

РОССИЙСКИЙ РЫНОК ДЕТСКОЙ ОДЕЖДЫ И ОБУВИ

Татьяна Мерзлякова

Рынок детской одежды и обуви в настоящее время активно развивается. В первую очередь это связано с повышением уровня рождаемости в стране, а также с тем, что рынок детской обуви далеко не так насыщен, как рынок обуви в целом.

Сегодня продукция для детей является отдельной категорией для продвижения. Детская одежда и обувь стали целым направлением в моде, открываются специализированные магазины, ежегодно разрабатываются новые коллекции. Многие знаменитые дизайнеры стали включать в свои коллекции детскую одежду. Развитие детского сегмента вызвало приход в нашу страну иностранных игроков.

Стоит отметить, что данный сегмент активно регулируется со стороны государства. В связи с тем, что на рынке присутствует большое количество иностранных компаний, встал вопрос о качестве продукции и конкурентоспособности отечественного производителя. Таким образом, государственная политика на рынке детской обуви реализуется в двух направлениях: во-первых, это установление норм и контроль качества и безопасности детской обуви, во-вторых, экономическая защита отечественных производителей.

Детские товары включены в перечень товаров, подлежащих обязательной сертификации. Рассмотрим наиболее важные законодательные документы, регулирующие рынок детской одежды и обуви.

Прежде всего, следует упомянуть ГОСТ 26165-2003 «Обувь детская. Общие технические условия», который распространяется на все виды детской обуви.

1 июля 2012 года вступил в силу Технический регламент Таможенного союза «О безопасности продукции, предназначенной для детей и подростков», в котором устанавливаются требования для продукции, выпускаемой в розничную продажу на террито-

рии Таможенного союза, независимо от страны производства. В данном регламенте прописаны требования к детской обуви, обеспечивающие ее механическую и биологическую безопасность для детей.

Качество детской одежды регулируется следующими документами:

- Санитарно-эпидемиологические правила и нормативы «Гигиенические требования к одежде для детей, подростков и взрослых, товарам детского ассортимента и материалам для изделий (изделиям), контактирующим с кожей человека. СанПиН 2.4.7/1.1.1286-03», утв. по-

становлением главного государственного санитарного врача РФ от 17.04.2003 № 51 (ред. от 28.06.2010);

- Межгосударственный стандарт «Изделия швейные бельевые. Общие технические условия. ГОСТ 25296-2003», утв. приказом Ростехрегулирования от 15.06.2005 №155.

17 июня 2013 года во многом благодаря профессиональным организациям и ассоциациям была утверждена стратегия развития индустрии детских товаров на период до 2020 года. Распоряжение подготовлено Минпромторгом России во исполнение Национальной стратегии действий в интересах детей на 2012–2017 годы, утвержденной Указом Президента Российской Федерации от 1 июня 2012 года № 761, и распоряжения Правительства Российской Федерации от 15 октября 2012 года № 1916-р.

Стратегия предполагает:

- унификацию перечней детской продукции, по отношению к которым будут действовать одинаковые требования;
- совершенствование таможенного контроля за экспортно-импортными операциями, связанными с детскими товарами;
- оказание поддержки обновлению технологической базы предприятий

«»

Невзирая на проблемы, присущие российской экономике в целом, рынок детской одежды и обуви развивается весьма успешно, его перспективы можно оценить как благоприятные.



Татьяна Мерзлякова

Менеджер по маркетингу, ГК Step by Step.

В рамках профессиональной деятельности по направлению PR выполняет работу, связанную с взаимодействием со СМИ. Занимается также организацией участия компании в различных мероприятиях, подготовкой материалов для выступлений. Эксперт конференций.

В рамках профессиональной деятельности в сфере маркетинговой аналитики были реализованы проекты разной конфигурации.

индустрии детских товаров за счет средств, предусмотренных в рамках государственной программы «Развитие промышленности и повышение ее конкурентоспособности» и некоторых других государственных программ;

- осуществление мероприятий по стимулированию спроса на продукцию сектора;
- улучшение кадрового обеспечения потребностей сектора.

Несмотря на то что данные отрасли активно регулируются со стороны государства, у них существуют некоторые проблемы. Одной из главных проблем на российском рынке детской одежды и обуви является присутствие большой доли контрафактной продукции, что негативно сказывается на отечественном производстве. Возникает вопрос конкуренции между ле-

гальным производителем и поставщиком подделок. Становится затруднительно конкурировать с поставщиком подделок из-за низких цен.

В течение последних четырех лет наблюдается снижение объемов производства детской обуви на территории Российской Федерации. Данный факт связан как с вытеснением отечественной продукции импортом, так и с тем, что некоторые компании предпочитают размещать производство за пределами Российской Федерации (рис. 1).

Как отмечают эксперты, еще одной проблемой, возникающей на рынке детской одежды, является отсутствие кадров. На данный момент производством детской одежды занимаются люди, которые имеют смежную специальность, например, швея, дизайнер, конструктор одежды, не знающие детской специфики (физиоло-

гии и психологии). В связи с этим существует необходимость создания специализированных обучающих программ. Соответственно, существует потребность в создании профессиональных государственных стандартов обучения, а также в разработке механизма аккредитации образовательных программ. Все это возможно только при наличии государственной поддержки.

Раз мы затронули вопрос о ценах на российском рынке, рассмотрим особенности рынка детской одежды и обуви, которые влекут за собой высокий уровень цен в нашей стране:

- высокая доля в конечной цене дистрибуторской наценки;
- наценки, обусловленные недостаточной развитостью прямых связей между производителями и организациями торговли;
- особенностями таможенного администрирования, выражающегося в высоких затратах на таможенное оформление ввозимой продукции.

На российском рынке детской обуви можно выделить следующие ценовые сегменты (рис. 2):

- низкий (до 900 рублей);
- средний (цена пары может составлять 900–3500 рублей);
- высокий (более 3500 рублей).

Низкий ценовой сегмент представлен продукцией российских производителей и обувью, поступающей из стран Юго-Восточной Азии. В настоящее время он занимает самую значительную часть российского обувного рынка. Средняя ценовая ниша представлена обувью преимущественно российских производителей,

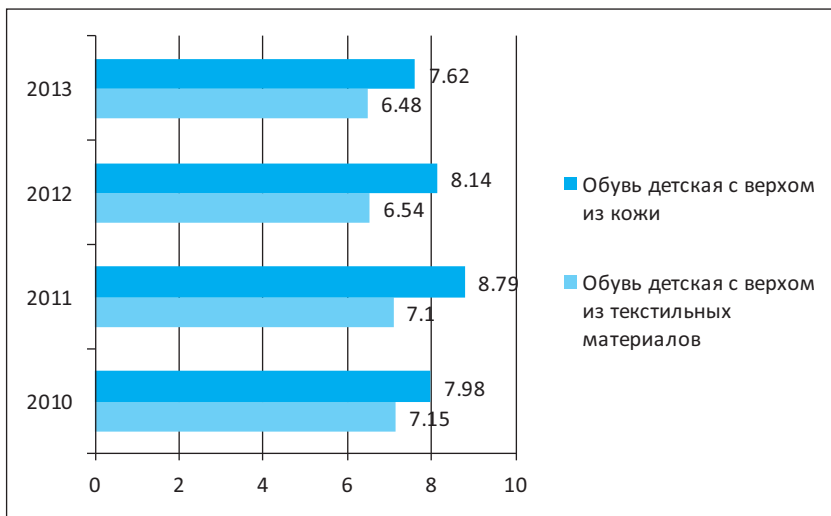


Рис. 1. Динамика производства детской обуви, млн пар.
Источник: ГК Step by Step

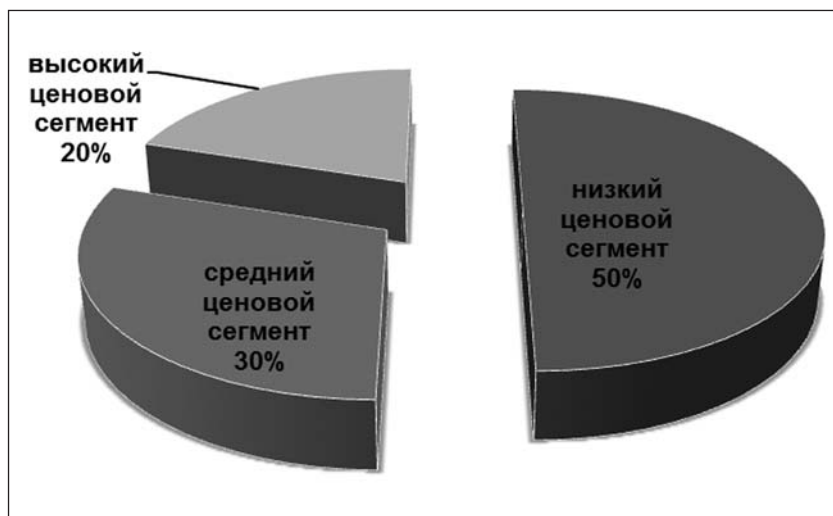


Рис. 2. Соотношение ценовых сегментов на рынке детской обуви.
Источник: ГК Step by Step, 2013 год

так как этот сегмент рынка дает значительный оборот от реализации.

В сегменте детской одежды значительная доля рынка приходится на низкий ценовой сегмент и составляет около 75% от всей детской одежды. В низком ценовом сегменте господствуют товары турецкого и китайского производства. В высоком ценовом сегменте преобладают товары европейского производства.

Таким образом, на отечественном рынке детской одежды и обуви присутствует отечественная и импортная продукция.

Основными странами – импортерами детской одежды являются:

- Китай;
- Турция;
- страны Юго-восточной Азии;
- Финляндия;
- Германия.

Российский рынок детской одежды является рынком импорта. Доля ввозимых товаров на нем достигает 80%. Это связано с тем, что отечественным производителям тяжело конкурировать по цене с импортом в нижней и средней ценовой категории, так как себестоимость производства в Китае ниже, чем в России. В связи с этим высокая доля контрафактной продукции и «серого» импорта на рынке детской одежды оказывает дополнительное давление на российских произво-

дителей и ставит их в невыгодные конкурентные условия.

Также затрудняет развитие российского производства то, что российские компании пока не обладают достаточно развитыми брендами, чтобы конкурировать с марочной импортной продукцией высокого качества.

На рынке детской обуви основной страной – производителем импорта для России является Китай, его доля составляет 83,92% в натуральном выражении от общего объема импорта. В четверку лидеров стран-производителей импорта входят также Вьетнам, Турция и Индонезия. На их долю приходится около 16% импорта в денежном выражении.

Как отмечают игроки рынка, в настоящее время изменяются предпочтения покупателей. У потребителей возрастают требования к качеству продукции, увеличивается спрос на брендованную обувь и одежду. Активно развивается сегмент интернет-торговли.

Тенденции, характеризующие отечественных потребителей детской одежды и обуви:

- рост информированности потребителей;
- увеличение доли семейных расходов на приобретение товаров для детей;
- изменение культуры потребления детских товаров – покупатели сегодня в большей степени ориентируются на качество товара, а не на цену;
- изменение норм потребления (чаще покупают одежду по размеру, а не на вырост);
- большое внимание уделяется модным тенденциям;
- предпочтение вещей импортного производства;
- возрастает значение бренда;
- пользуется спросом одежда с изображениями героев известных мультфильмов (Winx, Смешарики, HelloKitty).

Таким образом, невзирая на проблемы, присущие российской экономике в целом, рынок детской одежды и



Сегодня у потребителей возрастают требования к качеству продукции, увеличивается спрос на брендованную обувь и одежду. Активно развивается сегмент интернет-торговли.

обуви развивается весьма успешно, его перспективы можно оценить как благоприятные. Рынок детской обуви и одежды является привлекательным сегментом для развития бизнеса.

У вас есть мнение по данной теме и вы хотите им поделиться с коллегами? Напишите нам – editor@assortimentmagazina.ru!