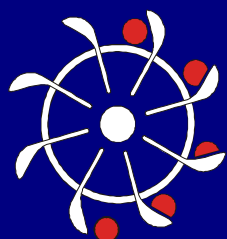


МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ И АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА ПОСТЕЛЬНОГО БЕЛЬЯ ДЕМОНСТРАЦИОННАЯ ВЕРСИЯ

**Дата выпуска отчета:
Март 2008 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 исследования.....	3
Описание исследования	3
Полное содержание исследования	4
Список диграм	7
Список таблиц	8
Выдержки из исследования	9
Объем Рынка в натуральном выражении.....	9
Объем Рынка в денежном выражении.....	9
Темпы роста Рынка	9
Производители Продукции	9
<i>Российские производители</i>	9
Производство в регионах РФ.....	11
Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими розничными компаниями	13

АННОТАЦИЯ

Цель исследования

Цель исследования: анализ текущей ситуации на Рынке постельного белья и тенденций его развития.

ОПИСАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

В ходе исследования решаются следующие задачи:

- Описать макроэкономические факторы, влияющие на Рынок
- Выделить основные сегменты рынка
- Определить емкость и объем рынка
- Кратко описать влияющие рынки
- Выявить основные тенденции рынка
- Описать объемы российского производства
- Выявить основных игроков российского рынка
- Описать крупнейших производителей
- Определить социально-демографические характеристики потребителей
- Определить поведенческие характеристики потребителей
- Описать сбытовую структуру рынка

Кол-во страниц: 98 стр.

Язык отчета: русский

Отчет содержит: 7 диаграмм, 17 таблиц, 2 схемы

ПОЛНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Введение
Методологическая часть
Описание типа исследования
Объект исследования
Цели и задачи исследования
География исследования
Время проведения исследования
Методы сбора данных
Макроэкономические факторы, влияющие на Рынок
Общая экономическая ситуация
Динамика валового внутреннего продукта
Уровень инфляции
Уровень доходов населения
Описание отрасли
Легкая промышленность
Описание влияющих Рынков
Рынок хлопка
Сегментация и структура Рынка по основным видам Продукции
Определение продукции
Законодательные аспекты рынка
Сегментирование продукции по основным наименованиям
Сегментирование продукции форме плетения нитей в ткани
Сегментирование продукции по используемым типам тканей
Сегментирование продукции по размерам изделий
Сегментирование продукции по стране производства: зарубежное/ отечественное
Сегментирование продукции по наличию/отсутствию бренда
Ценовое сегментирование Продукции
Тенденции различных сегментах Продукции
Тенденции в ценовых сегментах
Основные количественные характеристики Рынка
Объем Рынка в натуральном выражении
Объем Рынка в денежном выражении

Темпы роста Рынка
Сбытовая структура Рынка
Цепочка движения товара
Краткое описание основных сегментов участников Рынка
Производители Продукции
Российские производители
Производство в регионах РФ
Торговые марки иностранных производителей, представленные на Рынке
Дистрибуция
Розничный сектор
Основные принципы ценообразования
Конкурентный анализ
Конкуренция между крупнейшими производителями и поставщиками Продукции
Основные параметры конкуренции
Основные производители Рынка. Описание профилей крупнейших компаний
ОАО «Волжская текстильная компания» (ВТК)
ОАО «ХБК «Шуйские ситцы»
Компания «Альянс «Русский Текстиль» (АРТ)
ОАО «Корпорация «Нордтекс»
Сравнительная характеристика крупнейших производителей по основным параметрам
Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими производителями Продукции
Конкуренция между крупнейшими компаниями розничного сектора
Профили крупнейших розничных компаний
Бельпостель
Твой дом
Мир снов
Текстильный центр «Тряпка»
Yves Delorme
L'envie
Фабрика текстиля
Сравнительная характеристика крупнейших розничных компаний по основным описательным параметрам

Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими розничными компаниями

Конкуренция между игроками сектора интернет-торговли

Сравнительная характеристика игроками сектора интернет-торговли

Тенденции в направлении конкуренции между игроками интернет-торговли

Анализ потребителей

Описание потребителей, оценка существующей и потенциальной емкости рынка

Структура потребления Продукции или Услуги по видам и брендам Продукции или Услуги

Структура осведомленности потребителей о марках и поставщиках Продукции или Услуги

Потребительские предпочтения по: видам, маркам Продукции или Услуги

Медиа-предпочтения потребителей (отношение к источникам и формам рекламы Продукции или Услуги)

Основные тенденции в потребительском сегменте

Обобщающие выводы и рекомендации

Факторы, влияющие на развитие Рынка

Риски, связанные с Рынком, способы избежать рисков

Тенденции Рынка

Тенденции в ассортименте Продукции

Тенденции в ценовых сегментах

Тенденции на конкурентном поле

Тенденции в потребительском сегменте

Общие выводы по отчету

Приложение

Приложение 1. Список ГОСТов

Приложение 2. Интернет-магазины постельного белья

СПИСОК ДИГРАММ

Диаграмма 1. Динамика и прогноз ВВП РФ за 2003-2007 гг., млрд. руб.

Диаграмма 2. Уровень инфляции и прогноз 2003 – 2008 (прогноз) гг., %

Диаграмма 3. Динамика реально располагаемых денежных доходов населения, в процентах к соответствующему периоду предыдущего года

Диаграмма 4. Динамика изменения объемов текстильного и швейного производства, % к 1991 году

Диаграмма 5. Динамика изменения индекса текстильного и швейного производства в 2000-2006 гг., %

Диаграмма 6. Доля контрабандной и контрафактной продукции в отрасли, %

Диаграмма 7. Динамика импорта продукции «Пряжа х/б, кроме швейных ниток, с содержанием хлопка по массе 85% и более, не расфасованная для розничной продажи» (код ТН ВЭД 5205) в первых кварталах 2005-2007 г.г., тонн

СПИСОК ТАБЛИЦ

- Таблица 1. Классификация тканей по типу плетения нитей
- Таблица 2. Характеристики основных используемых тканей
- Таблица 3. Классификация существующих типов тканей для постельного белья
- Таблица 4. Торговые марки российских производителей
- Таблица 5. Рейтинг регионов РФ по производству постельного белья в 2007 году
- Таблица 6. Рейтинг регионов по росту цен товара Белье постельное
- Таблица 7. Торговые марки постельного белья и страны производства
- Таблица 8. Игроки сегмента оптовой торговли
- Таблица 9. Финансовые показатели корпорации Нордтекс по результатам 2 квартала 2007 года
- Таблица 10. Сравнительная характеристика крупнейших производителей по основным параметрам
- Таблица 11. Сравнительная характеристика крупнейших розничных компаний по основным описательным параметрам
- Таблица 12. Сравнительная характеристика некоторых игроков сегмента Интернет-торговли
- Таблица 13. Рейтинг марок постельного белья
- Таблица 14. STEP-анализ рынка
- Таблица 15. Возможные риски, связанные с Рынком
- Таблица 16. Список ГОСТов для продукции Рынка постельного белья
- Таблица 17. Список Интернет-магазинов постельного белья
-
- Схема 1. Ценовые сегменты Рынка постельного белья
- Схема 2. Цепочка движения товара на рынке нижнего белья

ВЫДЕРЖКИ ИЗ ИССЛЕДОВАНИЯ

ОБЪЕМ РЫНКА В НАТУРАЛЬНОМ ВЫРАЖЕНИИ

Объем Рынка в натуральном выражении оценивается экспертами в **40-50 млн. комплектов** в год.

ОБЪЕМ РЫНКА В ДЕНЕЖНОМ ВЫРАЖЕНИИ

Размер рынка в денежном выражении оценивается экспертами по-разному.

1. Около **\$2-2,5 млрд.** (без учета сопутствующих сегментов – покрывал, полотенец и т.п.).
2. Около **\$1 млрд.** (*Источник: финансовый директор ООО «Рустекс» Антон Прибылов*).
3. Порядка **\$500 млн.** (*Источник: данные PR-директора корпорации «Нордтекс» Нины Щетининой*).

ТЕМПЫ РОСТА РЫНКА

В настоящий момент наблюдаются положительные изменения на изучаемом Рынке, динамика роста производства которого за последние 5 лет составляет примерно **15-20%** в год.

ПРОИЗВОДИТЕЛИ ПРОДУКЦИИ

РОССИЙСКИЕ ПРОИЗВОДИТЕЛИ

В настоящее время на российском Рынке текстили наблюдается рост активности среди производителей постельного белья. По мнению участников Рынка, у игроков присутствуют **три варианта отношения к процессам развития**:

- § Одни уверены, что вкладывать в оборудование не надо, и уходят из производства текстиля (например, в продажу)
- § Другие понимают, что модернизация жизненно необходима, и занимаются ей.
- § Третьи просто не могут себе этого позволить

В настоящее время на Рынке постельного белья нет крупных участников. Поэтому работа на нем является одним из стратегических направлений крупных текстильных компаний России.

Сейчас на Рынке активизируется сразу несколько отечественных игроков (в алфавитном порядке):

- § «Альянс «Русский Текстиль»
- § «Волжская Текстильная компания» ОАО
- § «Корпорация «Нордтекс» ОАО
- § «ХБК «Шуйские ситцы» ОАО

По данным 2006 года чуть более 15% рынка приходится на компании:

- § «Альянс «Русский Текстиль»
- § «Корпорация «Нордтекс»
- § «Волжская Текстильная компания»

В качестве менее крупных игроков Рынка можно назвать следующие компании:

- § Новая ивановская мануфактура
- § Роско.

Появилось множество марок постельного белья, например «Унисон», «Волшебная ночь», «Хлопковый рай» и др. Эти марки предлагают качественное белье по доступной цене и вполне могут потеснить импорт.

Таблица 1. Торговые марки российских производителей

№	Торговая марка	Производитель
1	Karigus	фабрика «КАРИГУЗ»
2	Legere	фабрика «Диана-плюс»
3	PERSONA	Альянс «Русский текстиль»
4	Волшебная ночь	НордТекс
5	Мона Лиза	Текстильное объединение «Монолит»
6	Непоседа	Альянс «Русский текстиль»
7	Римако	Риммако Текс
8	Ришелье	Фабрика ООО «Ришелье»
9	Романтика	Альянс «Русский текстиль»
10	Тет-а тет	<i>Нет информации</i>
11	Унисон	Альянс «Русский текстиль»

12	Хлопковый рай	ОАО «Волжская текстильная компания»
13	Эго	ООО «Мягкий сон»

Источник: МА Step by Step.

Важной отличительной особенностью российских производителей, в отличие от иностранных, является выстраивание вертикальной интеграции производства. При существующей разрозненности Рынка только такая система позволяет контролировать непрерывность производственных процессов, поскольку даже один день простоя приносит колоссальные убытки, то есть, покупая пряжу или другой полуфабрикат у сторонней компании, предприятие рискует в случае невыполнения ею обязательств остановиться. Вертикальная интеграция позволяет получить гарантии того, что сырье будет поставлено вовремя и качественно переработано. Отметим, что в Европе сегодня распространен аутсорсинг: на западных фабриках навои на ткацкие станки делают сторонние организации, пряжу шлихтуют на одном предприятии, ткют на другом.

Важным моментом в настоящее время является выпуск российскими производителями изделий по иностранным лицензиям. Так, ООО «Максима-Стиль» текстильного холдинга ОАО «Ивановское текстильное объединение» производит коллекцию высококачественного постельного белья под маркой «Samy Torino».

Следует предположить, что следующими шагами производителей будут организация компаний продвижения и поиски путей улучшения качества продукции.

Эксперты отмечают, что планы основных игроков превышают динамику роста российского рынка постельного белья. Очевидно, что увеличивать свою долю предприятия намерены за счет вытеснения конкурентов - в первую очередь импортной продукции и продукции небольших предприятий.

Отметим, что отечественным производителям постельного белья необходимо вести более активное рекламирование своей продукции.

ПРОИЗВОДСТВО В РЕГИОНАХ РФ

Рассмотрим рейтинг российских регионов по росту производства постельного белья в 2007 году.

ТАБЛИЦА 2. РЕЙТИНГ РЕГИОНОВ РФ ПО ПРОИЗВОДСТВУ ПОСТЕЛЬНОГО БЕЛЬЯ В 2007 ГОДУ

№	Регионы	Отношение 2007 к 2006
1	Волгоградская область	31,79
2	Алтайский край	21,43
3	Калужская область	18,93
4	Республика Алтай	15,75
5	Новосибирская область	14,92
6	Приморский край	13,06
7	Ульяновская область	12,69
8	Республика Саха (Якутия)	11,86
9	Пензенская область	11,32
10	Красноярский край	10,52

Источник: Digits in Russia, 2008 г.

Анализ рейтинга регионов по индексу производства товарной группы Белье постельное классификатора ОКП показывает на то, что производству этой товарной группы лидерами 2007 года являются следующие регионы:

- § Волгоградская область,
- § Алтайский край,
- § Калужская область.

Рост цен на продукцию исследуемого Рынка в 2007 году был незначителен. В приведенной ниже таблице показаны 10 регионов, рост цен в 2007 году в которых был наибольшим.

На Рынке представлены специализированные сети и магазины по продаже постельного белья, а также прочих текстильных изделий. Выделим следующих игроков данной специфики:

- § «Бельпостель»
- § «Мир снов»
- § Текстильный центр «Тряпка»
- § «Yves Delorme»
- § «L'envie»
- § Фабрика текстиля
- § Сны и секреты
- § Cleanelly
- § Togas
- § Lege Alto

§ Идеал – интерьер

§ Мона Лиза

Более подробно некоторые из перечисленных игроков рассматриваются в разделе «[Конкурентный анализ](#)»

Отметим также, что велика доля продукции, особенно в дешевом сегменте, которая все еще реализуется на вещевых рынках, с лотков.

Кроме того, сильно развит такой канал продаж, как Интернет-торговля. В Интернет-магазинах, реализующих постельное белье, представлена, главным образом, продукция высокого- и премиум сегментов.

Более подробно игроки, специализирующиеся на Интернет-торговле, рассмотрены ниже.

ТЕНДЕНЦИИ В НАПРАВЛЕНИИ КОНКУРЕНЦИИ МЕЖДУ КРУПНЕЙШИМИ РОЗНИЧНЫМИ КОМПАНИЯМИ

1. Итак, на розничном рынке происходят значимые перемены с точки зрения развития сетевых игроков. Сокращается доля одиночных магазинов.
2. Большинство розничных точек, специализирующихся на торговле текстилем, располагаются либо вблизи станций метрополитена, либо в торговых комплексах на оживленных перекрестках, на пересечении основных людских потоков. Это связано с тем, что, для любого розничного магазина, торгующего предметами домашнего текстиля (в том числе постельным бельем) важна высокая проходная способность.
3. Большинство розничных сетей города, в последнее время, пытаются либо в значительной мере увеличить ассортимент, в рамках понятия «домашний текстиль»
4. Сети гипермаркетов, предлагающих товары для дома включают в свой ассортимент домашний текстиль. Главным преимуществом гипермаркетов остается возможность совместной покупки (все: от продуктов до бытовой



техники в одном месте) и по сравнительно низким ценам. В такой ситуации для поддержания конкурентоспособности розничные сети вынуждены либо находить собственные ниши, либо существенно расширять ассортимент. Например формат «все, что нужно в рамках домашнего текстиля» сети «Фабрика текстиля» или спектр полезных мелочей для женщин Санкт-Петербургской сети «Модница».

Группа Компаний Step by Step работает на рынке 7 лет, осуществляет полный комплекс консалтинговых и маркетинговых услуг, создавая возможность поддержки управленческих решений и развития бизнеса своих клиентов в следующих областях:

- Управленческий и маркетинговый консалтинг
- Брендинг
- Маркетинговые исследования
- Исследования и консалтинг в недвижимости

В состав Группы Компаний Step by Step входят такие подразделения, как:

- Step by Step Консалтинг
- Step by Step Исследования
- Step by Step Недвижимость
- Аналитический центр SbS Аналитика
- Call-центр MarketPhone

Ведущие специалисты Группы Компаний Step by Step состоят в таких профессиональных организациях, как Международная Ассоциация



Профессионалов в области исследований общественного мнения и маркетинга (ESOMAR), НГПК (Национальная Гильдия Профессиональных Консультантов), Гильдия Маркетологов, РАРИ (Российская Ассоциация Рыночных Исследований), Московская ТПП.

На сегодняшний день в портфеле Группы Компаний Step by Step более 300 реализованных проектов. Мы гордимся сотрудничеством с такими организациями, как ОАО "Связьинвест", РАО "ЕЭС РФ", "АйТи", Компания "Русский бисквит", ТД "Снежная королева", кофейни "Мокко", ЗАО RENOVA, группа компаний РБК, группа компаний ТЕКОН, HITACHI ltd, Honeywell, ассоциации экспортеров Бразилии (APEX), ЗАО «Детский мир», Blackwood, Система Галс.