

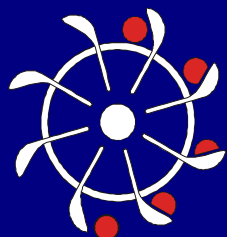
АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОТЧЕТ ПО МАРКЕТИНГОВОМУ ИССЛЕДОВАНИЮ

РОССИЙСКОГО РЫНКА БИЖУТЕРИИ (ОБНОВЛЕНИЕ)

ДЕМОНСТРАЦИОННАЯ ВЕРСИЯ

**Дата выпуска отчета:
Июнь 2007 г.**

Данное исследование подготовлено MA Step by Step исключительно в информационных целях. Информация, представленная в исследовании, получена из открытых источников или собрана с помощью маркетинговых инструментов. MA Step by Step не дает гарантии точности и полноты информации для любых целей. Информация, содержащаяся в исследовании, не должна быть прямо или косвенно истолкована покупателем, как рекомендательная к вложению инвестиций. MA Step by Step не несет ответственности за убытки или ущерб, причиненный вследствие использования информации исследования третьими лицами, а так же за последствия, вызванные неполнотой представленной информации. Данные материалы не могут распространяться без разрешения MA Step by Step.



**STEP BY STEP
МАРКЕТИНГОВОЕ
АГЕНТСТВО**

г. Москва

ОГЛАВЛЕНИЕ

ОГЛАВЛЕНИЕ.....	2
Аннотация	3
Цель и задачи исследования.....	3
Объект исследования:.....	3
Описание исследования.....	3
Полное содержание исследования	5
Список диграмм	8
Список таблиц	9
Выдержки из исследования.....	10
Основные количественные характеристики Рынка	Ошибка! Закладка не определена.
Объем и емкость Рынка.....	Ошибка! Закладка не определена.
Объем Рынка в натуральном выражении ..	Ошибка! Закладка не определена.
Объем Рынка в денежном выражении	Ошибка! Закладка не определена.
Темпы роста Рынка	12
Соотношение объемов импорта и российского производства	13
Экспорт продукции	13
Объемы экспорта.....	13

АННОТАЦИЯ

Цель и задачи исследования

Объект исследования

Объект исследования – российский рынок бижутерии

Цель данного исследования – анализ текущей ситуации на рынке бижутерии

Для достижения поставленной цели было сделано следующее:

- изучены макроэкономическая ситуация и государственная политика, влияющие на рынок;
- проведена сегментация рынка;
- приведены оценки объема рынка, прогнозы его изменения
- проанализированы основные проблемы и тенденции влияющих рынков;
- выявлены основные игроки рынка и их стратегии;
- оценены перспективы рынка.

ОПИСАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Методы проведения исследования:

Кабинетное исследование.

В отчете приведено подробное исследование российского рынка бижутерии. Показано, что рынок является развивающимся, однако до насыщения еще далеко.

В исследовании изучен уровень конкуренции на рынке, а также выявлены незанятые ниши.

Рассмотрены данные по импорту и экспорту продукции. Выявлен значимый факт превышения объемов импортной продукции.

Проведен конкурентный анализ крупнейших производителей, дистрибьюторов, а также розничных сетевых игроков.

Проанализированы основные тенденции и факторы влияния на рынке.

Кол-во страниц:.85

Язык отчета: русский

Отчет содержит: 10 диаграмм, 14 таблиц, 1 схема

ПОЛНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Методологическая часть

Описание типа исследования
Объект исследования
Цели и задачи исследования
География исследования
Время проведения исследования
Целевая аудитория
Методы сбора данных
Источники сбора данных

Введение

Уровень развития Рынка, этапы и сроки его существования
Степень изученности/открытости Рынка
Актуальность темы исследования для различных игроков Рынка

Макроэкономические факторы, влияющие на Рынок

Общэкономическая ситуация в России
Наиболее значимые экономические события и итоги 2006 года
Описание смежных Рынков
Рынок ювелирных украшений

Сегментация и структура Рынка по основным видам Продукции

Определение продукции
Производство продукции
Сегментирование продукции по основным наименованиям
Сегментация продуктовой линейки
Ценовое сегментирование Продукции
Тенденции в ценовых сегментах

Основные количественные характеристики Рынка

Объем и емкость Рынка
Объем Рынка в натуральном выражении

Объем Рынка в денежном выражении

Темпы роста Рынка

Влияние сезонности на Рынок

Объемы российского производства, импорта и экспорта

Импорт продукции

Объемы импорта

Основные страны, импортирующие бижутерию в РФ.

Основные компании, импортирующие бижутерию в РФ

Соотношение объемов импорта и российского производства

Экспорт продукции

Объемы экспорта

Основные страны, экспортирующие бижутерию из РФ.

Основные компании-экспортеры

Соотношение экспорта и импорта

Сбытовая структура Рынка

Цепочка движения товара

Краткое описание основных сегментов участников Рынка

Оптовый сектор

Розничный сектор

Основные принципы ценообразования

Конкурентный анализ

Конкуренция между крупнейшими производителями

Основные производители Рынка. Описание профилей крупнейших компаний

Сравнительная характеристика крупнейших производителей по основным параметрам

Конкуренция между крупнейшими дистрибьюторами и оптовыми компаниями

Основные дистрибьюторы Рынка. Описание профилей крупнейших компаний

Сравнительная характеристика крупнейших дистрибьюторов и оптовых компаний по основным параметрам

Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими оптовыми компаниями

Конкуренция между крупнейшими компаниями розничного сектора

Основные параметры конкуренции

Описание крупнейших розничных компаний

Сравнительная характеристика крупнейших розничных компаний по основным описательным параметрам

Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими розничными сетями

Стратегии продвижения Продукции

Анализ потребителей

Описание потребителей

Сегментация потребителей с описанием и количественной оценкой сегментов

Структура потребления Продукции

Потребительские мотивации и поведение при покупке Продукции

Обобщающие выводы и рекомендации

Факторы, благоприятствующие развитию Рынка

Сдерживающие факторы Рынка

Инвестиционная привлекательность

Пустующие ниши на Рынке

Тенденции Рынка

Тенденции в ассортименте Продукции

Тенденции в ценовых сегментах

Тенденции по основным количественным показателям Рынка

Тенденции на конкурентном поле

Тенденции в потребительском сегменте

Общие выводы по отчету

СПИСОК ДИГРАММ

Диаграмма 1. Среднедушевые доходы населения

Диаграмма 2. Структура рынка Москвы по ценовым сегментам бижутерии в натуральном выражении

Диаграмма 3. Доли основных стран, импортирующие бижутерию в РФ в общем объеме импорта в денежном выражении

Диаграмма 4. Доли основных стран, импортирующие бижутерию в РФ в общем объеме импорта в натуральном выражении

Диаграмма 5. Доли основных компаний, импортирующих бижутерию в общем объеме импорта в денежном выражении (в %)

Диаграмма 6. Доли основных стран-экспортеров бижутерии в общем объеме экспорта в денежном выражении, в %

Диаграмма 7. Доли основных стран-экспортеров бижутерии в общем объеме экспорта в натуральном выражении, в %

Диаграмма 8. Доли компаний-экспортеров бижутерии в общем объеме экспорта в денежном выражении

Диаграмма 9. Распределение населения по федеральным округам

Диаграмма 10. Распределения мужчин и женщин в структуре потребления бижутерии

СПИСОК ТАБЛИЦ

Таблица 1. Основные страны, импортирующие бижутерию в РФ (в денежном выражении)

Таблица 2. Основные страны, импортирующие бижутерию в РФ (в натуральном выражении)

Таблица 3. Основные компании, импортирующие бижутерию в РФ

Таблица 4. Основные страны – экспортеры бижутерии в натуральном выражении

Таблица 5. Основные страны – экспортеры бижутерии в натуральном выражении

Таблица 6. Основные компании – экспортеры бижутерии, в денежном выражении

Таблица 7. Объем импорта/экспорта бижутерии в 2006 году

Таблица 8. Сравнительная характеристика производителей бижутерии.

Таблица 9. Сравнительная характеристика крупнейших дистрибьюторов и оптовых компаний

Таблица 10. Сравнительная характеристика крупнейших дистрибьюторов и оптовых компаний

Таблица 12. Денежные доходы и потребительские расходы в расчете на душу населения на начало 2006 года

Таблица 11. Распределение населения по величине среднедушевых денежных доходов

Таблица 13. STEP-анализ российского рынка бижутерии

Таблица 14. Расчет прибыли с одной розничной точки по продаже бижутерии

ВЫДЕРЖКИ ИЗ ИССЛЕДОВАНИЯ

Вследствие роста популярности бижутерии среди населения, темпы роста рынка не ювелирных украшений составляют около 30%.

СЕГМЕНТИРОВАНИЕ ПРОДУКЦИИ ПО ОСНОВНЫМ НАИМЕНОВАНИЯМ

Бижутерия включает в себя следующие **виды продукции**:

- Аксессуары для волос (заколки, крабы, невидимки, резинки)
- Серьги, клипсы
- Цепочки
- Кулоны
- Броши
- Ожерелья
- Подвески, колье, комплекты
- Браслеты для рук и ног
- Украшения для пирсинга
- Диадемы
- Запонки
- Художественные изделия
- Сувениры
- Предметы религиозного культа

По количеству продаваемых позиций на российском рынке традиционно лидируют кольца, цепи и серьги.

По направленности стиля бижутерию можно разделить на:

- Классика
- Авангард
- Романтика
- Этника
- Гламур
- Hi-tech

Наиболее востребована на российском Рынке классическая бижутерия, которая, по словам Константина Соловьева, директора компании Vacasco, классика занимает 20-30%. По мнению участников Рынка, классика никогда не выйдет из моды. Остальные направления достаточно сильно привязаны к веяниям моды. В последнее время очень модной стала этника, а также гламур.

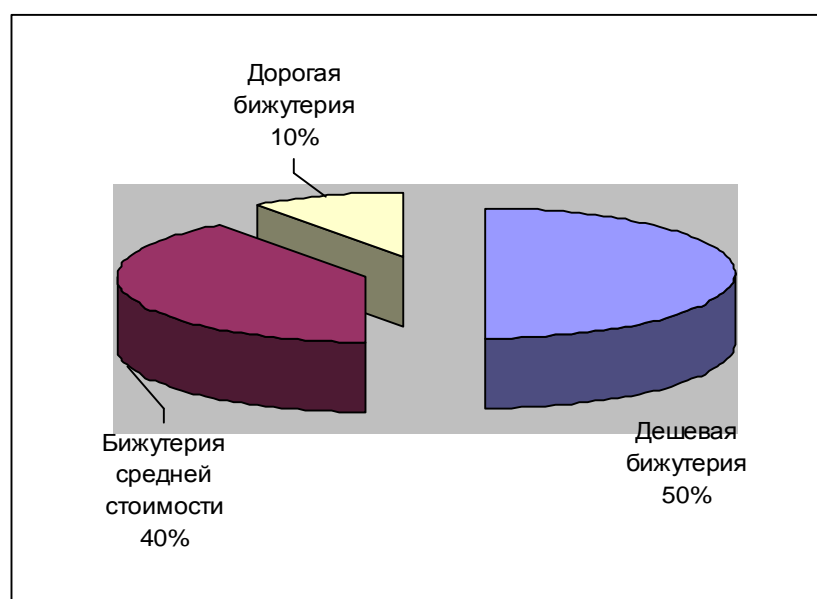
По ориентации на пол покупателя бижутерия подразделяется на:

- Бижутерия, рассчитанная на мужчин
- Бижутерия, рассчитанная на женщин
- Бижутерия, рассчитанная на детей

Влияющий рынок

Влияющим рынком является рынок ювелирной продукции. **Общий розничный ювелирный товарооборот составляет около \$2,5-3 млрд. в год, причём до \$1,5 из них приходится на теневой рынок.** На рынок Москвы приходится до 50% от общего объёма рынка, при этом большую часть составляет легальная продукция.

ДИАГРАММА. СТРУКТУРА РЫНКА БИЖУТЕРИИ МОСКВЫ ПО ЦЕНОВЫМ СЕГМЕНТАМ БИЖУТЕРИИ В НАТУРАЛЬНОМ ВЫРАЖЕНИИ



Источник: журнал «Свой бизнес» от 30.01.2006 г.

50% рынка бижутерии в Москве по объемам продаж в натуральном выражении занимает дешевая бижутерия, немного уступает ей бижутерия среднеценовой категории, чья доля составляет 40%. Только 10% приходится на дорогую бижутерию от известных домов моды. Выделим, что по объемам продаж в денежном выражении лидирует средний ценовой сегмент.

ТЕМПЫ РОСТА РЫНКА

Рынок бижутерии переживает в настоящий момент бум. По данным компании «Экспресс обзор», рынок бижутерии растет на 30%-40% в год. Самым быстрорастущим сегментом являются аксессуары для волос.

За последние полтора года объем продаж не ювелирных украшений вырос на 100%, констатирует гендиректор консалтинговой компании «Магазин готового бизнеса» Вадим Самсонов. (*Бизнес*).

ИМПОРТ ПРОДУКЦИИ

ТАБЛИЦА. ОСНОВНЫЕ СТРАНЫ, ИМПОРТИРУЮЩИЕ БИЖУТЕРИЮ В РФ (В ДЕНЕЖНОМ ВЫРАЖЕНИИ)

Страна-импортер	Объем, в \$	Процент
Польша	4842703	21,2
Швейцария	4302737	18,9
Китай	3397045	14,9
Германия	2428464	10,6
Сянган (Гонконг)	986407	4,3
Австрия	930085	4,1
Финляндия	905992	4,0
Литва	792775	3,5
Италия	641506	2,8
Другие	3597243	15,8
Всего	22824957	100

Источник Таможенная база, 2006 г.

Как видно, наибольший объем бижутерии в 2006 году был ввезен в Россию из Польши. Сумма сделок с этой страной составила 4,84 \$ млн. Объем импорта из Швейцарии был не на много меньше, чем из Польши, и составил 4,3 \$ млн. Четверку лидеров по объемам импорта бижутерии в денежном выражении замыкают Китай с 3,39 \$ млн и Германии, объем ввезенной в Россию бижутерии

составил 2,41 \$ млн. Остальные страны в 2006 году ввозили бижутерию на суммы не превышающие 1 \$ млн.

СООТНОШЕНИЕ ОБЪЕМОВ ИМПОРТА И РОССИЙСКОГО ПРОИЗВОДСТВА

На российском рынке неювелирных украшений преобладает доля импортной продукции. Это связано в первую очередь с тем, что в России отсутствует производство бижутерии. Основным производителем отечественной бижутерии является компания «Эталон-Женави».

ЭКСПОРТ ПРОДУКЦИИ

ОБЪЕМЫ ЭКСПОРТА

В 2006 году объем экспорта бижутерии составил **\$3 029 372** в денежном и **82 924** кг. в натуральном выражении.

ДОЛИ ОСНОВНЫХ СТРАН-ЭКСПОРТЕРОВ БИЖУТЕРИИ В ОБЩЕМ ОБЪЕМЕ ЭКСПОРТА В ДЕНЕЖНОМ ВЫРАЖЕНИИ, В %



Источник Таможенная база, 2006 г.

Как отмечалось, ранее основной страной-экспортером является Нигерия, чья доля экспорта составляет 27%. Доля Таджикистана и Украины в общем объеме экспорта равна 19% и 7% соответственно. Доля других стран не превышает 5%.

ТАБЛИЦА. ОСНОВНЫЕ СТРАНЫ – ЭКСПОРТЕРЫ БИЖУТЕРИИ В НАТУРАЛЬНОМ ВЫРАЖЕНИИ

Страна-экспортер	Объем в кг	Проценты
Таджикистан	40686	49,1
Нигерия	9731	11,7
США	5836	7,0
Украина	4758	5,7
Монголия	2508	3,0
Другие	19405	23,4
Всего	82924	100

Источник Таможенная база, 2006 г.

В 2006 году было совершено сделок на сумму 25,8 млн. \$ в области внешнеэкономической торговли на Рынке бижутерии. Доля импорта от общего объема сделок составила 88,3%, а экспорта – 21,7%.

ОБЪЕМ ИМПОРТА/ЭКСПОРТА БИЖУТЕРИИ В 2006 ГОДУ

Импорт/экспорт	Объем, в \$	Проценты	Объем в кг	Проценты
Импорт	22 824 957	88,3	628 616	88,4
Экспорт	3 029 372	21,7	82 924	21,6
Всего	25 854 329	100	711 540	100,0

Источник Таможенная база, 2006 г.

В России практически не производятся бижутерия. Лидером среди российских компаний по производству неювелирных украшений является «Эталон-Женави», которая имеет обширную дилерскую сеть и поставляет свою продукцию в другие страны. Все компании-производители имеют свои розничные магазины, в которых продают не только продукцию собственного производства, но и бижутерию, произведенную в других странах, исключением является компания «Эталон-Женави», которая продает продукцию только собственного производства. Другими словами, фирмы-производители совмещают в себе функции оптовых и розничных компаний. Торговые сети производителей развиваются при помощи франчайзинга.

У всех производителей действует накопительная система скидок, а также есть скидки при единичной закупке. Скидки варьируются от 2% до 20% в зависимости от суммы закупки. Оплата может производиться как безналичным, так и наличным расчетом. У компаний есть возможность заказа через интернет. Интернет-сайты компаний-производителей можно охарактеризовать как имиджевые, на них нет каких-то статистических данных или оборотов компании. Если на сайте есть статьи, то они посвящены в основном модным тенденциям. Наиболее информативный сайт с точки зрения бизнес-информации для инвесторов, оптовиков и других заинтересованных лиц у компании «Эталон-Женави».

Маркетинговое Агентство Step by Step - агентство полного цикла. Мы работаем по таким **направлениям** как:

- Маркетинговое и управленческое консультирование
- Маркетинговые исследования
- Мерчендайзинг
- Франчайзинг
- Социологические исследования
- Услуги call центра
- Разработка новых коммерческих проектов
- Оказание услуг по аутсорсингу организации корпоративных мероприятий
- Организация и сопровождение представления компаний в Интернет

Для обеспечения качественного и быстрого сбора количественной информации, в структуру нашего агентства интегрировано подразделение **Call center**, которое решает следующие задачи:

- Реализует услугу «Бесплатный вызов» из регионов (8-800)
- Позволяет актуализировать и формировать базы данных.



- Осуществляет исходящий и входящий телемаркетинг, поддержку рекламных и PR акций
- Проводит интервьюирование потребителей
- Оценивает эффективность рекламы

Наши ключевые клиенты: ОАО "Связьинвест", РАО "ЕЭС РФ", "АйТи", "ТелекомКомплектСервис", "Связькомплект", "Информационная индустрия", "Future Telecom", "Элвис-Телеком", Холдинг "Еврохим", Производственная группа "Uniservis", Компания "Русский бисквит", объединение "Полипласт", игровая сеть "Джек-пот", сеть магазинов "Фамилия", ТД "Снежная королева", кофейни "Мокко", ЗАО RENOVA, группа компаний РБК, группа компаний ТЕКОН, HITACHI ltd, ООО «Рассказовские меха», ООО «Северные технологии», Институт социально-экономического развития ЦФО (ИНСЭР ЦФО), Макслевел, Honewell, Colan, Медиалог, Алькотрейдинг, ассоциации экспортеров Бразилии (APEX), ЗАО «Детский мир», АРТ-Билдинг и многие другие.