

В 2007 году аналитические продукты информационного агентства "INFOLine" были по достоинству оценены ведущими европейскими компаниями. Агентство "INFOLine" было принято в единую ассоциацию консалтинговых и маркетинговых агентств мира "ESOMAR". В соответствии с правилами ассоциации все продукты агентства "INFOLine" сертифицируются по общеевропейским стандартам, что гарантирует нашим клиентам получение качественного продукта и постпродажного обслуживания посредством проведения дополнительных консультаций по запросу заказчиков.



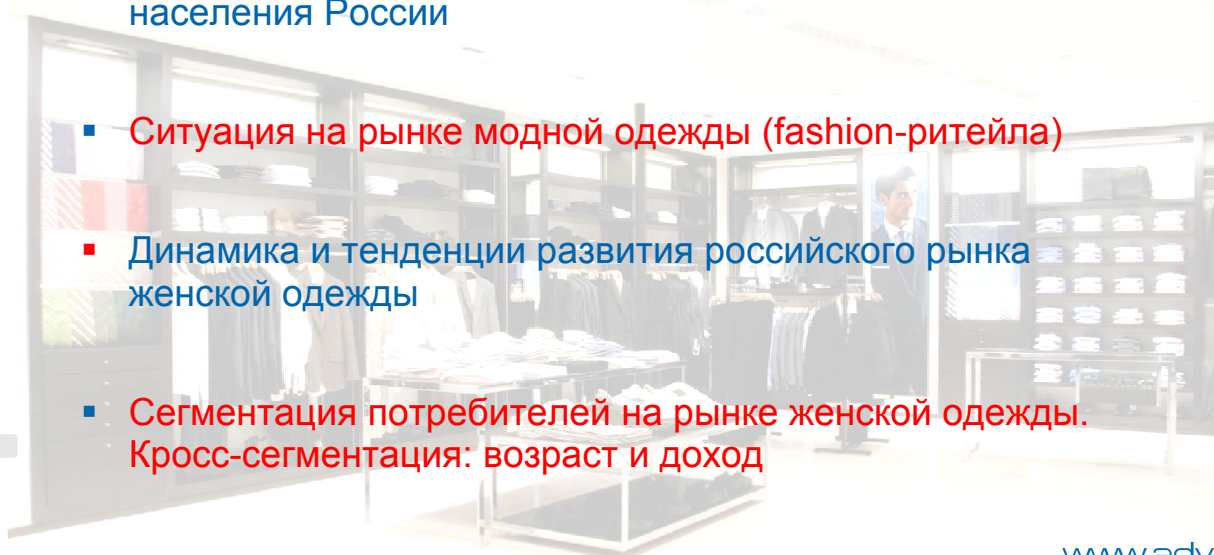
Обзор

Рынок модной женской одежды в РФ.

Тенденции 2013 года.

Прогноз до 2015 года

- Потребительский рынок, структура доходов и расходов населения России
- Ситуация на рынке модной одежды (fashion-ритейла)
- Динамика и тенденции развития российского рынка женской одежды
- Сегментация потребителей на рынке женской одежды. Кросс-сегментация: возраст и доход



Содержание обзора "Рынок модной женской одежды в РФ. Тенденции 2013 года"

Введение	3
Раздел 1. Потребительский рынок, структура доходов и расходов населения России	4
1. Состояние потребительского рынка в России	4
2. Доходы и расходы населения	5
3. Денежно-кредитная политика и потребительское кредитование	7
4. Распределение населения по размеру среднедушевого дохода	8
5. Структура расходов населения	12
Раздел 2. Ситуация на рынке модной одежды (fashion-ритейла)	14
Раздел 3. Динамика и тенденции развития российского рынка женской одежды 2005-2012гг. и прогноз до 2015 года	18
1. Динамика рынка женской одежды в 2005-2015 годах	18
2. Структура рынка по ценовым сегментам	23
2.1 Бюджетный ценовой сегмент (Value)	23
2.2 Средний ценовой сегмент (Middle)	25
2.3 Верхний ценовой сегмент (Premium+Luxury)	28
3. Структура рынка по каналам сбыта	32
4. Ассортиментная структура рынка. Товарные категории и функционально-стилевые группы	37
5. Сегментация потребителей на рынке женской одежды (Кросс-сегментация: возраст и доход)	39
6. Важные аспекты поведения потребителей на рынке женской одежды	43
Заключение	45

Информация об агентстве "INFOLine"

Информационное агентство "INFOLine" создано в 1999 году для оказания информационно-консалтинговых услуг коммерческим организациям. Осуществляет на постоянной основе информационную поддержку более 1000 компаний России и мира. Агентство "INFOLine" ежедневно проводит мониторинг публикаций в более чем 5000 СМИ и ежедневно ведет аналитическую работу по 80 тематикам экономики РФ. Начиная с 2003 года агентство "INFOLine" по заказу клиентов и по собственной инициативе проводит различные кабинетные исследования рынков. При подготовке маркетингового исследования



информационное агентство information agency



специалисты агентства используют уникальное информационное обеспечение и опираются на многолетний опыт работы с различными новостными потоками.

Исследования и периодические обзоры ИА "INFOLine" используют в работе крупнейшие ритейлеры FMCG (X5 RetailGroup, "Магнит", Auchan, Metro Cash&Carry, "Лента", "О'КЕЙ"), производители (Procter&Gamble, Coca-Cola, Pepsi, SABMiller, Fazer, Mars), дистрибуторы (ГК "Мегаполис"), финансовые (ФК "Уралсиб", "МДМ-Банк") и сервисные компании (ГК "Сервис-плюс", Wincor-nixdorf).

Дополнительную информацию Вы можете получить на сайтах www.infoline.spb.ru и www.advis.ru



Введение

В рамках подготовки обзора "Рынок модной женской одежды в РФ. Тенденции 2013 года. Прогноз до 2015 года" специалисты агентства "iNFOLine" изучили и проанализировали текущую ситуацию на потребительском рынке, охарактеризовали ситуацию на рынке модной одежды (fashion-ритейла), представили динамику и тенденции развития российского рынка женской одежды и т.д.

Рынок одежды в РФ (fashion-ритейл) остается одним из самых привлекательных отраслевых направлений для развития современных форматов торговли, по следующим причинам:

- ежегодно рынок одежды растет на 8-10%, что значительно выше роста оборота розничной торговли (4-6% в год);
- на рынке одежды доминируют традиционные форматы (розничные рынки) - более 40% оборота, что позволяет эффективно развиваться современным торговым сетям в регионах;
- созданы условия для открытия магазинов (за последние десять лет построены более 2 тысяч современных торговых центров и торгово-развлекательных комплексов с совокупной торговой площадью более 30 млн. квадратных метров);
- климатические условия и особенности менталитета заставляют россиян постоянно поддерживать траты на одежду и обувь на уровне до 10% в общей структуре расходов домохозяйств, причем этот уровень не сильно зависит от финансового статуса.

Важно отметить, что специалисты ИА "iNFOLine" в обзоре "Рынок модной женской одежды в РФ. Тенденции 2013 года. Прогноз до 2015 года" представили общий анализ **состояния потребительского рынка и структуры доходов и расходов населения России**, который включил следующие пункты:

1. Состояние потребительского рынка в России
2. Доходы и расходы населения
3. Денежно-кредитная политика и потребительское кредитование
4. Распределение населения по размеру среднедушевого дохода
5. Структура расходов населения

Кроме того, в обзоре представлена общая **ситуация на рынке модной одежды (fashion-ритейла)**, представлена динамика объема рынка одежды, обуви и аксессуаров с 2005 года по 2012 год и прогноз на 2013 год. Характеристика ситуации в отрасли, тенденции и прогноз развития дополнены рейтингом крупнейших ритейлеров в сегменте "одежда, обувь и спортивные товары" России по выручке в 2009-2012 гг.

Основная часть обзора посвящена сегменту женской модной одежды, на долю которого приходится около 60% продаж. При этом женская одежда не только самый крупный, но и самый зрелый, насыщенный игроками сегмент рынка. **Динамика и тенденции развития российского рынка женской одежды 2005-2012 гг. и прогноз до 2015 года** включает следующие разделы:

1. Динамика рынка женской одежды в 2005-2015 годах
2. Структура рынка по ценовым сегментам, 3. Структура рынка по каналам сбыта
4. Ассортиментная структура рынка. Товарные категории и функционально-стилевые группы
5. Сегментация потребителей на рынке женской одежды (Кросс-сегментация: возраст и доход)
6. Важные аспекты поведения потребителей на рынке женской одежды

В рамках подготовки Обзора "Рынок модной женской одежды в РФ. Тенденции 2013 года. Прогноз до 2015 года" специалистами ИА "iNFOLine" была сформирована База более 100 ведущих ритейлеров работающих на рынке одежды и обуви, которая включает как актуальную контактную информацию о компании, так и данные о количестве магазинов сети и их географии размещения.

Обзор "Рынок модной женской одежды в РФ. Тенденции 2013 года. Прогноз до 2015 года" эффективно дополняет линейку продуктов "iNFOLine" по тематике розничная торговля и торговая недвижимость:

- Геоатлас «**Торговые центры и гипермаркеты FMCG и DIY Москвы/Санкт-Петербурга. Итоги 2012 года. Прогноз на 2013 год**» - уникальный продукт, состоит из 2-х частей: Аналитической и Картографической. Аналитическая содержит описание макроэкономической ситуации в Москве/Санкт-Петербурге, характеристику его инвестиционного потенциала, а также анализ ситуации на рынке гипермаркетов FMCG и DIY. Геоатлас также содержит набор карт-схем и картограмм, отражающих как социально-экономическую ситуацию, так и показатели рынка ТЦ и гипермаркетов FMCG и DIY.
- Обзор "**Рынок торговых центров в 32 городах и регионах РФ. Тенденции 2013 года. Прогноз до 2016 года**". Охарактеризовано состояние рынка торговой недвижимости России в 32 городах и регионах России, проведен сравнительный анализ рынка торговых центров 32 городов и регионов России, разработан прогноз развития российского рынка торговых центров до 2015 года и охарактеризовано ключевые тренды 2012-2013 гг.
- Тематические новости «**Розничная торговля и торговые сети**» - периодическая оперативная информация о важнейших событиях отрасли, новости компаний, законодательные изменения, отраслевые мероприятия. Помогает всегда быть в курсе событий и быстро реагировать на них. Большой выбор тематик!
- ХИТ ПРОДАЖ! Периодический отраслевой обзор «**Рейтинг торговых сетей FMCG РФ**» - ежемесячный аналитический бюллетень, включающий все направления информации: аналитика, мониторинг СМИ, макроэкономическая ситуация, кейсы, рейтинги торговых сетей и др.

Сегодня продукты агентства "iNFOLine" подробно и оперативно раскрывают информацию о ситуации в розничной торговле России и отдельных ее сегментах: FMCG, DIY, аптеки, fashion и других.

Мы всегда рады новым запросам наших клиентов и партнеров.



Раздел 1. Потребительский рынок, структура доходов и расходов населения России

1. Состояние потребительского рынка в России

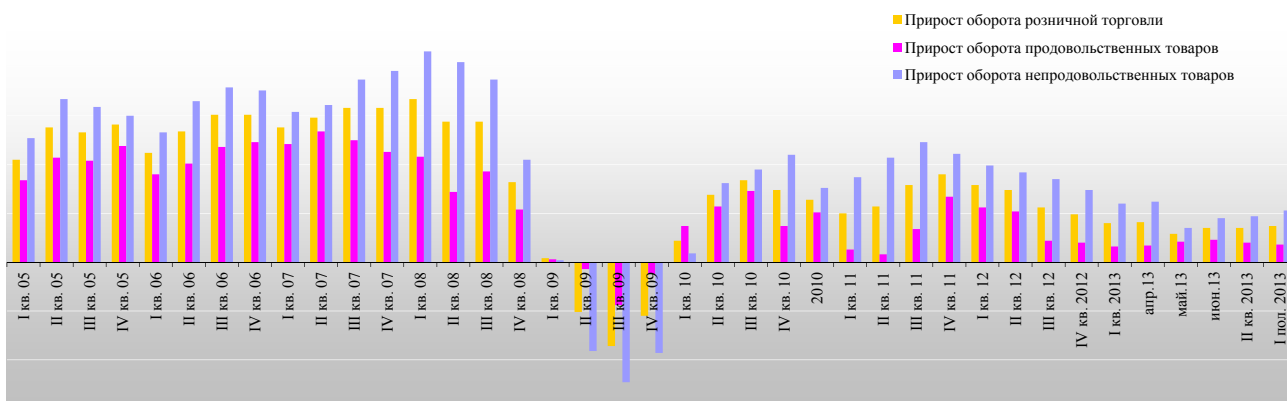
Российский потребительский рынок последние 10 лет переживал бурный рост, это происходило благодаря активному стимулированию роста доходов населения и программ потребительского кредитования. По итогам 2012 года оборот розничной торговли в России составил 21394,5 млрд руб. или более 660 млрд долларов США, что в товарной массе составляет 106,3% к 2011 году. На фоне стагнации в Европе российский рынок вышел на лидирующие позиции по объемам потребления на континенте.

Динамика оборота розничной торговли в России в 2006-2013 гг.

Период	Оборот, млрд. руб. ¹	В % ² к соответствующему периоду предыдущего года
2006 год	8693,4	113,9
2007 год	10757,8	115,2
2008 год	13853,2	113,0
2009 год	14599,2	94,9
2010 год	16499	106,4
2011 год	19082,6	107,0
I квартал 2012	4689,7	107,9
II квартал 2012	5112,2	107,4
I полугодие 2012	9801,9	107,7
III квартал 2012	5492,4	105,6
IV квартал 2012	6100,2	104,9
2012 год	21394,5	106,3
I квартал 2013	5238,9	104,0
Апрель 2013	1845,9	104,1
Май 2013	1892,5	102,9
Июнь 2013	1932,6	103,5
II квартал 2013	5671,0	103,5
I полугодие 2013	10909,9	103,7

Источник: данные ФСГС, Минэкономразвития

Динамика основных показателей потребительского рынка в 2005-2013 гг. в % к соответствующему периоду предыдущего года



Источник: данные ФСГС, Минэкономразвития

На рубеже 2013-2014 годов начинается новый этап развития потребительского рынка страны. Со второго полугодия 2012 года резко замедлились темпы роста розничного товарооборота, этот тренд продолжился и в 2013 году, когда в первом полугодии розничный товарооборот вырос всего на 3,7%. При этом в

¹ Данные уточнены по итогам обследования Росстатом субъектов малого предпринимательства на апрель 2013 года.

² Динамика оборота розничной торговли в товарной массе.



сегменте продуктов питания рост составил всего 1,8% в товарной массе – это самый худший показатель с кризиса 2008-2009 годов.

Замедление темпов роста объемов потребления во многом объясняется достижением предела покупательской способности россиян. Существенного роста доходов населения не происходит, но продолжают расти траты, не связанные с потреблением – услуги ЖКХ, тарифы на транспорт и бензин, налоги и т.д. Что в среднесрочной перспективе может привести к стагнации или, при негативном сценарии макроэкономического развития, снижению розничного рынка.

За последние 10 лет в России построены тысячи современных торговых центров и торгово-развлекательных комплексов с совокупной торговой площадью более 30 млн квадратных метров. В большинстве сегментов розничной торговли российский рынок является достаточно «зрелым», а в некоторых сегментах уже и высоко конкурентным. В таких условиях открытие одного или относительно небольшого количества магазинов становится нерентабельным – и на первый план выходят торговые сети. Торговые сети распространились по всем регионам страны: такие компании, как «Спортмастер», «Евросет», «Связной» и другие оперируют примерно тысячей магазинов, а лидеры российской розницы («Магнит», X5 retail group, ГК «Дикси») уже управляют несколькими тысячами магазинов.

В 2013 году компании, вошедшие в рейтинг «INFOLine» Retail Russia TOP-100 (100 крупнейших торговых сетей России), консолидировали выручку в 6 трлн Рублей, и на их долю приходится больше четверти розничного товарооборота. Рост рынка и успешное вытеснение традиционных форматов торговли (рынков и не сетевых магазинов) позволяло поддерживать темпы роста, существенно опережающие рост розничного рынка в целом.

Российская экономика исчерпала источники роста объемов потребительского рынка, и дальнейшее развитие рынка будет происходить по новому «сценарию».

2. Доходы и расходы населения

Анализ динамики заработной платы и среднедушевых доходов населения с 2000 по 2012 год (за исключением 2009 года) свидетельствует, что темпы роста начисленной заработной платы выше, чем реальные среднедушевые доходы населения. Это связано со снижением доходов от предпринимательской деятельности и сохранением тенденции опережающего роста заработной платы по сравнению с производительностью труда. При этом после значительного снижения показателя реальных доходов населения в 2008 и 2009 гг. в посткризисный период (2010-2011 гг.) темпы роста данного показателя существенно снизились. В апреле 2013 года Минэкономразвития понизило прогноз по росту зарплат в 2013 году до 4,5% с ранее прогнозируемых 8%. В 2014 году Минэкономразвития прогнозирует рост зарплат на уровне 5,2%, в 2015 году – 6%, в 2016 году – 6,2%.

Динамика зарплаты и доходов населения в 2000-2013 гг.,
% к анал. периоду пред. года.



Источник: данные ФСГС, Минэкономразвития

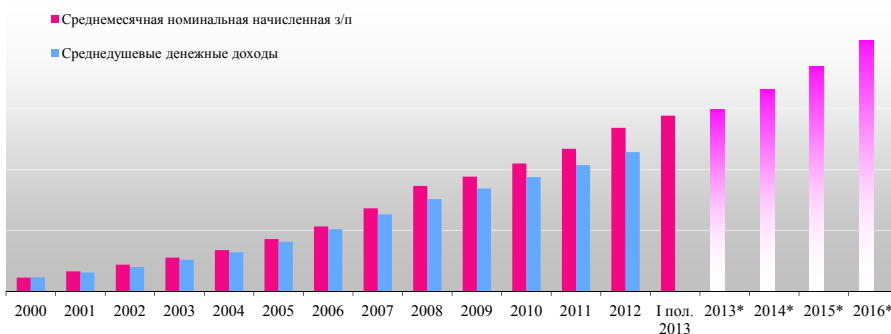
В первом полугодии 2013 года темп роста реальных доходов населения составил 4,4%, а реальной заработной платы – 5,5%. При этом в начале второго полугодия 2013 года среднемесячная номинальная начисленная заработная плата



населения составила 31,21 тыс. руб. или около 1 тыс. долларов США, что на 13,3% превышает показатель за аналогичный период прошлого года.

По прогнозу Минэкономразвития, обнародованному в апреле 2013 года, номинальная начисленная заработная плата населения по итогам 2013 года должна достичь 29,9 тыс. руб., в 2014 году – 33,1 тыс. руб., в 2015 году – 36,9 тыс. руб., в 2016 году – 41,2 тыс. руб.

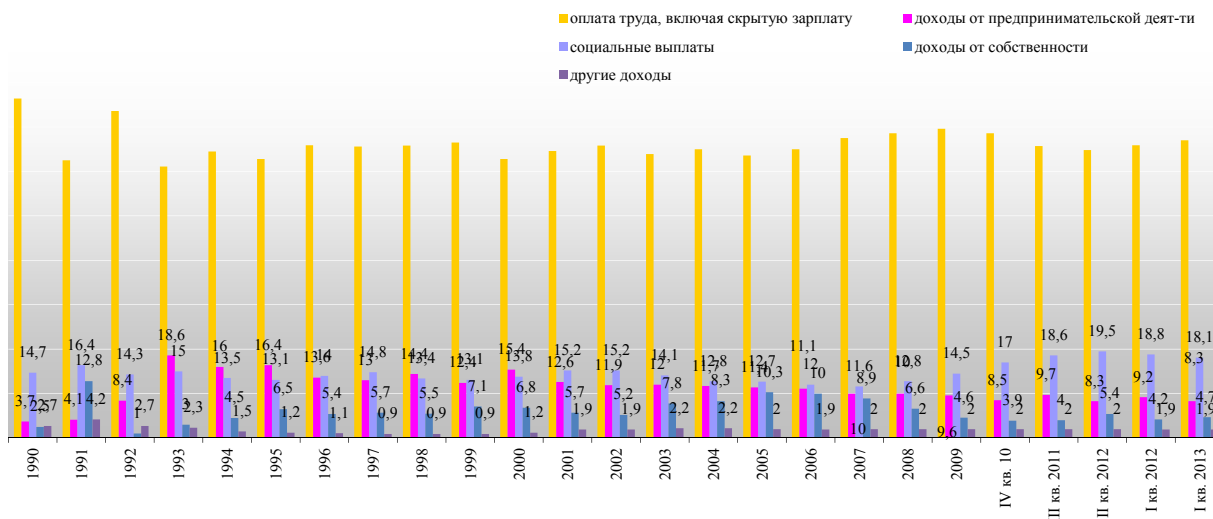
Динамика номинальной начисленной зарплаты и среднедушевых доходов населения в 2000-I кв. 2013 гг. и прогноз на 2013-2016 гг., тыс.руб.



Источник: данные ФСГС, Минэкономразвития

Во II кв. 2013 года доля доходов от социальных выплат сократилась на 0,8 п.п. относительно II кв. 2012 года, доля доходов от собственности сократилась на 0,2 п.п., от предпринимательской деятельности – на 0,1 п.п. При этом доля доходов населения от оплаты труда показала увеличение на 1,1 п.п., доля прочих доходов не изменилась.

Структура денежных доходов населения по источникам поступления в 2000-2013 гг., %



Источник: данные ФСГС, Минэкономразвития

За последние 10 лет наибольший уровень потребления наблюдался в 2012 году, когда на покупку товаров и оплату услуг население России потратило 74,2% своих денежных доходов (в 2011 году – 73,5%). По итогам II кв. 2013 года доли расходов, направленных на сбережения и покупку валюты, сократилась на 0,4 п.п. относительно II кв. 2012 года и составили 9,5% и 4% соответственно. При этом доли расходов, направленных на покупку товаров и услуг и оплату обязательных платежей, увеличились на 0,2 п.п. и составили 73,7% и 11,1% соответственно. Прирост денежных средств на руках составил 0,4%.

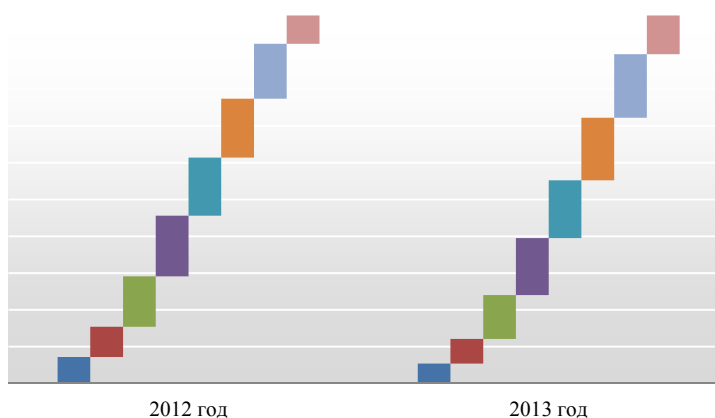


3. Денежно-кредитная политика и потребительское кредитование

4. Распределение населения по размеру среднедушевого дохода

Даже официальная статистика подтверждает существенное расслоение российского общества по уровню доходов. Так, по данным ФСГС, на начало второго полугодия 2013 г. на долю 10% наиболее обеспеченного населения приходилось 30,4% общего объема денежных доходов (в I полугодии 2012 г. – 30,2%), а на долю 10% наименее обеспеченного населения – 1,9% (1,9%). Учитывая существенный уровень неучтенных доходов, получаемых через зарубежные офшорные компании, нелегальные доходы государственных служащих и все еще остающиеся «в тени» доходы частного бизнеса, можно утверждать, что коэффициент Джини³ никак не меньше значений, характерных для развивающихся стран Бразилии, Мексики и Китая, где он находится в диапазоне 0,5-0,6, т.е. уровень, при котором богатящая буржуазия аккумулирует основные доходы в регионе.

Распределение населения по величине среднедушевых денежных доходов, в % от общей численности населения



Среднемесячная начисленная заработная плата по стране к середине 2013 г. составила 31210 рублей и по сравнению с соответствующим периодом предыдущего года выросла на 13,3%, в I полугодии 2013 г. – на 13,0%. При этом необходимо учитывать существенную дифференциацию заработных плат и доходов населения по регионам.

Структура располагаемых ресурсов домашних хозяйств по субъектам Российской Федерации

Из них, в процентах

Располагаемые ресурсы (в среднем на члена домашнего хозяйства в месяц, рублей)	Из них, в процентах					
	валовой доход	в том числе денежный доход	стоимость поступлений натуральных продуктов питания	стоимость натуральных поступлений непродовольственных товаров и услуг	сумма привлеченных средств и израсходованных сбережений	
г. Москва						
Мурманская область						
г. Санкт-Петербург						
Республика Коми						
Российская Федерация						

Источник: данные ФСГС, Минэкономразвития

Региональная дифференциация денежных ресурсов определяет неравномерную структуру оборота розничной торговли России: 50,9% оборота розничной торговли в первом полугодии 2013 года приходилось на 11 субъектов (Москва, Московская область, Санкт-Петербург, Свердловская область, Краснодарский край, Самарская область, Республики Татарстан и Башкортостан,

¹ Оценка на основе материалов выборочного обследования бюджетов домашних хозяйств и макроэкономического показателя среднедушевых денежных доходов населения. За 2005-2010 гг. показатели рассчитаны с использованием численности населения, пересчитанной с учетом итогов ВПН-2010.

² 2007 г. – свыше 27000,0 руб.

³ Коэффициент Джини — статистический показатель степени расслоения общества данной страны или региона по отношению к какому-либо изучаемому признаку.



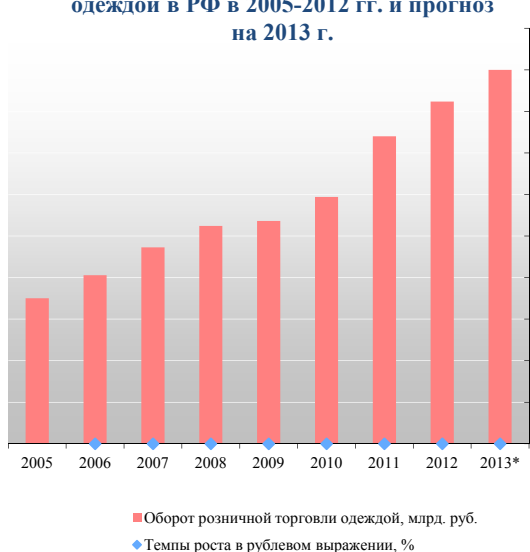
Тюменская область, Челябинская и Ростовская области), что на 0,14 п.п. ниже, чем в январе-июне 2012 года.

5. Структура расходов населения

Раздел 2. Ситуация на рынке модной одежды (fashion-ритейла)

Текущая ситуация на рынке fashion-ритейла характеризуется продолжающимся замедлением темпов роста, что связано как с насыщением отдельных его сегментов и закономерным повышением уровня конкуренции, так и с общей экономической ситуацией в России. Совокупный стоимостной объем рынка одежды, обуви и аксессуаров в 2012 году составил больше 50 миллиардов долларов США⁴, причем на долю одежды приходится около 60%, обуви – 36%, аксессуаров – примерно 4%.

Динамика оборота розничной торговли одеждой в РФ в 2005-2012 гг. и прогноз на 2013 г.



Динамика оборота розничной торговли одеждой в РФ в 2005-2012 гг. и прогноз на 2013 г.



Источник: данные ФСГС, Минэкономразвития с учетом корректировки специалистами INFOLine

В 2012 году темпы роста рынка одежды России хотя существенно сократились относительно предыдущего года, но вместе с тем остались на высоком уровне – в товарной массе от 3 до 6% в зависимости от категории.

В силу большего удельного веса одежды относительно других товаров fashion-ритейла замедление темпов роста в этом сегменте оказывает значительное негативное влияние на динамику рынка одежды, обуви и аксессуаров в целом. В свою очередь, схожие процессы происходят и внутри самого рынка одежды, где на долю женской одежды приходится около 60% продаж. При этом женская одежда не только самый крупный, но и самый зрелый, насыщенный игроками, высококонкурентный сегмент рынка, что и определяет в конечном итоге тенденцию общего замедления.

Рейтинг крупнейших ритейлеров в сегменте "одежда, обувь и спортивные товары" России по выручке в 2009-2012 гг., млрд. руб. без учета НДС

Юридическое название	Бренд	Данные	2009	2010	2011	2012
ГК "Спортмастер"	Спортмастер	РСБУ, оценка	22,85	33,0	44,7	52
...						

⁴ С учетом государственного заказа одежды и обуви для Министерства обороны РФ, Внутренних войск МВД РФ, Министерства чрезвычайных ситуаций РФ, "теневого" импорта из стран Азии, контрафактной "брендовой" продукции и т.д. и т.п. емкость внутреннего рынка может достигать по итогам 2012 года до 80 млрд долларов США.



Юридическое название	Бренд	Данные	2009	2010	2011	2012
ГК BOSCO DI CILIEGI	Bosco и другие					

Источник: рейтинг "INFOLINE RETAILER RUSSIA TOP-100", расчеты ИА "INFOLine"

Раздел 3. Динамика и тенденции развития российского рынка женской одежды 2005-2012гг. и прогноз до 2015 года.

1. Динамика рынка женской одежды в 2005-2015 годах

2. Структура рынка по ценовым сегментам

Российский рынок женской одежды можно разделить на несколько ценовых сегментов, каждый из которых имеет характерные особенности как с точки зрения динамики развития, так и в отношении организации деятельности компаний и поведения потребителей. Рассмотрим подробнее текущую ситуацию в каждом из сегментов, а также обозначим основные тенденции их развития в краткосрочном и среднесрочном периодах. Нужно отметить, что приведенные доли ценовых сегментов характерны для рынка в целом, вес того или иного сегмента в каждом отдельном регионе варьируется, в основном, в сторону увеличения доли бюджетного и среднего сегментов и уменьшения веса верхнего ценового сегмента.

Удельные доли ценовых сегментов рынка женской одежды в России в 2012 году



2.1 Бюджетный ценовой сегмент (Value)

Среднее ценовое позиционирование до *** долларов США.
Объем сегмента: *** млрд. долларов или *** % от общего объема рынка.

Доля нижнего ценового сегмента довольно велика и составляет более трети от всего объема рынка. Это обусловлено тем, что в структуре потребления большей части населения страны до сих пор преобладают вещевые рынки, даже несмотря на то, что уровень цен на вещевых рынках как в Москве и Санкт-Петербурге, так и в регионах России, в среднем на 15-18% выше, чем в основных розничных сетях сегмента value. Лояльность к рынкам наиболее характерна для представителей старшей возрастной аудитории и вызвана чаще всего психологическими факторами – уверенностью в том, что товары на рынке обязательно дешевле. Однако довольно часто рынок предлагает в ассортименте категории, практически отсутствующие в розничных сетях. Так, до недавнего времени предложение женской одежды больших размеров в магазинах нижнего сегмента было весьма ограниченным, в то время как выбор таких моделей на рынке всегда был достаточно широким. В определенной степени это связано с тем, что в условиях вещевых рынков продавцам проще получать и анализировать запросы целевой аудитории и максимально быстро на них реагировать, в то время как в случае розничных сетей сам процесс получения запроса

oodji

SELA ^S

аудитории и ответной реакции занимает гораздо больше времени просто в силу организационной структуры цивилизованно работающих компаний.

Необходимо отметить однако, что доля вещевых рынков в рамках сегмента снижается уже на протяжении нескольких лет. И этот тренд дает дополнительные возможности для развития розничных сетей цивилизованной розницы в нижнем ценовом сегменте в среднесрочном периоде. Ведь именно в этих сетях совершает покупки вчерашняя аудитория вещевых рынков. В 2012 году на долю вещевых рынков приходилось около 69% оборота в нижнем ценовом сегменте, в среднем же рынки уступают магазинам 5-6% в год. Случаи перехода аудитории к потреблению в более высоком среднем ценовом сегменте настолько редки, что их можно исключить из рассмотрения.



Это движение аудитории крайне важно для компаний, развивающих розничные сети, поскольку возможности региональной экспансии, с которой сегодня в основном и связана стратегия игроков, постепенно исчерпываются, а конкуренция между присутствующими на локальных рынках марками возрастает. Об этом свидетельствует и интерес крупнейших представителей сегмента – Sela, GloriaJeans, Oodji – к развитию бизнеса на рынках ближнего и дальнего зарубежья. Альтернативой также становится и онлайн-торговля, которая может собрать дисперсный региональный спрос, в том числе тех населенных пунктов, где открытие отдельного магазина вряд ли будет прибыльным, но в совокупности объем этого спроса может быть достаточно велик. При этом доля сегмента на рынке женской одежды в целом в последние годы снижалась, что было закономерным «откатом» после резкого скачка, произошедшего в кризис 2008-2009 года, когда сегмент прибавил единовременно около 23%.



Учитывая, что в дальнейшем доля сегмента value закрепится примерно на текущей отметке, происходящая внутри него качественная перестройка для компаний крайне важна. По сути, это открывает розничным сетям возможности для интенсивного развития (рост продаж в существующих магазинах) в условиях

Bershka



постепенного сокращения возможностей развития экстенсивного (расширения сети магазинов). Однако переходящая с рынков в цивилизованную розницу аудитория обладает рядом особенностей, которые необходимо учитывать.



Таким образом, все дальнейшие изменения в отношении сегмента value будут носить характер структурной перестройки внутри него при стабилизации его доли на уровне примерно ***% от всего рынка женской одежды в целом.

Предложение женской одежды в нижнем ценовом сегменте:

- Небрендовый товар и контрафакт под известными брендами из стран Юго-Восточной Азии, Турции;
- Ассортимент, предлагаемый российскими розничными сетями (Sela, Tvoe, Gloria Jeans, Oodji);
- Ассортимент, предлагаемый зарубежными розничными операторами, рассчитанный в основном на молодежную аудиторию (Bershka, New Yorker, Jennyfer);
- Ассортимент, предлагаемый дисконт-центрами (стоки, private labels) семейного формата (Вещь!, Фамилия), а также private labels гипермаркетов в категории «текстиль» (Ашан, METRO).

2.2 Средний ценовой сегмент (Middle)

2.3 Верхний ценовой сегмент (Premium+Luxury)

3. Структура рынка по каналам сбыта

4. Ассортиментная структура рынка. Товарные категории и функционально-стилевые группы

5. Сегментация потребителей на рынке женской одежды (Кросс-сегментация: возраст и доход)

1. Молодые женщины в возрасте от 16 до 25 лет.
2. Женщины в возрасте от 26 до 35 лет.
3. Женщины в возрасте 36-45 лет.
4. Женщины в возрасте 46-55 лет.
5. Женщины в возрасте от 55 лет.

6. Важные аспекты поведения потребителей на рынке женской одежды

Заключение



Перечень графиков и диаграмм

- Динамика основных показателей потребительского рынка в 2005-2013 гг. в % к соответствующему периоду предыдущего года
- Динамика зарплаты и доходов населения в 2000-2013 гг., % к анал. периоду пред. года.
- Динамика номинальной начисленной зарплаты и среднедушевых доходов населения в 2000-I кв. 2013 гг. и прогноз на 2013-2016 гг., тыс.руб.
- Структура денежных доходов населения по источникам поступления в 2000-2013 гг., %
- Структура использования денежных доходов населения в 2000-2013 гг., %
- Объем вкладов физических лиц и кредитов, выданных физическим лицам в 2007-2013 гг. в рублях и в валюте, млрд. руб.
- Распределение населения по величине среднедушевых денежных доходов, в % от общей численности населения
- Распределение населения по величине среднедушевых денежных доходов¹, в %
- Структура располагаемых ресурсов домашних хозяйств по субъектам Российской Федерации
- Структура оборота розничной торговли по субъектам РФ в январе-июне 2012 года, %
- Структура оборота розничной торговли по субъектам РФ в январе-июне 2013 года, %
- Динамика доли 69 регионов России (кроме 11 крупнейших) в обороте розничной торговли в 2003-2013 гг., %
- Региональная структура оборота розничной торговли РФ в 2003-2013 гг., %
- Количество регионов с позитивной динамикой оборота розничной торговли в физическом выражении к аналог. периоду пред. года
- Изменения в структуре использования денежных доходов населения, % к денежным доходам
- Структура расходов населения в зависимости от среднедушевых располагаемых ресурсов, %
- Динамика оборота розничной торговли одеждой в РФ в 2005-2012 гг. и прогноз на 2013 г.
- Динамика оборота розничной торговли одеждой в РФ в 2005-2012 гг. и прогноз на 2013 г.
- Динамика продажи основных товаров категории fashion за 2012-2013 гг.
- Рейтинг крупнейших ритейлеров в сегменте "одежда, обувь и спортивные товары" России по выручке в 2009-2012 гг., млрд. руб. без учета НДС
- Динамика рынка женской одежды в 2005-2015 годах, млрд. долларов США
- Емкости крупнейших региональных рынков одежды в России, млрд. долларов США
- ТОП-10 брендов на рынке одежды в мире
- Удельные доли ценовых сегментов рынка женской одежды в России в 2012 году
- Удельные доли каналов сбыта на рынке женской одежды в 2012 году
- Структура Интернет-продаж женской одежды в России в 2012 году
- На одну покупку готовой одежды потребитель готовы потратить
- Структура ассортимента женской одежды, обуви и аксессуаров в среднем ценовом сегменте в стоимостном выражении в 2012 году
- Структура ассортимента женской одежды, обуви и аксессуаров в среднем ценовом сегменте в натуральном выражении в 2012 году
- Структура продаж в сегменте «женщины в возрасте от 16 до 25 лет» в 2012 году, млрд. долларов США
- Структура продаж в сегменте «женщины в возрасте от 16 до 25 лет» по ценовым сегментам в 2012 году, млрд. долларов США
- Структура продаж в сегменте «женщины в возрасте от 26 до 35 лет» в 2012 году, млрд. долларов США
- Структура продаж в сегменте «женщины в возрасте от 26 до 35 лет» по ценовым сегментам в 2012 году, млрд. долларов США
- Структура продаж в сегменте «женщины в возрасте от 36 до 45 лет» в 2012 году, млрд. долларов США
- Структура продаж в сегменте «женщины в возрасте от 36 до 45 лет» по ценовым сегментам в 2012 году, млрд. долларов США
- Структура продаж в сегменте «женщины в возрасте от 46 до 55 лет» в 2012 году, млрд. долларов США
- Структура продаж в сегменте «женщины в возрасте от 46 до 55 лет» по ценовым сегментам в 2012 году, млрд. долларов США
- Структура продаж в сегменте «женщины в возрасте от 55 лет» в 2012 году, млрд. долларов США

Информационные продукты INFOLine

Агентство "INFOLine" является независимой компанией и работает на рынке Исследований отраслей России с 2001 года. Проведенные в 2005-2013 гг. исследования **Розничной торговли** специалистами агентства «INFOLine» являются лучшими на рынке, что признано многочисленными клиентами и партнерами.



NEW! Обзор "Рынок модной женской одежды в РФ. Тенденции 2013 года. Прогноз до 2015 года".

В рамках подготовки Обзора специалисты агентства "INFOLine" изучили и проанализировали текущую ситуацию на потребительском рынке, охарактеризовали ситуацию на рынке модной одежды (fashion-ритейла), представили динамика и тенденции развития российского рынка женской одежды и т.д.

Дата выхода:	3 сентября 2013 г.
Количество страниц:	50
Способ предоставления:	Печатный и Электронный
Цена	50 000
Цена ENGLISH VERSION	50 000

Специально для компаний Розничной торговли и отрасли товаров народного потребления специалисты INFOLine реализуют следующие информационные продукты:

Направление 1. Периодический обзор «Состояние потребительского рынка и рейтинг TOP -100 сетей FMCG РФ»

Содержит структурированную информацию о развитии торговых сетей, открытии новых магазинов, новых форматах, слияниях и поглощениях, корпоративных событиях, логистике, итогах деятельности и прогнозах, инвестиционных планах и взаимодействии с поставщиками ведущих сетей формата FMCG. В обзоре также содержатся: макроэкономические показатели, статистические данные и аналитическая информация о развитии розничной торговли и торговых сетей в России в отчетном месяце.



Дата выхода:	ежемесячно
Количество страниц:	От 150
Способ предоставления:	Электронный
Цена, руб./месяц	10 000
Цена ENGLISH VERSION, рублей/месяц	15 000
Цена при оформлении подписки на весь 2013-2014 года, руб./месяц	5 000

Отраслевой обзор «Состояние потребительского рынка и рейтинг TOP -100 сетей FMCG РФ» содержит:

Операционные итоги ТОП-130 сетей FMCG

- Рейтинг торговых сетей FMCG России по количеству магазинов, по величине торговых площадей, по чистой выручке.

Раздел I. Развитие розничной торговли в России

Раздел II. Основные события в розничной торговле FMCG

Раздел III. События и планы развития торговых сетей FMCG (ТОП -130)

Направление 2. Готовые продукты агентства INFOLine по розничной торговле:

NEW!!! ГЕОАТЛАС «Торговые центры и гипермаркеты FMCG и DIY Москвы / Санкт-Петербурга. Итоги 2012 года. Прогноз на 2013 год»

ГЕОАТЛАС включает в себя аналитические разделы, в которых приведены результаты анализа ситуации в Москве и Санкт-Петербурге, а также ВПЕРВЫЕ! картосхемы, отражающие ключевые показатели розничного рынка Москвы и Санкт-Петербурга. Картосхемы предоставляются в печатном виде, в формате А3.



Дата выхода:	5 февраля 2013 г.
Количество страниц (Санкт-Петербург/Москва):	22/24
Способ предоставления:	Печатный
Цена, руб. Санкт-Петербург	30 000
Цена, руб. Москва	40 000
Цена, руб. Карта формата А0	15 000



Картографическая часть Геоатласа «Торговые центры и гипермаркеты FMCG и DIY Санкт-Петербурга. Итоги 2012 года. Прогноз на 2013 год» содержит следующие карты:

- Карта-схема «Торговые центры, гипермаркеты FMCG, гипермаркеты DIY и рынки, 2013» по данным компании «INFOLine» (условные обозначения: круговыми символами – дифференциация по площади, цифра в круге – ссылка на адресный справочник, на той же карте-схеме: парковочные места – цифрой кол-во парковочных мест, серым цветом – строящиеся и планируемые к сдаче ТЦ в 2013 г.) и картограммы ЦПИ.
- Карта-схема с метро, железными дорогами и железнодорожными вокзалами, кварталами, административными районами и гидрографией, в которой представлены: метро, ж/д вокзалы, кварталы, административные районы и гидрография.
- Картограмма «Численность населения по районам»
- Картограмма «Численность населения по муниципальным округам»
- Картограмма «Среднесуточный трафик автомобилей на основных транспортных магистралях»
- Карта-схема «Пассажиропотоки по веткам метрополитена»
- Картограмма «Обеспеченность населения площадями существующих ТЦ и ТРК по муниципальным округам»
- Карта-схема «Гипермаркеты FMCG, 2013»
- Карта-схема «Гипермаркеты DIY, 2013»

NEW!!! "Рынок торговых центров в 32 городах и регионах РФ. Тенденции 2013 года. Прогноз до 2016 года"

В Исследовании "Рынок торговых центров в 32 городах и регионах России. Тенденции 2013 года. Прогноз до 2016 года" охарактеризовано состояние рынка торговой недвижимости России в 32 городах и регионах России, проведен сравнительный анализ рынка торговых центров 32 городов и регионов России, разработан прогноз развития российского рынка торговых центров до 2015 года и охарактеризовано ключевые тренды 2012-2013 гг. Также специалистами ИА "INFOLine" были проранжированы города России по общей величине общих и арендопригодных площадей в торговых центрах, а также по уровню насыщенности общими площадями в ТЦ на душу населения. Информационной базой Исследования стала уникальная база действующих и строящихся торговых центров России, включающая более 2500 объектов.



Дата выхода: 26 июля 2013 г.
 Количество страниц: 272
 Способ предоставления: Печатный и Электронный
 Цена, руб. (без НДС) 30 000

Рекомендуем ознакомиться и рассмотреть приобретение готовых исследований агентства INFOLine по розничной торговле:

Наименование исследования	Описание продукта	Дата выхода	Цена, руб.
NEW!!! Исследование "Рынок DIY РФ. Итоги 2012 года. Прогноз до 2016 года"	Проведен сравнительный анализ и представлено структурированное описание крупнейших игроков рынка DIY. Охарактеризовано состояние мирового рынка DIY и сформирован рейтинг стран и крупнейших ритейлеров, описаны основные тенденции развития российского рынка DIY, составлен Рейтинг ТОП-50 крупнейших операторов DIY России, который включает показатели чистой выручки, среднего чека, рентабельности, количества торговых объектов, совокупной торговой площади и численности персонала.	1.05.2013	50 000
NEW!!! Исследование «Рынок гипермаркетов FMCG России. Итоги 2012 г. Прогноз до 2015 г.» NEW!!! Исследование «Рынок гипермаркетов FMCG России. Итоги 2012 г. Прогноз до 2015 г.»	Состояние рынка розничной торговли FMCG России, история и перспективы развития формата "гипермаркет", сделки M&A на рынке гипермаркетов FMCG России, приведены Бизнес-справки по 70 ритейлерам, развивающим формат "гипермаркет", проанализировано общее состояние рынка гипермаркетов в 27 городах и регионах России.	2.04.2013	От 40 000
Исследование "Собственные торговые марки сетей FMCG России. Итоги 2010 -2011г. Прогноз до 2015 г."	Характеристика тенденций развития рынка товаров СТМ за рубежом, описание изменений потребительских предпочтений населения России и стран мира, оценка конкурентных стратегий компаний-лидеров международного ритейла в отношении СТМ, направления повышения эффективности в области создания и продвижения СТМ, анализ подходов российских ритейлеров к развитию собственных торговых марок и описание 40 крупнейших ритейлеров FMCG России	16.09.2011	50 000 Со скидкой 30% 35 000
СКОРО! Исследование "Розничная торговля FMCG России Итоги 2013 г. Прогноз до 2015 г."	Комплексное исследование ситуации в розничной торговле РФ 2010-2015 гг., сопоставление ситуации на рынках различных регионов, сравнение динамики развития сетевого ритейла по субъектам РФ и оценка показателей эффективности более 100 торговых сетей FMCG России	Планируется к выходу в 2013 году	-



Направление 3. Периодические продукты агентства INFOLine по потребительскому рынку:

Оперативная и периодическая информация об интересующей вас отрасли экономики РФ, подготовленная путем мониторинга деятельности российских и зарубежных компаний, тысяч деловых и отраслевых СМИ, информационных агентств, федеральных министерств и местных органов власти.

Преимущества использования услуг INFOLine:

1. Полная версия в удобном для Вас формате (html, word, PDF, CHM)
2. Возможность получения консультаций специалистов нашего агентства и получения информации по индивидуальному запросу из архивов "INFOLine" с 2003 года
3. Бесплатное размещение пресс-релизов на ADVIS.RU и информационных продуктах агентства.

Название продукта	Описание продукта	Периодичность	Цена, руб. в месяц
Периодический ежемесячный обзор «Макроэкономика России и состояние обрабатывающих отраслей»	Макроэкономический обзор ситуации в различных отраслях РФ.	1 раз в месяц	5 000
Тематические новости «Розничная торговля РФ»		Ежедневно	5 000
Тематические новости «Логистическая и складская деятельность»	Оперативная и периодическая информация об интересующей вас отрасли экономики РФ	1 раз в неделю	5 000
Тематические новости «Пищевая промышленность и рынок продуктов питания» (более 15 направлений пищевой промышленности!)		2 раза в неделю	6 000
Тематические новости «Рекламная и маркетинговая деятельность»		1 раз в неделю	4 000
Периодический ежемесячный обзор «Банк новинок на рынке пищевой промышленности»	Обзор новой продукции на рынке продуктов питания РФ и зарубежья	1 раз в месяц	15 000

Внимание! Вышеперечисленный набор продуктов и направлений не является полным.

Кроме инициативных готовых продуктов ИА "INFOLine" позволяет клиентам получить комплекс индивидуальных информационных услуг для решения конкретных задач, возникающих в процессе деятельности компании. Это заказные исследования, составление баз данных, ассортиментно-ценовые мониторинги, индивидуальные мониторинги по запросу клиентов и др.



Процедура приобретения очень проста. Вы высылаете актуальные реквизиты организации плательщика, мы выставляем Вам счет и договор с «закрывающими» документами.

Для получения дополнительной информации обращайтесь по тел. +7 (812) 322-6848 или +7 (495) 772-7640 или по e-mail: retail@infoline.spb.ru.

Всегда рада ответить на вопросы!

Отдел продвижения