рынок, выделим следующие категории потребителей детской обуви:

- Торговые организации и оптовые компании, являющиеся связующим звеном между производителями и населением.
  - компании, занимающиеся реализацией немарочной продукции
  - компании, реализующие брендованную продукцию (монобрендовые, мультибрендовые)
- Индивидуальные частные предприниматели, имеющие собственные торговые точки

...

Основную группу потребителей детской обуви составляют **дети дошкольного возраста**, доля которых составляет ...%, от общего числа детей в возрасте до 17 лет. Отметим, что наименьшую долю занимают дети старшего школьного возраста – ...%.

...

## **Объем потребления Рынка**

В процентном соотношении затраты россиян на детские товары по сегментам выглядят следующим образом: на первом месте затраты на одежду - ...%, далее затраты на обувь - ...%, затем затраты на игрушки - ...% и на гигиену - ...%.

...

## **Потребительские предпочтения на Рынке**

Основными критериями выбора детской обуви являются: цена, удобство, качество изготовления, дизайн, сезонность.

Покупателей группы эконом сегмента при выборе одежды интересует, прежде всего, цена. В среднем сегменте покупатель тщательно взвешивает соотношение цены и качества. В верхнем сегменте, кроме показателя «цена-качество», появляется понятие бренда, большое значение придается месту покупки, качеству обслуживания.

Существует ряд **требований к качеству** детской обуви, вот некоторые из них:

- **Материал**

Наиболее полезный и долговечный материал - натуральная кожа. Она хорошо обеспечивает циркуляцию воздуха, быстро испаряется влага, к тому же кожа пластична и хорошо гнется. Но нельзя недооценивать и искусственные материалы, которые практически не уступают натуральным. Главное требование, чтобы материал был не слишком жестким, но и не слишком мягким.

...

## ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ

### Основные тенденции Рынка

- Наблюдается восстановление спроса на детскую обувь среднего и высокого сегмента.
- ...

### STEEPLE-анализ рынка

STEEPLE-анализ - маркетинговый инструмент, предназначенный для выявления социальных (Social), технологических (Technological), экономических (Economic), экологических (Ecology), политических (Political), правовых (legal), и этических (Ethic) аспектов внешней среды которые могут повлиять на стратегию компании. Каждый фактор имеет знак (-) или (+) – в зависимости от качества влияния его на рынок. Данный вид анализа выявляет значимые для развития рынка факторы, а также представляет оценку степени влияния этих факторов на изучаемую отрасль.

|          |                                                                                                                                                 |
|----------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>S</b> | <b>Социальные факторы</b>                                                                                                                       |
| •        | Рост уровня рождаемости (+)                                                                                                                     |
| •        | ...                                                                                                                                             |
| <b>T</b> | <b>Технологические факторы</b>                                                                                                                  |
| •        | Недостаточное развитие кожевенной промышленности, что вынуждает отечественных производителей закупать сырье за рубежом (-)                      |
| •        | ...                                                                                                                                             |
| <b>E</b> | <b>Экономические факторы</b>                                                                                                                    |
| •        | Прирост ВВП за первый квартал 2012 года составил на 0,2%, однако по сравнению с предыдущими кварталами темпы экономического развития постепенно |



|          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|----------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|          | замедляются.(+/-)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|          | • ...                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| <b>E</b> | <b>Факторы окружающей среды</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|          | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Производство обуви не сопровождается большими объемами выбросов в атмосферу и окружающую среду в целом, поскольку в России происходит пошив обуви из импортных комплектующих. (+)</li> <li>• ...</li> </ul>                                                                                                                   |
| <b>P</b> | <b>Политические факторы</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|          | • ...                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| <b>L</b> | <b>Правовые факторы</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|          | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Доля импорта (легального и нелегального), без каких-либо существенных законодательных ограничений, не всегда качественная и безопасная для здоровья детей одежда по-прежнему поступает в Россию в неограниченных количествах (например, из Китая), снижая конкурентоспособность российского бизнеса</li> <li>• ...</li> </ul> |
| <b>E</b> | <b>Этические факторы</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|          | <ul style="list-style-type: none"> <li>• На российском рынке ориентированность производителей на потребителей - на их вкусы, предпочтения, постепенно становится нормой (+)</li> <li>• ...</li> </ul>                                                                                                                                                                  |

Источник: «Маркет Аналитика»

...

## 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.

...

**Рисками** для компаний, существующих на рынке, могут стать:

- **Высокий уровень конкурентной борьбы**, который может отрицательно отразиться на результатах финансовой деятельности или привести к уменьшению доли на рынке или к уходу компании с рынка. Необходимо проводить превентивные меры по недопущению конкуренции, а именно: постоянно искать возможность для снижения себестоимости выпускаемых товаров, расширять сервис для покупателей, расширять

каналы продаж. При помощи правильной рекламной политики формировать у покупателей приверженность данной торговой марке, дифференцировать спрос по различным сегментам рынка и позиционироваться в них при помощи правильной ценовой и сервисной политики.

...

### Перечень таблиц и диаграмм

- Диаграмма 1. Динамика ВВП за период 2002-2011 гг. в текущих ценах, млрд. руб.  
Диаграмма 2. Уровень инфляции за период 2010 – март 2012 гг.  
Диаграмма 3. Динамика численности безработных за 2011- март 2012 гг., млн. чел.  
Диаграмма 4. Динамика среднемесячной номинально начисленной заработной платы в 2010 – март 2012 гг., тыс. руб.  
Диаграмма 5. Динамика реальных располагаемых денежных доходов населения в 2009-2011 гг., % к соответствующим периодам  
Диаграмма 6. Динамика оборота розничной торговли за период 2009-2011 гг., млрд. руб.  
Диаграмма 7. Структура оборота розничной торговли в марте 2012г., %  
Диаграмма 8. Структура оборота розничной торговли в зависимости от места реализации товара, в марте 2012 г., %  
Диаграмма 9. Структура рынка товаров для детей в 2011 г., % (в денежном выражении)  
Диаграмма 10. Динамика рынка товаров для детей, млрд. руб.  
Диаграмма 11. Основные каналы сбыта товаров для детей в 2010г., %  
Диаграмма 12. Доля детской обуви, в общем объеме обувного производства РФ, % (в натуральном выражении)  
Диаграмма 13. Объем российского рынка обуви, млрд. долл.  
Диаграмма 14. Динамика производства обуви в 2006-2011 г.г., млн. пар  
Диаграмма 15. Прогноз развития производства обуви в РФ на 2010-2020г.г., млн. пар  
Диаграмма 16. Ценовая сегментация рынка детской обуви в 2011 г., %  
Диаграмма 17. Динамика производства детской обуви (до 24 размера включительно) в 2006-2011г.г., млн. пар  
Диаграмма 18. Основные страны-поставщики детской обуви, %  
Диаграмма 19. Доля импорта на российском рынке детской обуви, % (в натуральном выражении)  
Диаграмма 20. Динамика объема рынка детской обуви в РФ в 2006-2011 гг., млн.пар.  
Диаграмма 21. ТОП-5 отечественных производителей детской обуви, млн. пар  
Диаграмма 22. Ежегодное обновление ассортимента «Егорьевск-обувь», %  
Диаграмма 23. Объем производства детской обуви под маркой «Котофей», млн. пар  
Диаграмма 24. Доля производителей в структуре выпуска обуви под маркой «Котофей», % (в натуральном выражении)  
Диаграмма 25. Объем выпуска продукции «Скороход», тыс. пар  
Диаграмма 26. Объем производства детской обуви ЗАО «Обувьпром», тыс. пар

Диаграмма 27. Крупнейшие ритейлеры на рынке детских товаров в 2010 г., %  
Диаграмма 28. Структура потребителей по возрастному признаку в 2010г., %  
Диаграмма 29. Структура населения России по территориальному признаку, 2012 г., %  
Диаграмма 30. Структура населения по половому признаку в 2010 г., % от численности населения  
Диаграмма 31. Сегментация потребителей детской обуви по полу в 2010г., %  
Диаграмма 32. Сегментация потребителей детской обуви по возрасту в 2010г., %  
Диаграмма 33. Сегментация потребителей детской обуви по месту проживания на 1 января 2010г., %  
Диаграмма 34. Структура ежемесячных расходов на детские товары, %

Таблица 1. Линейные размеры обуви и ее деталей  
Таблица 2. Цены на основные виды детской обуви в июле 2005-2011г.г., руб.  
Таблица 3. Сравнительная характеристика крупнейших игроков (производителей) российского рынка детской обуви  
Таблица 4. Сравнительная характеристика розничных сетей магазинов детских товаров  
Таблица 5. Частные семейные домохозяйства по числу детей  
Таблица 6. Структура населения по величине среднедушевых денежных доходов в 2010-2011 гг., %  
Таблица 7. Структура расходов на конечное потребление домашних хозяйств в зависимости от их состава и уровня среднедушевых располагаемых ресурсов в 2010 году

Схема 1. Цепочка движения товара на Рынке  
Схема 2. Психографические сегменты потребителей детской обуви

*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](mailto:info@marketanalitika.ru)***

***[WWW.MARKETANALITIKA.RU](http://WWW.MARKETANALITIKA.RU)***