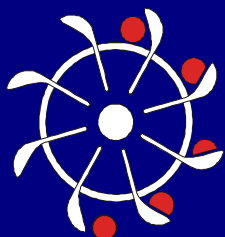


АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОТЧЕТ ПО МАРКЕТИНГОВОМУ ИССЛЕДОВАНИЮ АНАЛИЗ РЫНКА СПЕЦОДЕЖДЫ

ДЕМОНСТРАЦИОННАЯ ВЕРСИЯ

**Дата выпуска отчета:
ноябрь 2006 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

Аннотация	3
Цель исследования.....	3
Описание исследования.....	3
Полное содержание исследования	5
Список диаграмм	8
Список таблиц	9
Список схем	10
Список приложений.....	11
Выдержки из исследования.....	12
Сегментирование продукции по основным наименованиям	12

АННОТАЦИЯ

Цель исследования

Анализ основных характеристик и перспектив развития российского рынка спецодежды.

Описание исследования

Настоящее исследование написано по результатам кабинетного исследования, на основе анализа вторичных материалов. В данном отчете были обновлены данные таможенной статистики, проведен анализ рисков на Рынке, а так же сделаны некоторые прогнозы относительно развития рынка в 2007 – 2010 гг.

В отчете решены следующие задачи:

- Описана макроэкономическая ситуация на Рынке
- Описаны законодательства и стандарты отрасли
- Выделены основные сегменты Рынка
- Определены количественные характеристики Рынка (объем и темпы роста)
- Описана сбытовая структура Рынка
- Описаны особенности ценообразования на Рынке
- Рассмотрена структура импорта-экспорта на Рынке на основе анализа таможенных баз 2005 года
- Выделены основные игроки на Рынке и произведен анализ их положения
- Рассмотрены потребители на Рынке
- Произведен анализ рисков на Рынке
- Выделены и проанализированы тенденции на Рынке

Данное исследование будет представлять интерес для:

- производителей спецодежды
- поставщиков на рынке (текстиля, готовых изделий, оборудования и т.д.)
- инвесторов на Рынке
- предприятий - потребителей спецодежды

Кол-во страниц: 84 стр.

Язык отчета: русский

Отчет содержит: 7 диаграмм, 12 таблиц, 2 схемы, 2 приложения.

ПОЛНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Введение
Методологическая часть
Описание типа исследования
Объект исследования
Цели и задачи исследования
География исследования
Время проведения исследования
Целевая аудитория
Методы сбора данных
Макроэкономические факторы, влияющие на Рынок
Общая экономическая ситуация
Динамика валового внутреннего продукта
Уровень инфляции
Уровень доходов населения
Инвестиции
Законодательство и стандарты отрасли
Описание влияющих Рынков
Рынок тканей (рынок текстиля)
Сегментация и структура Рынка по основным видам Продукции
Сегментирование продукции по основным наименованиям
Сегментация в зависимости от конечного заказчика
Сегментация по видам
Сегментация по европейским стандартам
Сегментация по отраслевой принадлежности спецодежды
Сегментация по технологии употребления
Ценовое сегментирование Продукции
Основные количественные характеристики Рынка
Объем Рынка
Темпы роста Рынка
Объемы российского производства, импорта и экспорта
Импорт продукции
Объемы импорта

Основные страны-импортеры
Основные компании-импортеры
Основные виды импортируемой продукции
Российское производство
Объемы российского производства
Основные российские компании-производители
Соотношение объемов импорта и российского производства
Экспорт продукции
Объемы экспорта
Основные страны-экспортеры
Основные компании-экспортеры
Основные виды экспортируемой Продукции
Соотношение экспорта и импорта
Сбытовая структура Рынка
Основные принципы ценообразования
Цепочка движения товара
Краткое описание основных сегментов участников Рынка
Производители Продукции
Дистрибьюторы продукции
Розничный сектор
Основные методы продвижения на Рынке
Конкурентный анализ
Конкуренция между крупнейшими производителями и поставщиками Продукции
Основные параметры конкуренции
Основные производители Рынка. Описание профилей крупнейших компаний
Сравнительная характеристика крупнейших игроков Рынка по основным параметрам
Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими игроками Рынка
Конкуренция между крупнейшими компаниями розничного сектора
Анализ потребителей
Описание потребителей, оценка существующей и потенциальной емкости рынка
Сегментация потребителей с описанием и количественной оценкой сегментов
Степень активности в потреблении Продукции. Количество Продукции потребляемого одним потребителем за единицу времени

Потребительские предпочтения по: видам, маркам Продукции
Неудовлетворенные потребности
Потребительские мотивации и поведение при покупке Продукции
Основные мотивы приобретения спецодежды
Сценарий покупки
Обобщающие выводы и рекомендации
Факторы, благоприятствующие развитию Рынка
Сдерживающие факторы Рынка/анализ рисков
Пустующие ниши на Рынке
Тенденции Рынка
Тенденции в ассортименте Продукции
Тенденции по основным количественным показателям Рынка
Тенденции на конкурентном поле
Тенденции в потребительском сегменте
Общие выводы по отчету
Приложения

СПИСОК ДИАГРАММ

Диаграмма 1. Динамика и прогноз ВВП РФ за 2002-2007 гг., %

Диаграмма 2. Уровень инфляции, в % к декабрю
Диаграмма 3. Динамика реально располагаемых денежных доходов населения, в процентах к соответствующему периоду предыдущего года

Диаграмма 4. Темпы роста инвестиций в основной капитал за счет всех источников финансирования нарастающим итогом к соответствующему периоду предыдущего года

Диаграмма 5. Доли основных видов спецодежды на рынке

Диаграмма 6. Доли крупнейших компаний на рынке спецодежды

Диаграмма 7. Средние траты на приобретение средств защиты ежемесячно на человека, \$

СПИСОК ТАБЛИЦ

Таблица 1. Основные виды тканей и их характеристики

Таблица 2. Некоторые производители текстиля для спецодежды

Таблица 3. Основные страны-импортеры спецодежды в 2005 году, в стоимостном выражении

Таблица 4. Основные компании-импортеры спецодежды в 2005 году, в стоимостном выражении

Таблица 5. Основные виды продукции, импортированные в Россию

Таблица 6. Основные страны-экспортеры спецодежды в 2005 году, в стоимостном выражении

Таблица 7. Основные компании-экспортеры спецодежды в 2005 году, в стоимостном выражении

Таблица 8. Основные виды продукции, экспортированные из России

Таблица 3. Соотношение объемов экспорта и импорта обоев

Таблица 4. Розничные магазины фирм-производителей спецодежды

Таблица 5. Сравнительная характеристика крупнейших игроков Рынка

Таблица 6. Возможные риски, связанные с Рынком

СПИСОК СХЕМ

Схема 1. Сравнение основных характеристик тканей для спецодежды

Схема 2. Описание основных каналов товародвижения

СПИСОК ПРИЛОЖЕНИЙ

Приложение 1. Обозначения защитных параметров спецодежды

Приложение 2. ГОСТы, применяемые на Рынке спецодежды

ВЫДЕРЖКИ ИЗ ИССЛЕДОВАНИЯ

СЕГМЕНТИРОВАНИЕ ПРОДУКЦИИ ПО ОСНОВНЫМ НАИМЕНОВАНИЯМ

Спецодежда – включает в себя множество категорий, различных по назначению, виду, цели использования и другим характеристикам.

СЕГМЕНТАЦИЯ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ КОНЕЧНОГО ЗАКАЗЧИКА

Производимую специальную одежду можно разделить на группы, в зависимости от конечного заказчика:

- Спецодежда, производимая по госзаказу для государственных производственных предприятий и ведомств;
- Спецодежда, производимая для армии;
- Спецодежда, производимая для частных (акционерных) производственных предприятий и объединений;
- Спецодежда, производимая для медицинских учреждений.

СЕГМЕНТАЦИЯ ПО ВИДАМ

Можно выделить следующие виды спецодежды:

- Одежда
 - костюмы
 - халаты
 - ватные куртки
 - костюмы
 - костюмы утепленные
 - комбинезоны рабочие
 - полукомбинезоны
 - брюки
 - ватные брюки
 - плащи
 - фартуки
 - платья
 - сарафаны
 - жилеты (сигнальные, защитные)

- тулупы
- пальто/полупальто

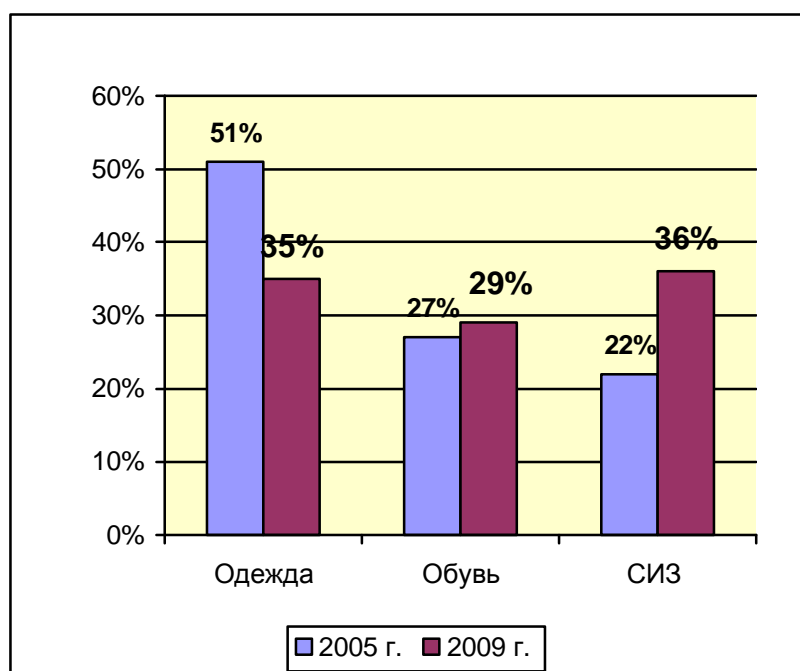
q Обувь

- ботинки, полуботинки
- сапоги (резиновые, утепленные)
- сапоги с удлиненным/укороченным голенищем
- валенки
- тапочки
- галоши
- унты, чувяки
- щитки, ботфорты, наколенники, портянки
- суконные ботинки

q Средства индивидуальной защиты (СИЗ)

- перчатки, рукавицы
- специальные головные уборы
- защитные очки
- продукция краткосрочного использования

ДИАГРАММА 1. Доли основных видов спецодежды на рынке, в %



Источник «Бизнес», 2005 г.

На сегодняшний день наибольшую долю Рынка занимает сегмент одежды (51%). Доля обуви и СИЗ примерно одинакова (27% и 22% соответственно). Однако, по прогнозам участников Рынка, **к 2009 году доля обуви и СИЗ вырастет до 29% и 36% соответственно**. Это связано с адаптацией российских ГОСТов к европейским нормам.

Евгений Шувалов, вице-президент Ассоциации предприятий текстильной и легкой промышленности «Восток-Сервис», уверяет, что к 2008-2009 годам российский рынок спецодежды приобретет европейские очертания, существенно увеличив долю СИЗ.

Высокая доля обуви будет обусловлена следующими факторами:

- Обувь практически не импортируют. Причиной этого являются высокие таможенные пошлины, увеличивающие стоимость продукции почти вдвое.
- Главным преимуществом российских производителей обуви является уникальный опыт в области создания утепленной обуви.
- Импорт обуви из стран Юго-Восточной Азии также не развит, поскольку в этих странах нет ни технологии, ни культуры производства.

Сегментация по европейским стандартам

По европейским стандартам, специальную одежду делят на пять типов:

- Защитная (о защитных параметрах спецодежды см. в [Приложении](#))
- Рабочая
- Профессиональная повседневная
- Деловая
- Униформа

Примечательно то, что крупные производители стараются представлять бренды во всех пяти нишах.

Сегментация по отраслевой принадлежности спецодежды

На основании той отрасли, в которой применяется спецодежда, можно провести сегментацию:

- металлургия

- нефтегазовый комплекс
- машиностроение
- строительство
- медицина
- общепит
- бытовое обслуживание
- энергетика
- горное дело
- силовые и охранные структуры
- и прочие.

Для каждой отрасли характерно наличие специфических требований к спецодежде. Так, например, для металлургии важно наличие таких свойств как огнеупорность, защита от тепла и т.п. Важен состав и свойства тканей.

Сегментация по технологии употребления

- Евроспецодежда - корпоративная и спецодежда по индивидуальным заказам. Данный вид спецодежды также можно назвать униформой. Используется с целью поддержания корпоративного стиля.
- «Черная» спецодежда - защитная и рабочая одежда. Для черной спецодежды характерно требования особых защитных характеристик. Данный вид спецодежды используется, в основном, в производственных отраслях: металлургия, нефтеобработка, строительство и т.д.

Ценовое сегментирование продукции

На Рынке выделяют три основных ценовых категории:

- Низкая ценовая категория (традиционная одежда)
- Средняя ценовая категория (одежда среднего класса, «евроодежда»)
- Высокая ценовая категория (элитная продукция)

Спецодежда низкого ценового сегмента

Дешевая одежда пошита из недорогих тканей и материалов. Традиционно к низкой ценовой категории относят простую рабочую одежду, к которой не предъявляют высокие требования по качеству материалов и изготовления. Цена,

например, комплекта «комбинезон + куртка» колеблется **в пределах 200-500 рублей**. Приобретение такой одежды характерно для отраслей с недостаточным финансированием (государственный бюджет).

Производством одежды низкой ценовой категории занимаются в основном мелкие кустарные предприятия, которые обеспечивают рынок большим количеством такой продукции. Продукция такого типа не всегда может быть из качественных материалов.

СПЕЦОДЕЖДА СРЕДНЕГО ЦЕНОВОГО СЕГМЕНТА

Рабочая одежда средней стоимости или «евроодежда» - самый распространенный на сегодняшний день вид спецодежды. Такие комплекты заказывают большинство крупных предприятий для своих работников. Одежду этой категории можно охарактеризовать как корпоративную, поскольку менеджеры фирм стараются закупать именно такую продукцию. Так, в среднем, цена за комплект «комбинезон + куртка» будет **от 700 до 2500 рублей**, в зависимости от используемого материала.

Большую часть спецодежды среднего ценового сегмента производят на заказ для крупных фирм большими партиями, не разрабатывая специального дизайна и марки.

Все ведущие российские производители являются предприятиями, которые ориентируются в основном на средних покупателей. В данном случае цель предприятий такого сегмента – широкий ассортимент, возможность индивидуализации одежды с помощью нашивок и гравировок.

Основные компании-производители:

- «Восток - сервис»
- «Полигон – М»
- «Спецодежда»
- «Тракт»

СПЕЦОДЕЖДА ВЫСОКОГО ЦЕНОВОГО СЕКМЕНТА

Дорогая спецодежда, как правило, изготавливается с использованием дорогих марочных тканей и материалов.

Элитная продукция – продукция идущая под заказ. Чаще всего такую продукцию покупают у иностранных производителей. Отечественные производители предлагают продукцию подобного рода под индивидуальный заказ: разработка собственных выкроек, подбор материалов (вариации импортные - российские), разработка коллекций и проч. услуги. Все это может обойтись заказчику недешево: комплект «комбинезон + куртка» будет стоить **от 2500 рублей** и выше.

Элитную продукцию высокой ценовой категории производят как отечественные, так иностранные производители, которые по заказу выполняют полный спектр работ по разработке униформы для персонала. В качестве примера такого типа продукции можно привести пальто швейцара, спенсер мужской, мантия для судьи. Доля такого рода одежды на рынке очень мала.

Основные компании-производители:

- q Corwell Agency
- q «М-Стиль»
- q «Униформа»

В настоящее время сформировалась **ниша корпоративной одежды**. Это одежда двойного назначения - приспособленная к условиям работы в данной компании и одновременно создающая ей положительный имидж в глазах клиентуры.

Маркетинговое Агентство Step by Step работает на рынке маркетинговых услуг 5 лет. Сегодня мы активные участники следующих **рынков**:

- Рынок недвижимости
- Рынок торговой недвижимости
- Рынок торговых предприятий
- Рынок промышленных предприятий
- Рынок HoReCa
- ИТ-рынок

Готовые инициативные исследования занимают в портфеле нашего Агентства значительную долю. На сегодняшний день мы являемся лидерами рынка инициативных исследований. В портфеле Маркетингового Агентства 100 готовых исследований (с каждым днем их количество увеличивается) по ключевым направлениям работы Агентства, а так же по многим перспективным и развивающимся рынкам.

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**. Благодаря этому, мы предлагаем:

- Услугу «Бесплатный вызов» из регионов (8-800)
- Актуализация и формирование баз данных.
- Исходящий и входящий телемаркетинг
- Интервьюирование потребителей
- Оценку эффективности рекламы
- Информационную поддержку рекламных и PR-акций
- Маркетинговое Агентство Step by Step предлагает своим Заказчикам услуги по разработке бизнес-планов, по проведению экспертизы уже существующих бизнес-планов у сертифицированных специалистов и лидеров рынка
- Наши специалисты помогут вам в кратчайшие сроки ввести на предприятии систему бизнес-планирования, подготовят необходимые документы и обоснования, проведут специализированные тренинги, минимизируют издержки

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, Honeywell, Colan, Медialog, Алькотрейдинг, ассоциации экспортеров Бразилии (APEX), ЗАО «Детский мир», АРТ-Билдинг и многие другие.