

Выявление объема, структуры, доли «серого» сегмента на российском рынке обуви

ОГЛАВЛЕНИЕ

Оглавление	2
Ситуация на российском розничном рынке обуви в целом	3
Ключевые выводы.....	3
Структура розничного рынка обуви.....	4
Оценка доли сегмента контрафактной продукции	8
Доля сегмента франчайзинга	10
Численность занятых в розничных продажах обуви.....	11
Оценка величины несобранных налогов на розничном рынке обуви.....	11
Оценка объема и структуры рынка розничных продаж обуви	14
Владимир	14
Иваново	17
Екатеринбург	21
Сравнение основных результатов в трех городах.....	24
Оценка доли сегмента контрафактной продукции в структуре рынка розничных продаж обуви	26
Владимир	26
Иваново	28
Екатеринбург	30
Сравнение основных результатов в трех городах.....	32
Доля сегмента франчайзинга в структуре рынка розничных продаж обуви	33
Владимир	33
Иваново	33
Екатеринбург	34
Сравнение основных результатов в трех городах.....	35
Оценка ассортиментной позиции других товаров в магазинах обуви	36
Владимир	36
Иваново	37
Екатеринбург	38
Сравнение основных результатов в трех городах.....	40
Оценка месторасположения магазинов обуви	41
Владимир	41
Иваново	42
Екатеринбург	43
Сравнение основных результатов в трех городах.....	44
Оценка величины несобранного НДС на розничном рынке обуви	46
Владимир	46
Иваново	46
Екатеринбург	47
Сравнение основных результатов в трех городах.....	48
Методология исследования	49
Список диаграмм	50

СИТУАЦИЯ НА РОССИЙСКОМ РОЗНИЧНОМ РЫНКЕ ОБУВИ В ЦЕЛОМ

Ключевые выводы

Проведенное исследование подтвердило публикации в российских СМИ и обсуждения на отраслевых конференциях о присутствии на российском рынке значительного количества обувного контрафакта, а также наличие большого числа «серых» компаний, использующих налоговый режим ЕНВД с целью существенной экономии на налогах.

Это приводит к сложностям у средних и крупных обувных игроков, некоторые из которых так и не смогли преодолеть негативные последствия кризиса: банкротство Primorosso, «ЦентОбувь», Carlo Pazolini, Obuv.com; сильнейшее сокращение розницы у «Сити-Обувь», «Маттино», «Фабрика Обуви». Из крупных игроков только сетям Mascotte и Thomas Munz удалось спастись от убытков и закрытий магазинов, передав права на торговые марки холдингу ZENDEN.

Сейчас в Правительстве и отрасли разрабатывается целый ряд мер, направленных на пресечение данных механизмов: с 2019 года планируется внедрение маркировки обуви, а с июля 2018 года (для некоторых категорий бизнеса с июля 2019 года) онлайн кассы становятся обязательными для всех предпринимателей на ЕНВД.

Эти меры помогут обелить российский рынок обуви, повысить собираемость налогов и уменьшить долю контрафактной продукции. Однако в настоящий момент времени ситуация сложная.

Ключевые выводы по итогам исследования российского рынка обуви:

1. **Большая часть обувных магазинов в России использует режим ЕНВД не по назначению.** На **1 рубль** выручки реального малого бизнеса, для которого изначально предназначен режим ЕНВД, приходится **1,7 рубля** выручки «серых» обувных ретейлеров, использующих непрозрачность режима ЕНВД для незаконного дробления бизнеса или продажи контрафакта, фальсификата, контрабанды.
2. **Каждая вторая пара обуви** в России (49,3% или 266 млн пар в год) продается в «сером» сегменте, с нарушением законодательства. Ежегодный убыток государства только вследствие неуплаты налогов в полном размере составляет **минимум 22 млрд руб.**
3. **Каждый третий обувной магазин** в России содержит в своем ассортименте обувь, имитирующую продукцию известных брендов (т.е. контрафакт). Всего через эти магазины продается порядка 215 млн. пар обуви в год, что составляет **ровно 1/3** обувного рынка.
4. **Почти половина сотрудников**, занятых в сфере розничных продаж обуви в России (43% или 82 тыс. человек), **работает в «серых» сегментах рынка.** Специфика «серого» бизнеса предполагает максимальную, в том числе незаконную, экономию на всех налогах и взносах. Это создает дополнительные риски в полноценном обеспечении сотрудников пенсионными и социальными отчислениями, перекладывает на государство и остальных граждан оплату используемых ими социальных услуг (медицина, образование и т.п.).
5. **Недобросовестные формы бизнеса создают нечестную конкуренцию на всех форматах торговых площадей.** «Серый» ретейл и контрафактная продукция не являются исключительной особенностью рынков, торговых рядов и других нецивилизованных форматов торговли. Как видно из таблицы, добросовестный бизнес вытесняется из всех торговых форматов.

КАНАЛЫ ПРОДАЖ	«БЕЛЫЕ» ИГРОКИ (% ОТ ТОРГОВОЙ ПЛОЩАДИ)	«СЕРЫЕ» ИГРОКИ (% ОТ ТОРГОВОЙ ПЛОЩАДИ)
ТОРГОВЫЕ ЦЕНТРЫ	64,4%	35,6%
УЛИЧНЫЙ РЕТЕЙЛ	53,3%	46,7%
ТОРГОВЫЕ РЯДЫ/ РЫНКИ	37,6%	62,4%

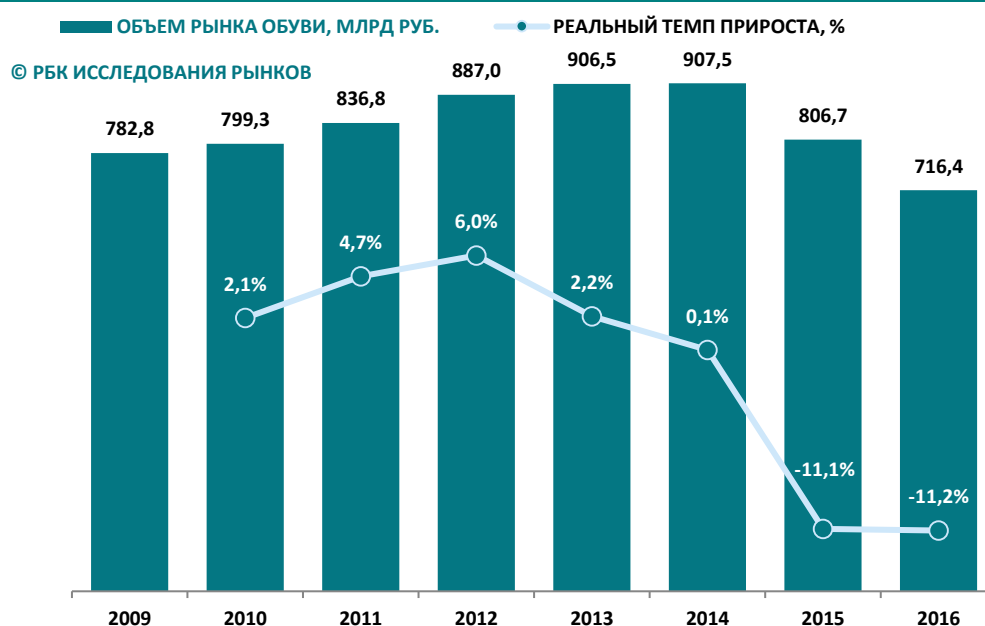
Структура розничного рынка обуви

2015 – 2016 гг. оказались достаточно сложным периодом для российского обувного ретейла. По результатам 2015 года розничные продажи обуви в сопоставимых ценах снизились на 11%, составив 806,7 млрд руб. В 2016 году падение продаж обуви продолжилось: по итогам года объем продаж обуви в России (в сопоставимых ценах 2016 г.) сократился на 11,2%, составив 716,4 млрд руб. Таким образом, за два года снижение оборота российского рынка обуви составило около 21%. Столь существенное падение объемов продаж было обусловлено как снижением импорта, составившим порядка 36% в денежном выражении (в 2015 г.), так и значительным сокращением потребительского спроса на обувь ввиду роста цен и падения реальных располагаемых доходов россиян.

Несмотря на такую динамику темпов прироста продаж обуви в 2015 – 2016 гг., существуют предпосылки для преодоления кризиса на обувном рынке. Увеличению продаж в ближайшем будущем будут способствовать постепенный рост реальных доходов и усиление экономической уверенности россиян, отложенный спрос на некоторые виды обуви, возможное снижение зависимости ретейлеров от импортных моделей/комплектующих и развитие отечественного производства. К слову, производство обуви в России по итогам 2016 года выросло на 5,4% в натуральном выражении (в отличие от объема импорта), что говорит о начавшемся процессе импортозамещения в обувной отрасли.

Вместе с тем, на фоне обращений ведущих обувных ретейлеров в Минпромторг по поводу засилья серого импорта и контрафактного товара, рост отечественного производства и отрасли в целом (имеется в виду «белый» бизнес) находится под угрозой. Поэтому основная цель данного исследования – оценить реальную ситуацию на рынке.

Рис. 1. Динамика объема продаж обуви в 2009-2016 гг. (в сопоставимых ценах 2016 г.), млрд руб., %



Источник: Росстат, РБК Исследования рынков

По итогам проведения исследования рынок розничных продаж обуви был разделен на четыре основных сегмента:

1. **«Белый»** – данный сегмент рынка составляют преимущественно крупные сетевые игроки, а также незначительное количество небольших сетей и одиночных магазинов. Отличительной особенностью компаний данного сегмента является работа на общей системе налогообложения, с уплатой всех взносов и налогов, включая НДС. Компании, работающие в сегменте, сдают отчетность в налоговые органы, а также имеют небольшое количество аффилированных лиц. В розничных магазинах обуви, работающих в рассматриваемом сегменте рынка, не встречается контрафактная продукция¹.
2. **«Белый ЕНВД»** – данный сегмент рынка составляют одиночные игроки в виде ИП, работающие по схеме ЕНВД. Отличительной особенностью данного сегмента является отсутствие признаков аффилированности с крупными сетевыми компаниями и отсутствие контрафактной продукции в розничных магазинах. То есть данный сегмент составляют добросовестные компании реального малого бизнеса, использующие специальный налоговый режим по прямому назначению.
3. **«Серый сетевой»** – данный сегмент рынка составляют сетевые игроки, которые имеют более 10 розничных точек продаж в России. Компании, работающие в сегменте, дробят свой бизнес на большое количество юридических лиц, которые, в свою очередь, работают с использованием налоговой схемы ЕНВД, что позволяет им **не платить НДС и, соответственно, экономить на налогах**. Кроме того, в данном сегменте у некоторых компаний в ассортименте **встречается контрафактная продукция**.
4. **«Серый мелкий»** – данный сегмент рынка составляют преимущественно одиночные игроки, а также небольшие сети, которые имеют менее 10 розничных точек

¹ Под контрафактной продукцией понимается нереалистично дешевая обувь под известными брендами: Adidas, Reebok, Nike, New balance, ECCO и др.

продаж в России – как правило, ИП, работающие по ЕНВД. Отличительной особенностью данного сегмента является **наличие контрафактной продукции** в ассортименте всех магазинов сегмента, что не позволяет их отнести к легальному малому бизнесу.

Структура рынка обуви по России в целом была определена на основе следующих данных:

1. Оцененной структуры рынков обуви во Владимире, Иваново и Екатеринбурге.
2. Количества и проникновения сетевых обувных магазинов, работающих во всех городах России.
3. Объемов рынка обуви в России и регионах.

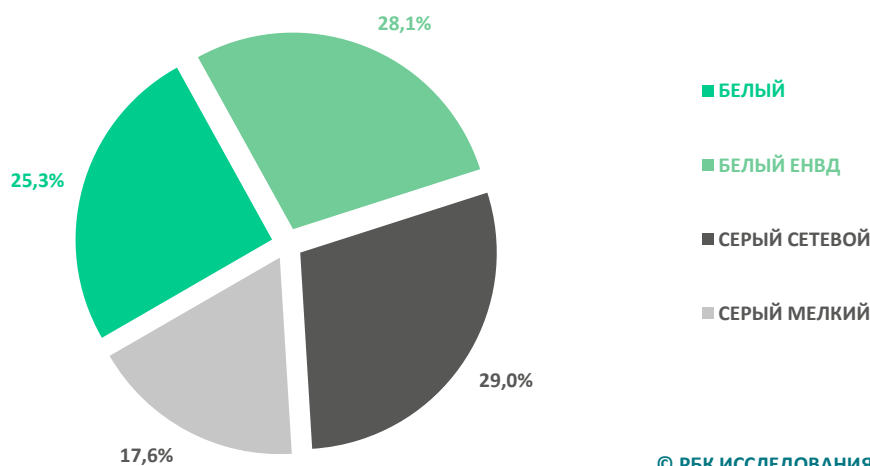
Согласно полученным данным, наибольшую долю рынка в продажах обуви в стоимостном выражении по России в целом занимает сегмент «**Белый ЕНВД**» – 28,1%. «**Белый**» сегмент рынка имеет долю, равную 25,3%. Значение данного показателя оказалось ниже, чем в рассматриваемых в исследовании городах, так как проникновение крупных сетей в небольшие российские города с численностью населения до 100 тыс. человек пока еще относительно невысокое.

Значительную долю на обувном рынке России занимает «**Серый сетевой**» сегмент, основу которого составляют игроки, дробящие свой бизнес для ухода от уплаты НДС и экономии на налогах. Объем рассматриваемого сегмента составляет 207,6 млрд руб. или 29,0%.

Наконец, «**Мелкий серый**» сегмент рынка, работающий, в основном, по схеме ЕНВД, занимает 17,6% от объема обувного рынка в России.

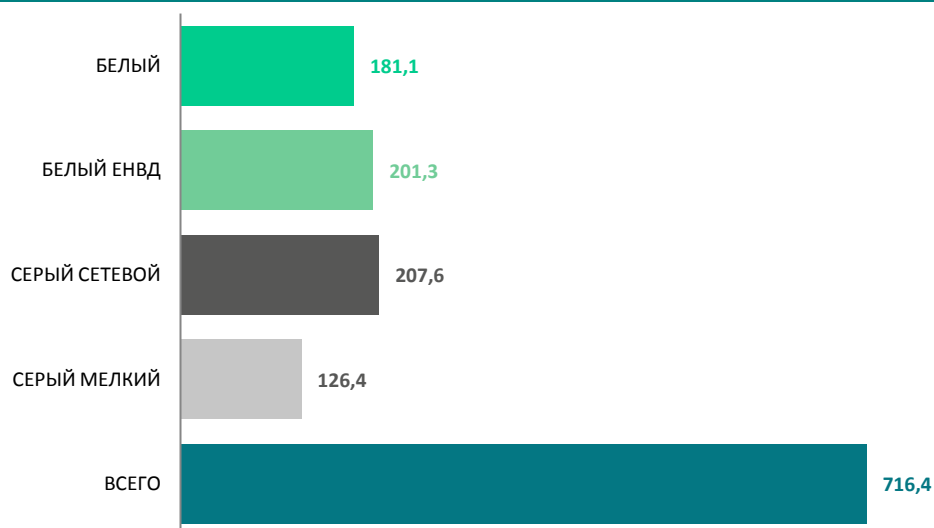
Всего **серый** сегмент занимает долю, равную 46,6% рынка.

Рис. 2. Структура розничного рынка обуви в России, 2016 г., % от объема рынка в стоимостном выражении



© РБК ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКОВ

Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – декабрь 2017 года

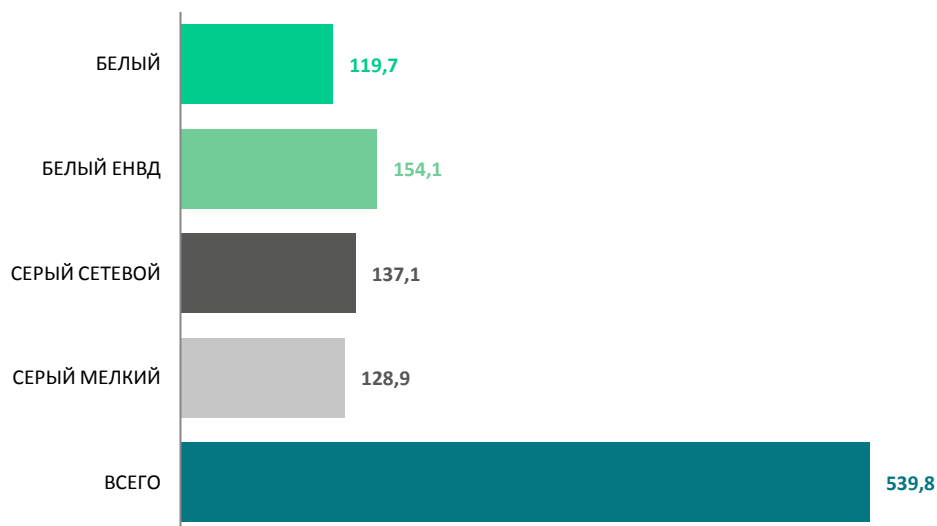
Рис. 3. Объем рынка обуви в России, оценка за 2016 г., млрд руб. в зависимости от сегмента

© РБК ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКОВ

Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – декабрь 2017 года

Всего в 2016 году в России было продано около 540 млн пар обуви. 28,5% совокупных продаж обуви в натуральном выражении обеспечили небольшие компании, работающие по схеме ЕНВД. Данные магазины занимают большую долю по количеству проданных пар обуви, поскольку предлагают покупателям более дешевую обувь по сравнению, например, с белыми игроками рынка.

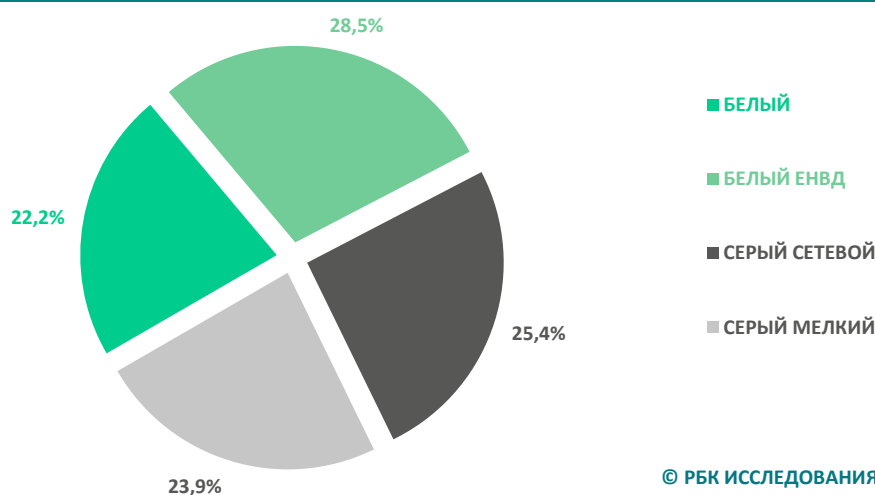
На серые сегменты рынка приходится практически половина продаж обуви в России в натуральном выражении.

Рис. 4. Объем рынка обуви в России, оценка за 2016 г., млн пар обуви в зависимости от сегмента

© РБК ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКОВ

Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – декабрь 2017 года

Рис. 5. Структура розничного рынка обуви в России, 2016 г., % от объема рынка в натуральном выражении



Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – декабрь 2017 года

Оценка доли сегмента контрафактной продукции

Одной из задач исследования было выявление контрафактной продукции в ассортименте розничных магазинов обуви. Под контрафактной продукцией понимается не реалистично дешевая обувь известных брендов: Adidas, Reebok, Nike, New Balance, ECCO и некоторых других. Примерами такой обуви могут служить, например, кроссовки Adidas неоригинального качества, продающиеся по 1 000 руб. за пару в торговом павильоне на местном рынке или в магазине в ТЦ.

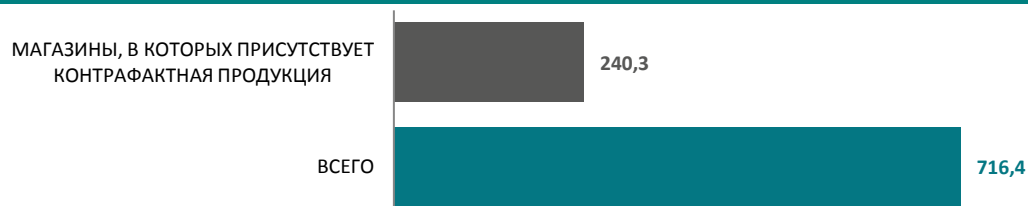
В исследовании были вычислены доли площади розничных магазинов обуви, в которых встречается контрафактная продукция. Также были оценены объемы продаж обуви в тех магазинах, где такие товары встречаются.

Доля сегмента контрафактной продукции по России в целом была оценена на основе следующих данных:

1. Оцененных значений соответствующего показателя на рынке обуви во Владимире, Иваново и Екатеринбурге.
2. Количества и проникновения сетевых обувных магазинов, работающих во всех городах России.
3. Объемов рынка обуви в России и регионах.

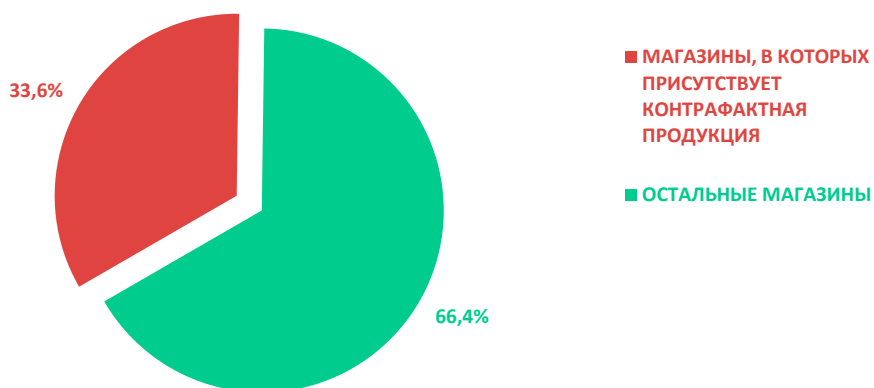
Всего объем торговли обувью в магазинах, где присутствует контрафактная продукция, по России в целом составляет 240,3 млрд руб. – 33,6% от совокупного объема рынка.

Рис. 6. Объем рынка продаж обуви в магазинах, в которых присутствует контрафактная продукция, Россия, оценка за 2016 г., млрд руб.



Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – декабрь 2017 года

Рис. 7. Доля продаж обуви в магазинах, в которых присутствует контрафактная продукция, от всего объема рынка в России, оценка за 2016 г., %



© РБК ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКОВ

Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – декабрь 2017 года

На магазины, в которых продается контрафактная продукция, приходится около 40% продаж обуви в натуральном выражении или 214,7 млн пар. В количественном выражении доля продаж оказывается выше, чем в стоимостном, поскольку в обозначенных магазинах продается более дешевая обувь, в том числе подделки известных брендов.

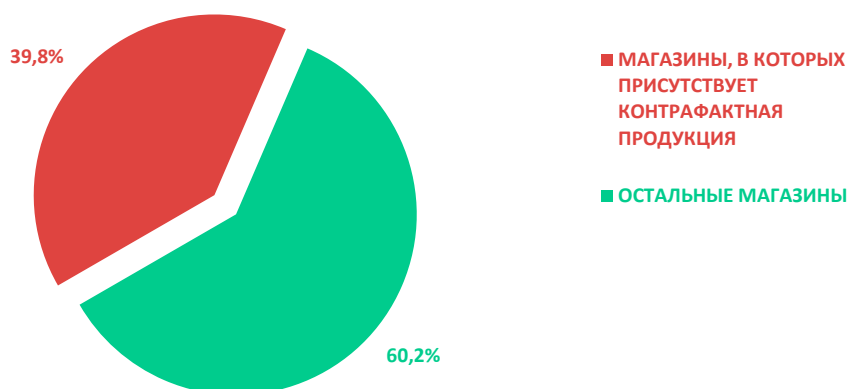
Рис. 8. Объем рынка продаж обуви в магазинах, в которых присутствует контрафактная продукция, Россия, оценка за 2016 г., млн пар



© РБК ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКОВ

Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – декабрь 2017 года

Рис. 9. Доля продаж обуви в магазинах, в которых присутствует контрафактная продукция, от всего объема рынка в России в натуральном выражении, оценка за 2016 г., %



© РБК ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКОВ

Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – декабрь 2017 года

Доля сегмента франчайзинга

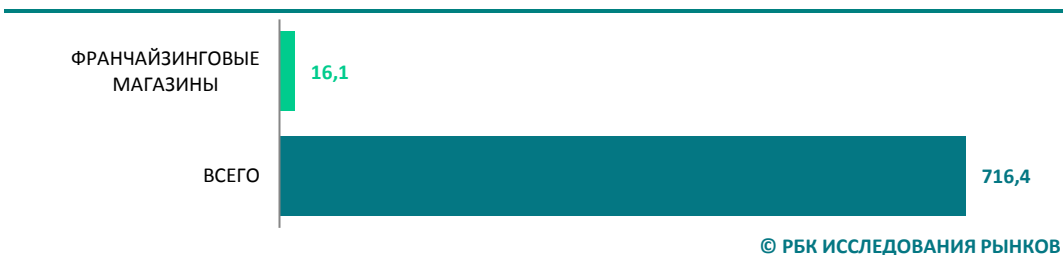
В процессе проведения исследования была также оценена доля франчайзинговых магазинов, работающих в белом крупном сегменте рынка обуви в рассматриваемых городах. К франчайзинговым магазинам были отнесены те торговые точки, которые используют бренд, принадлежащий компании белого сегмента рынка, но имеют ИНН / ОГРН, отличный от материнской компании и не аффилированный с ней.

Оценка доли франчайзинговых магазинов, работающих в белом крупном сегменте рынка обуви по России, была сделана на основе следующих данных:

1. Оцененных значений соответствующего показателя на рынке обуви во Владимире, Иваново и Екатеринбурге.
2. Количества и проникновения сетевых обувных магазинов, работающих во всех городах России.
3. Объемов рынка обуви в России и регионах.

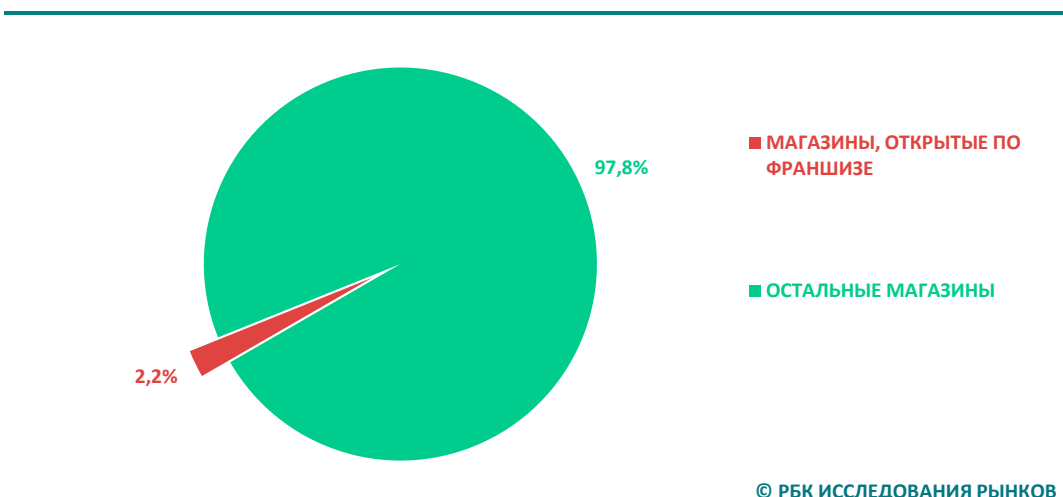
Всего объем торговли обувью в франчайзинговых магазинах, работающих в белом крупном сегменте рынка обуви, по России оценивается в 16,1 млрд руб., что составляет 2,2% от всего объема рынка.

Рис. 10. Оценка объемов продаж обуви во франчайзинговых магазинах крупных белых сетей в России в 2016 г., млрд руб.



Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – декабрь 2017 года

Рис. 11. Доля франчайзинговых магазинов на рынке розничных продаж обуви в России, оценка за 2016 г., %



Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – декабрь 2017 года

Таким образом, доля франчайзинговых магазинов на российском рынке обуви незначительна. Опрос ключевых игроков показал, что при наличии на рынке «серых» компаний у франчайзинга сужаются возможности для конкуренции из-за высоких издержек, а также необходимости платить налоги и роялти, в результате чего их цены

становятся неконкурентоспособными. Поэтому франчайзинговые магазины обуви на российском рынке чаще всего работают в среднем+ и высоком ценовых сегментах.

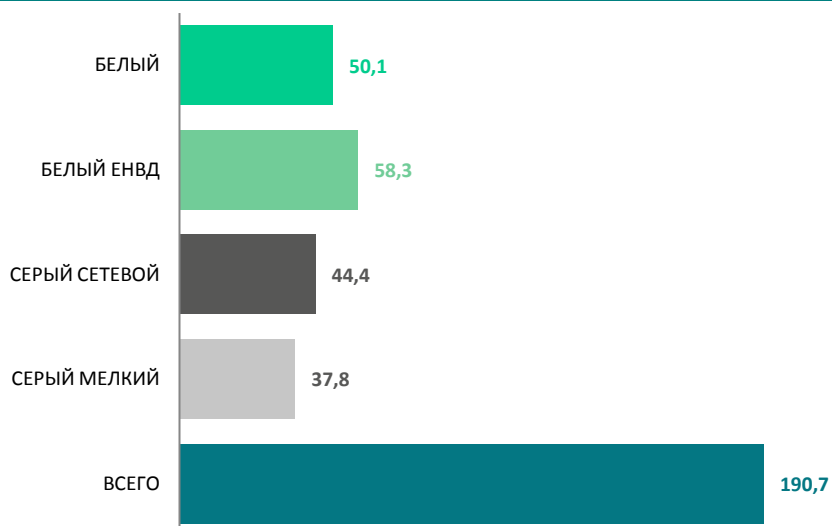
Численность занятых в розничных продажах обуви

В процессе проведения исследования также было оценено общее количество занятых в розничных продажах обуви в России. При расчете использовались данные о количестве сотрудников, работающих в обувных магазинах во Владимире, Иваново и Екатеринбурге, а также применялись корректирующие коэффициенты.

Всего в розничной продаже обуви в России заняты около 190,7 тыс. человек. 30,6% из них работают в небольших розничных магазинах, относящихся к сегменту «белый ЕНВД», а 26,3% – к белому сегменту.

В серых сегментах заняты 43,1% работников всей обувной розницы в России. При этом вопрос соблюдения трудового законодательства и выплачиваемых налогов в данном сегменте остается открытым.

Рис. 12. Количество сотрудников, работающих в розничных обувных магазинах в России, 2017 г., тыс. чел. в зависимости от сегмента



© РБК ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКОВ

Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – декабрь 2017 года

Оценка величины несобранных налогов на розничном рынке обуви

Важной задачей исследования был расчет объема налогов, который государство потенциально не получает, поскольку значительная доля розничных магазинов работает по серым схемам. Согласно схеме ЕНВД, объем уплачиваемых налогов производится по ставке 15% от вмененного дохода, который рассчитывается для каждой торговой точки и учитывает ее площадь, сферу деятельности, индексы-дефляторы, а также набор понижающих коэффициентов, которые различаются между регионами. Кроме того, к налогу могут применяться дополнительные вычеты, которые досконально законодательством не прописываются.

Аналитиками РБК Исследования рынков были посчитаны суммы налогов ЕНВД, уплачиваемые всеми розничными магазинами обуви во Владимире, Иваново и Екатеринбурге, которые были зарегистрированы в виде ИП или в виде ООО и которые не имели опубликованной финансовой отчетности в базах данных СПАРК и ФИРА.

Например, годовые налоговые выплаты по схеме ЕНВД обувного магазина на окраине Владимира площадью около 150 кв. м. составляют порядка 462 тыс. руб.

Далее были произведены оценки реальных объемов продаж обуви в рассматриваемых магазинах с использованием статистики, описанной ранее:

1. Региональная статистика «Росстата» по продажам обуви и одежды.
2. Показатели выручки «белых» обувных сетей, имеющих отчетность и работающих по схеме НДС.
3. Общая торговая площадь.
4. Общая торговая площадь обувных магазинов.
5. Результаты ежегодных социологических опросов россиян относительно затрат на покупку различных видов обуви.
6. Система поправочных коэффициентов, показывающая разницу в продажах между мелкими и крупными игроками рынка.

Затем на основе полученных данных были произведены расчеты, моделирующие работу рассматриваемых магазинов по схемам НДС и УСН.

Для «**Серого сетевого**» сегмента рынка моделировался переход на схему НДС, поскольку именно данный сегмент включает крупные обувные сети, дробящие свой бизнес и экономящие таким образом на выплате налогов.

При моделировании перехода на схему НДС розничная наценка на предметы обуви была принята равной **46%**. Данный показатель был рассчитан на основе данных Росстата, а также анализа бухгалтерской отчетности крупных обувных сетей, работающих по схеме НДС.

Переход на схему УСН ДОХОД 6% рассчитывался для небольших серых и белых компаний, которые в настоящее время работают по ЕНВД и имеют налоговое конкурентное преимущество перед крупными белыми игроками, которые платят НДС. УСН ДОХОД 6% требует минимальной отчетности, что упрощает переключение мелких игроков на данную схему уплаты налогов, вместе с тем практически уравнивая налоговую нагрузку как на мелкие, так и на крупные компании.

В итоге была получена сумма налогов, которую розничные магазины обуви должны были бы платить, если бы они работали по схемам НДС и УСН. Далее из данного показателя была вычтена сумма налогов, которую обувные магазины платят, используя схему ЕНВД. Таким образом, была получена сумма «недоплачиваемых» в бюджет налогов.

Заметим, что полученные расчеты показывают минимальную оценку объема несобранных налогов, поскольку методика расчета ЕНВД не учитывает дополнительные льготы, которые недостаточно полно прописаны в законодательстве, но часто применяются на практике.

Среди рассмотренных ранее сегментов рынка по ЕНВД работает практически весь серый сегмент, а также мелкий сегмент, в котором отсутствует контрафактная продукция. Кроме того, по ЕНВД работает и подавляющее большинство франчайзинговых магазинов.

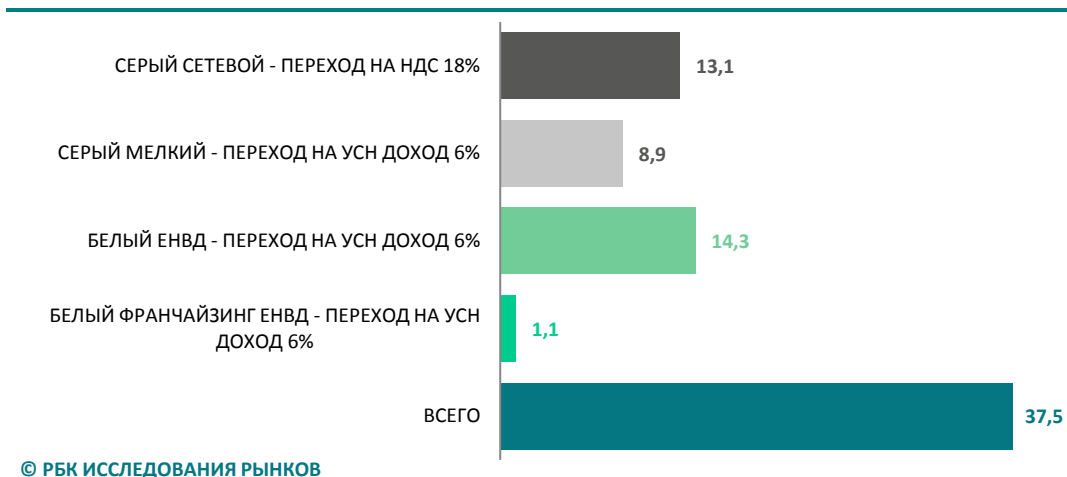
Экономия на налогах позволяет серым компаниям, равно как и плательщикам ЕНВД, оплачивать высокие арендные ставки в ТЦ, тем самым компенсируя арендодателям предоставление низких ставок ведущим западным ретейлерам, сужая при этом возможности законного развития бизнеса в белом поле с переходом на ОСНО (общая система налогообложения)

Согласно полученным расчетам, серый сетевой сегмент рынка (крупные компании, дробящие свой бизнес) не доплачивает порядка 13,1 млрд руб. в качестве налогов в бюджет.

Если к данному сегменту прибавить серых и белых мелких игроков, а также белых франчайзи, то сумма недополученных государством налогов увеличится до 37,5 млрд руб.

Всего же собираемость налогов в России в целом при переходе игроков на учет по НДС и УСН увеличится как минимум на 131%.

Рис. 13. Оценка объемов недобранных налогов по НДС и УСН в России, 2017 г., млрд руб. в год в зависимости от сегмента



Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – декабрь 2017 года

Рис. 14. Потенциал увеличения собираемости налогов при переходе розничных продавцов обуви на работу по НДС и УСН в России, 2017 г., %



Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – декабрь 2017 года

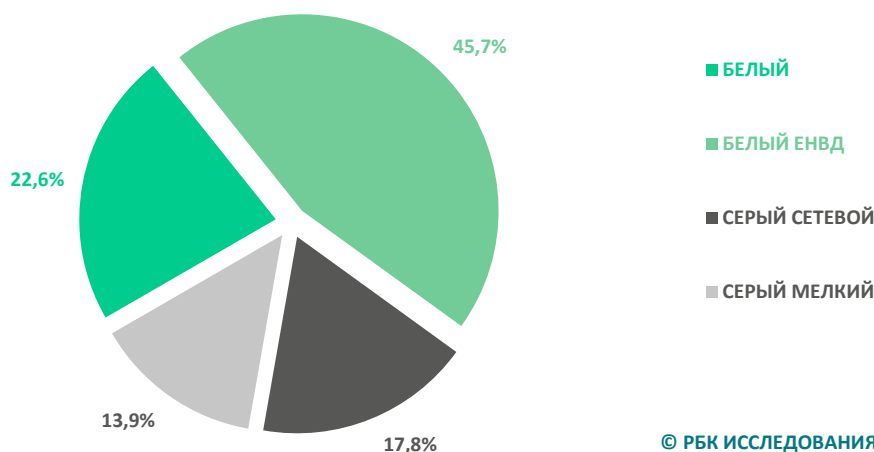
ОЦЕНКА ОБЪЕМА И СТРУКТУРЫ РЫНКА РОЗНИЧНЫХ ПРОДАЖ ОБУВИ

Владимир

Большую часть розничных торговых площадей обуви во Владимире занимают мелкие торговые точки, работающие по ИП и применяющие налоговую схему ЕНВД. Сегмент «белый ЕНВД» занимает почти 46% рынка по торговой площади² или 7,6 тыс. кв. м. В данном сегменте рынка полностью отсутствует контрафактная продукция. Доля сегмента «серый мелкий» составляет 13,9%. Во Владимире данный сегмент представлен как одиночными игроками, так и местными сетями обувных магазинов, например, «Копеечка» или «Полтинник». Отличительной особенностью данного сегмента является используемая налоговая схема ЕНВД, которую применяют индивидуальные предприниматели, а также присутствие в ассортименте контрафактной продукции.

«Серый сетевой» сегмент занимает долю 17,8%. При этом «белый» сегмент составляет 22,6% от совокупной торговой площади обувных магазинов во Владимире.

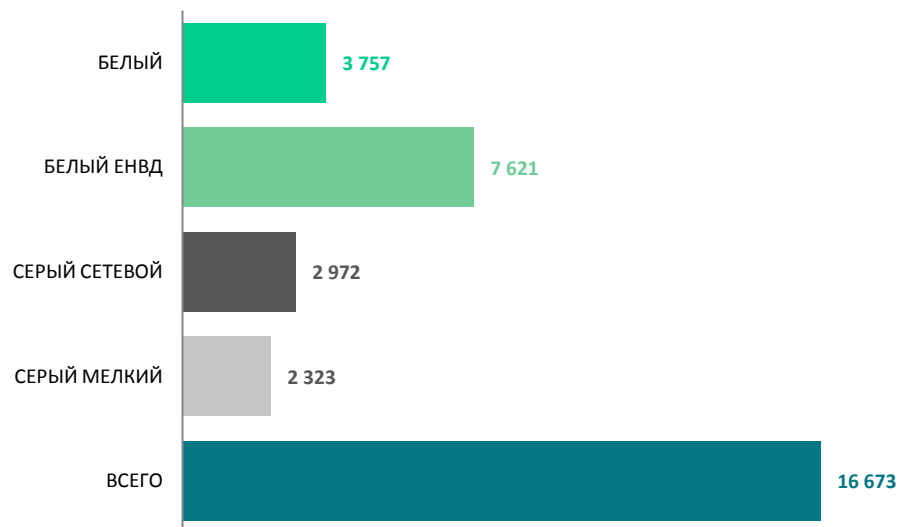
Рис. 15. Структура розничного рынка обуви во Владимире, 2017 г., % от торговой площади



Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – декабрь 2017 года

² В исследовании учитывалась только торговая площадь, занятая обувью. Расчет данного показателя производился путем перемножения общей торговой площади исследуемых магазинов на долю обуви в их ассортименте.

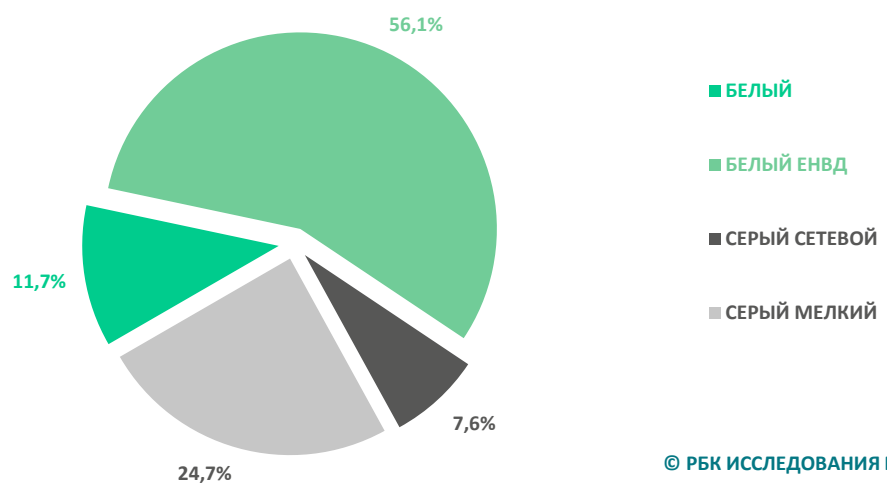
Рис. 16. Торговая площадь розничных магазинов обуви во Владимире, 2017 г., кв. м в зависимости от сегмента



© РБК ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКОВ

Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – декабрь 2017 года

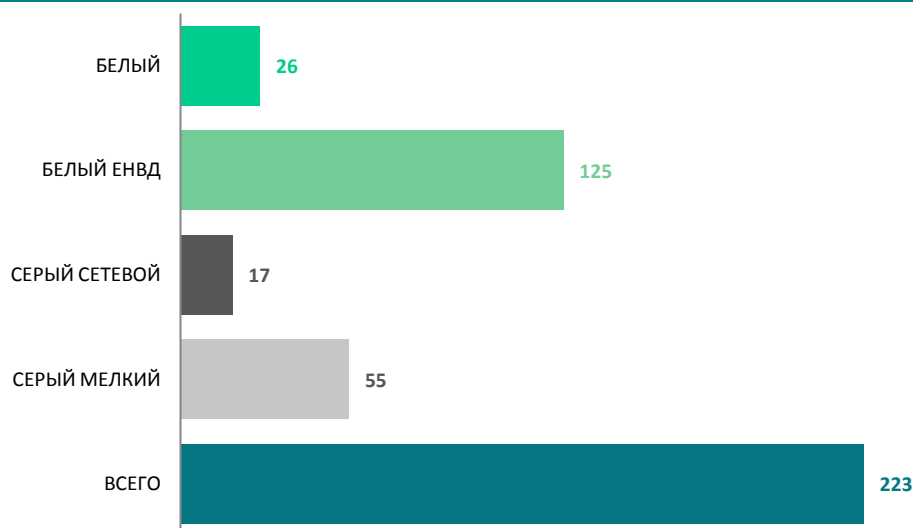
Рис. 17. Структура розничного рынка обуви во Владимире, 2017 г., % от общего количества розничных точек



© РБК ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКОВ

Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – декабрь 2017 года

Рис. 18. Количество розничных магазинов обуви во Владимире, 2017 г., точек в зависимости от сегмента



© РБК ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКОВ

Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – декабрь 2017 года

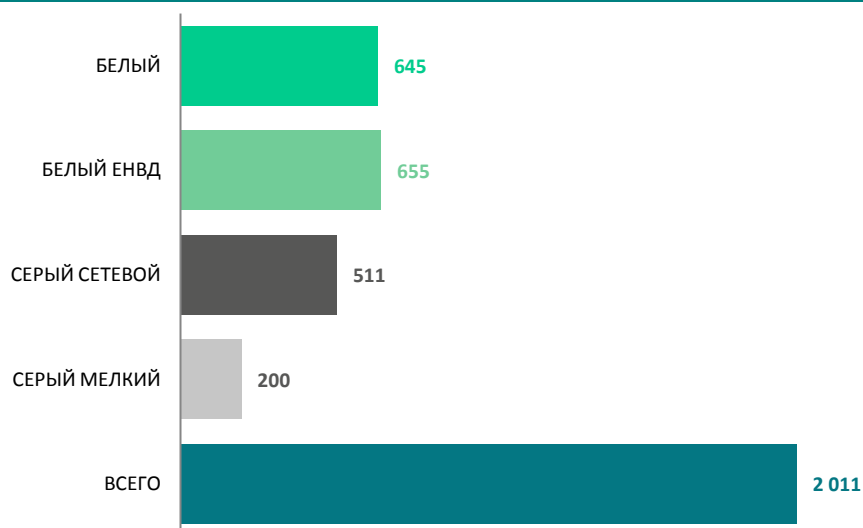
Также в процессе проведения исследования был оценен объем рынка обуви во Владимире. При вычислении объема рынка были использованы следующие данные:

1. Региональная статистика «Росстата» по продажам обуви и одежды во Владимирской области.
2. Показатели выручки «белых» обувных сетей, имеющих отчетность и работающих во Владимире по схеме НДС.
3. Общая торговая площадь во Владимире.
4. Общая торговая площадь обувных магазинов во Владимире.
5. Результаты ежегодных социологических опросов россиян относительно затрат на покупку различных видов обуви.
6. Система поправочных коэффициентов, показывающая разницу в продажах между мелкими и крупными игроками рынка.

Согласно полученным данным, наибольшую долю рынка по продажам обуви в стоимостном выражении занимает сегмент «белый ЕНВД» – 32,6%. Белый сегмент рынка имеет долю, равную 32,1%, несмотря на меньшее количество точек и торговые площади по сравнению с некоторыми другими сегментами. Прочные позиции белого сегмента объясняются более совершенной бизнес-моделью, высокой квалификацией менеджмента, узнаваемостью брендов и эффектом масштаба.

Также значительную долю на обувном рынке Владимира занимает серый сетевой сегмент, основу которого составляют игроки, дробящие свой бизнес, для того чтобы избежать уплаты НДС и добиться экономии на налогах. Рассматриваемый сегмент составляет 511 млн руб. или 25,4%.

Рис. 19. Объем рынка обуви во Владимире, оценка за 2016 г., млн руб. в зависимости от сегмента

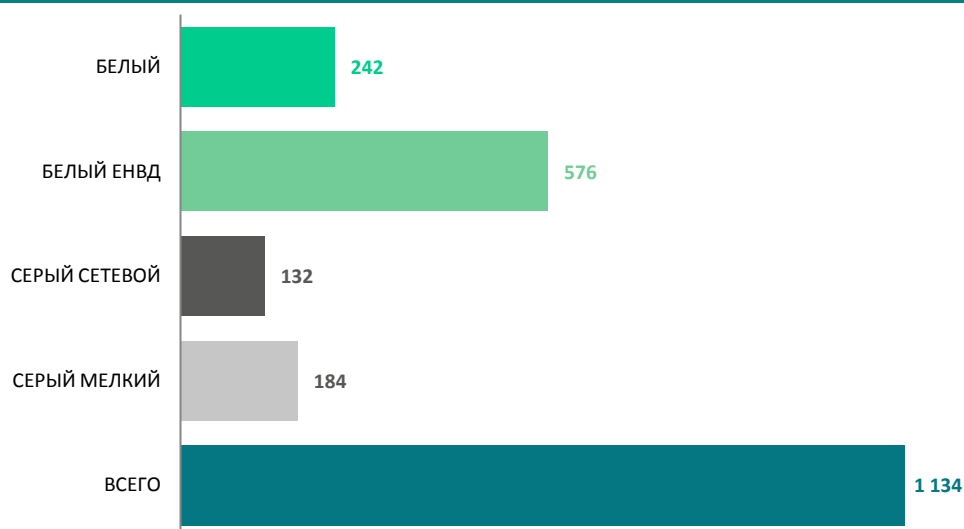


© РБК ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКОВ

Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – декабрь 2017 года

Всего в розничной продаже обуви во Владимире заняты около 1,1 тыс. человек, половина из которых работает в небольших розничных магазинах, относящихся к сегменту «белый ЕНВД».

Рис. 20. Количество сотрудников, работающих в розничных обувных магазинах во Владимире, 2017 г., чел. в зависимости от сегмента



© РБК ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКОВ

Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – декабрь 2017 года

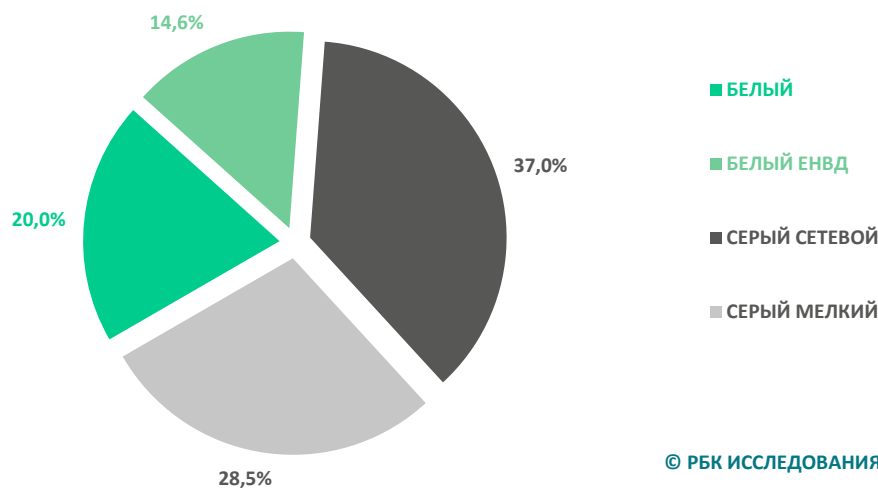
Иваново

Иваново значительно отличается от Владимира тем, что в данном городе очень высока доля серого сегмента на рынке обуви. По сравнению с Владимиром, в Иваново в 3 раза ниже доля площади, занимаемой мелкими игроками, которые работают по налоговой схеме ЕНВД и у которых в ассортименте отсутствует контрафактная продукция.

При этом общая торговая площадь обувных магазинов в Иваново оказалась равной 23,3 тыс. кв. м. Данный показатель оказался значительно выше, чем во Владимире,

при сопоставимой численности населения. Это означает, что среди покупателей обуви в Иваново высока доля россиян, проживающих в других городах. Данная ситуация обусловлена тем, что Иваново специализируется на легкой промышленности (текстильной и трикотажной). В городе расположено несколько крупных производственных и торговых центров, привлекающих покупателей из различных городов России.

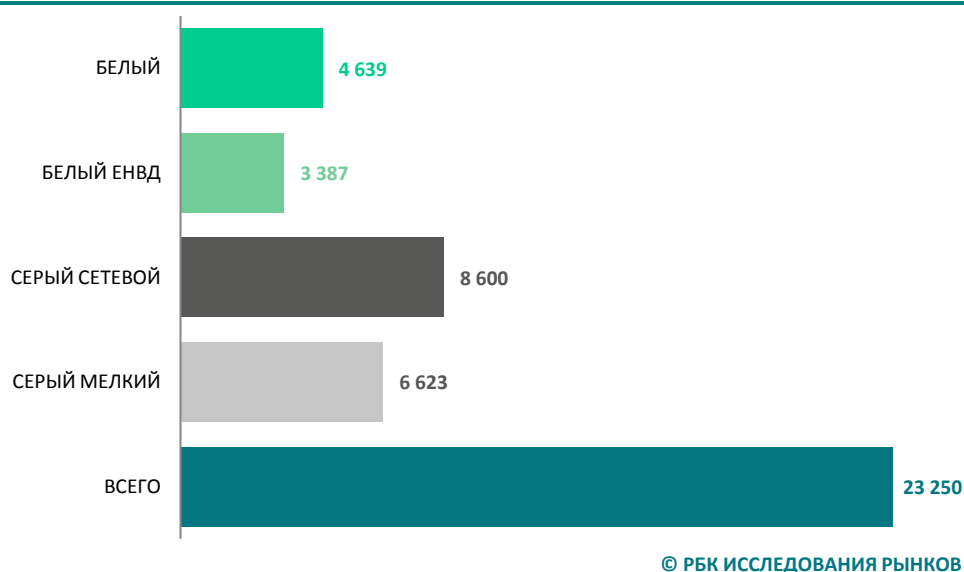
Рис. 21. Структура розничного рынка обуви в Иваново, 2017 г., % от торговой площади



Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – декабрь 2017 года

В Иваново наблюдается высокая доля торговых площадей, занятых игроками серых сегментов рынка. Во многом это объясняется значительными послаблениями при выплате налогов по ЕНВД. Существующий налоговый режим в Иваново способствует развитию серой розницы. Данный вывод подтверждает статистика, согласно которой магазины серых сегментов рынка в Иваново с квадратного метра платят на 21% меньше налогов по ЕНВД, чем во Владимире, и на 51% меньше, чем в Екатеринбурге.

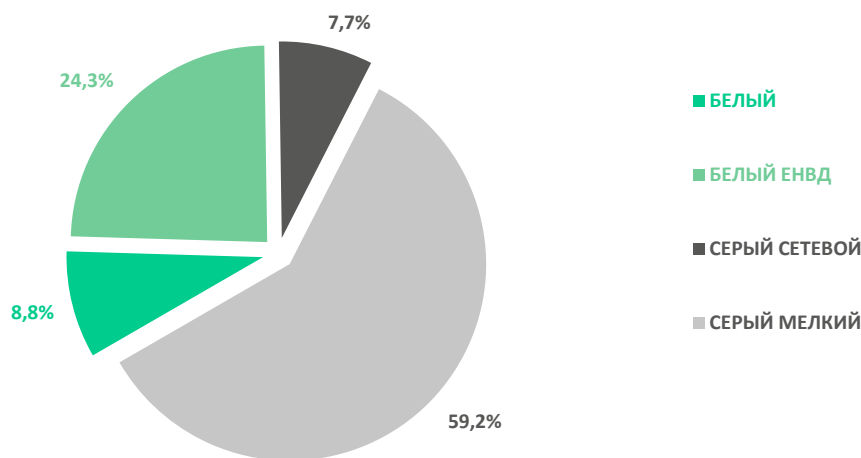
Рис. 22. Торговая площадь розничных магазинов обуви в Иваново, 2017 г., кв. м в зависимости от сегмента



Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – декабрь 2017 года

По количеству точек на обувном рынке в Иваново доминируют мелкие одиночные магазины, часто расположенные в торговых рядах. Они составляют почти 60% от общего количества розничных точек продаж обуви в городе.

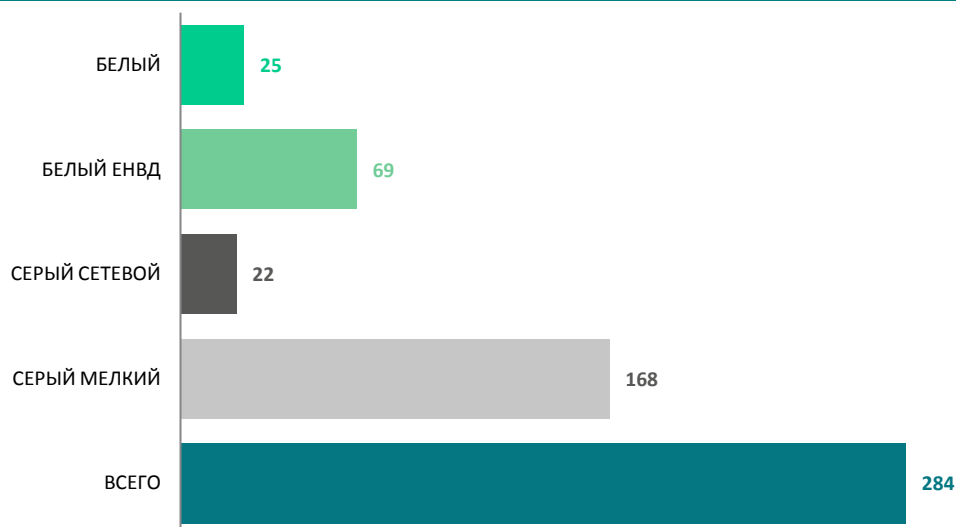
Рис. 23. Структура розничного рынка обуви в Иваново, 2017 г., % от общего количества розничных точек



© РБК ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКОВ

Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – декабрь 2017 года

Рис. 24. Количество розничных магазинов обуви в Иваново, 2017 г., кол. в зависимости от сегмента



© РБК ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКОВ

Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – декабрь 2017 года

В процессе проведения исследования был оценен объем рынка обуви в Иваново. При вычислении объема рынка были использованы следующие данные:

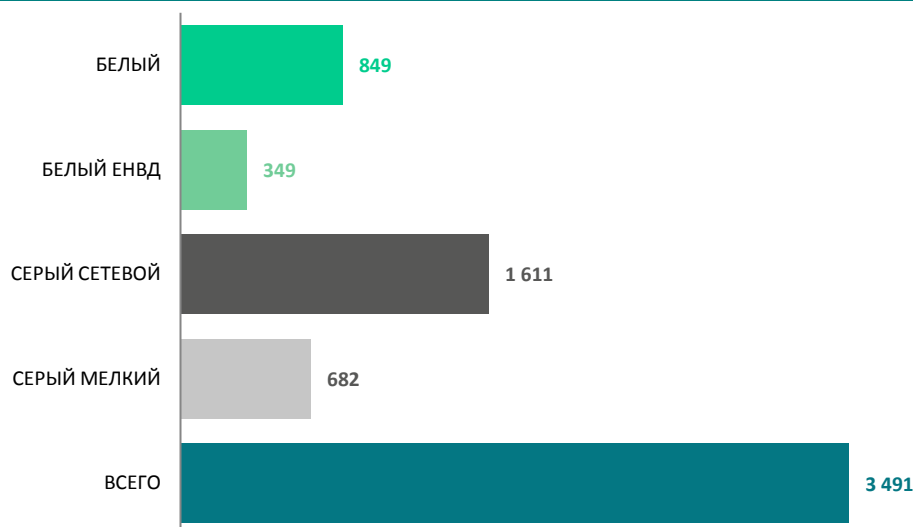
1. Региональная статистика «Росстата» по продажам обуви и одежды в Ивановской области.
2. Показатели выручки «белых» обувных сетей, имеющих отчетность и работающих в Иваново по схеме НДС.
3. Общая торговая площадь в Иваново.
4. Общая торговая площадь обувных магазинов в Иваново.

5. Результаты ежегодных социологических опросов россиян относительно затрат на покупку различных видов обуви.
6. Система поправочных коэффициентов, показывающая разницу в продажах между мелкими и крупными игроками рынка.

В совокупности серые сегменты рынка обуви занимают в Иваново 65,7%. При этом доминирующее положение остается за сетевым серым сегментом, куда входят такие сети, как «Смешные цены», «Тофа», «Лапоток», «Мир обуви» и другие.

Белых игроков в Иваново несколько меньше – действует около 25 розничных магазинов. Их доля в структуре продаж обуви закономерно невысока – она не превышает 25%.

Рис. 25. Объем рынка обуви в Иваново, оценка за 2016 г., млн руб. в зависимости от сегмента

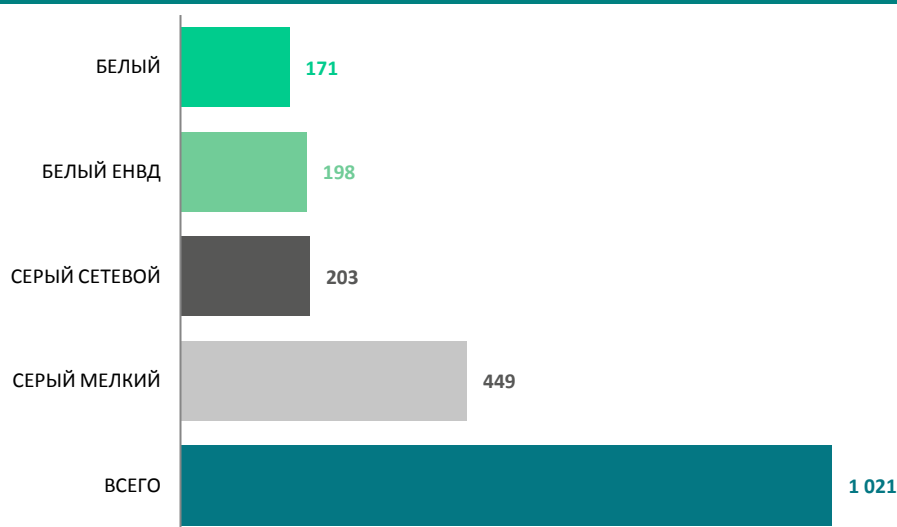


© РБК ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКОВ

Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – декабрь 2017 года

В Иваново в розничной торговле обувью занято около 1000 человек, большинство из которых работают в серых сегментах рынка.

Рис. 26. Количество сотрудников, работающих в розничных обувных магазинах в Иваново, 2017 г., чел. в зависимости от сегмента



© РБК ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКОВ

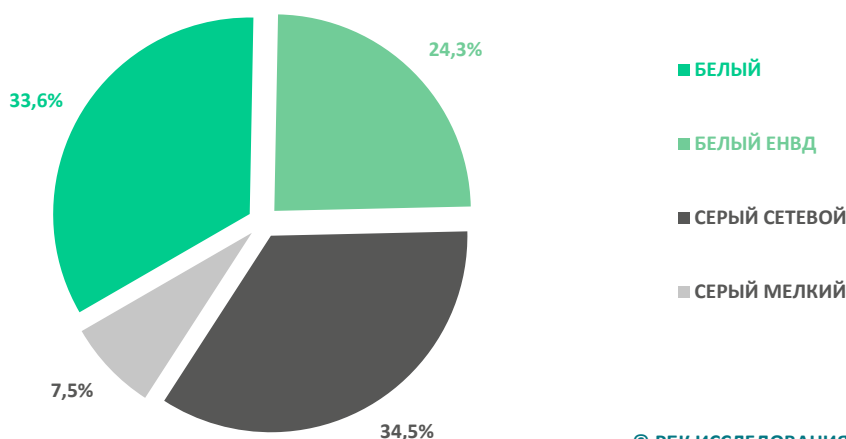
Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – декабрь 2017 года

Екатеринбург

В Екатеринбурге рынок розничных продаж обуви развит наиболее сильно среди рассматриваемых в исследовании городов. Это объясняется тем, что Екатеринбург является крупным федеральным центром с развитой промышленностью и розничной торговлей в целом. В данном городе стремятся открывать магазины крупные федеральные обувные сети. Крупные белые игроки занимают 30,4% от общей торговой площади обувных магазинов в городе (вместе с белыми мелкими – 33,6%), а игроки серого сетевого сегмента – 34,5%.

В сумме крупные игроки занимают около 65% торговой площади в городе.

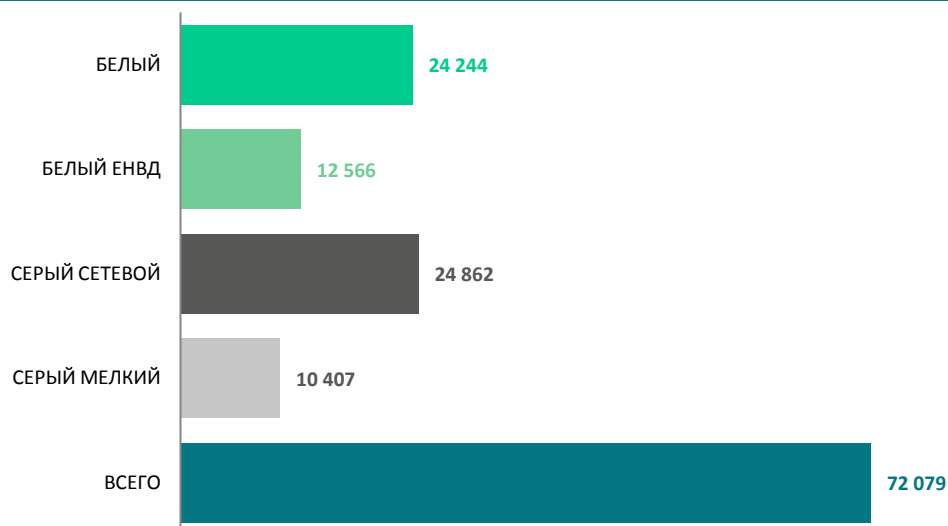
Рис. 27. Структура розничного рынка обуви в Екатеринбурге, 2017 г., % от торговой площади



© РБК ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКОВ

Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – декабрь 2017 года

Рис. 28. Торговая площадь розничных магазинов обуви в Екатеринбурге, 2017 г., кв. м в зависимости от сегмента

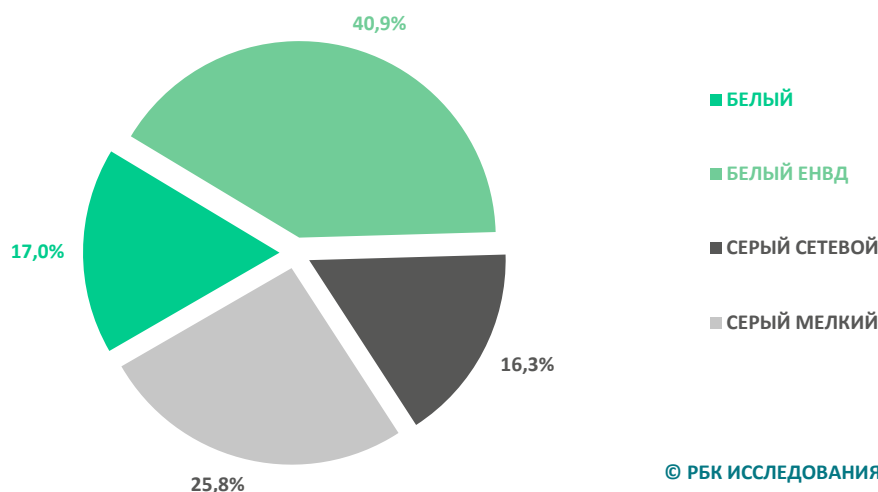


© РБК ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКОВ

Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – декабрь 2017 года

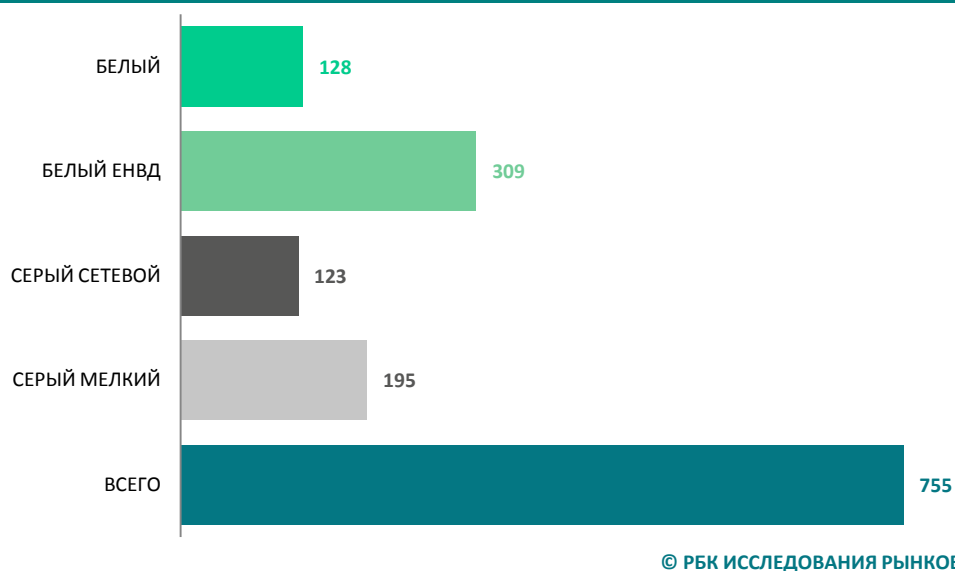
Если же говорить о количестве магазинов, то большинство из них относится к мелким игрокам рынка.

Рис. 29. Структура розничного рынка обуви в Екатеринбурге, 2017 г., % от общего количества розничных точек



Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – декабрь 2017 года

Рис. 30. Количество розничных магазинов обуви в Екатеринбурге, 2017 г., кол. в зависимости от сегмента



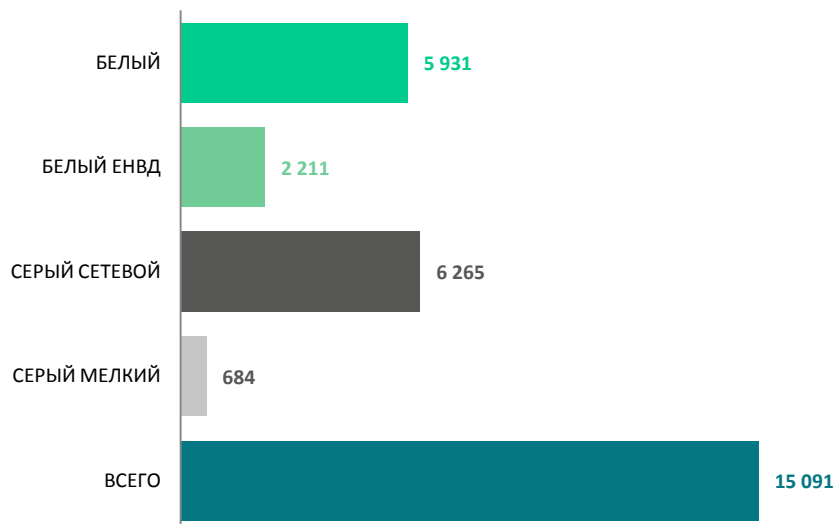
Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – декабрь 2017 года

В процессе проведения исследования был оценен объем рынка обуви в Екатеринбурге. При вычислении объема рынка были использованы следующие данные:

1. Региональная статистика «Росстата» по продажам обуви и одежды в Свердловской области.
2. Показатели выручки «белых» обувных сетей, имеющих отчетность и работающих в Екатеринбурге по схеме НДС.
3. Общая торговая площадь в Екатеринбурге.
4. Общая торговая площадь обувных магазинов в Екатеринбурге.
5. Результаты ежегодных социологических опросов россиян относительно затрат на покупку различных видов обуви.
6. Система поправочных коэффициентов, показывающая разницу в продажах между мелкими и крупными игроками рынка.

В Екатеринбурге наибольшие доли в структуре рынка занимают белый и сетевой серый сегменты. Доля мелких игроков рынка, в отличие от других рассмотренных городов, не является высокой. Кроме того, в сетевом сером сегменте рынка Екатеринбурга преимущественно представлены те игроки, которые дробят свой бизнес с целью ухода от уплаты НДС. При этом в таких магазинах контрафактная продукция встречается достаточно редко.

Рис. 31. Объем рынка обуви в Екатеринбурге, оценка за 2016 г., млн руб. в зависимости от сегмента

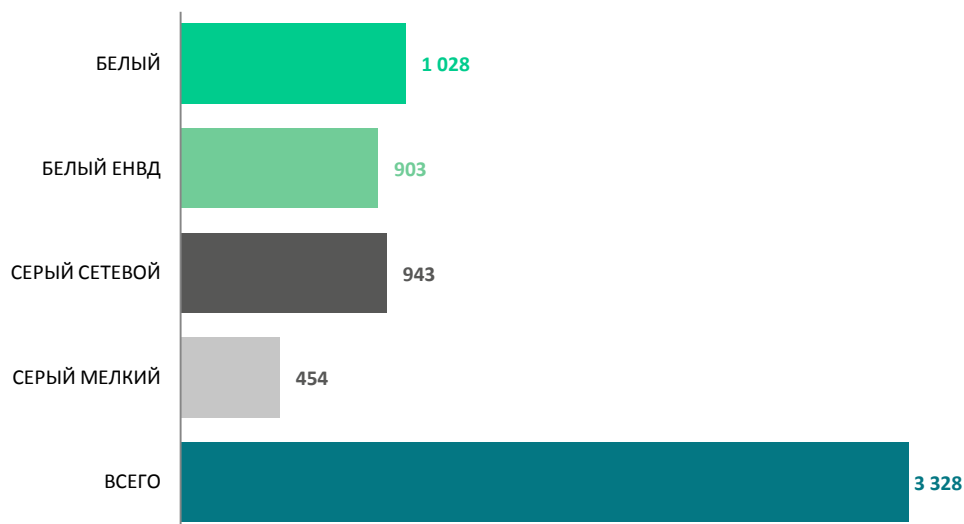


© РБК ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКОВ

Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – декабрь 2017 года

Всего на рынке розничных продаж обуви в Екатеринбурге занято около 3,3 тыс. человек, что втрое превышает показатели Владимира и Иванова.

Рис. 32. Количество сотрудников, работающих в розничных обувных магазинах в Екатеринбурге, 2017 г., кол. в зависимости от сегмента

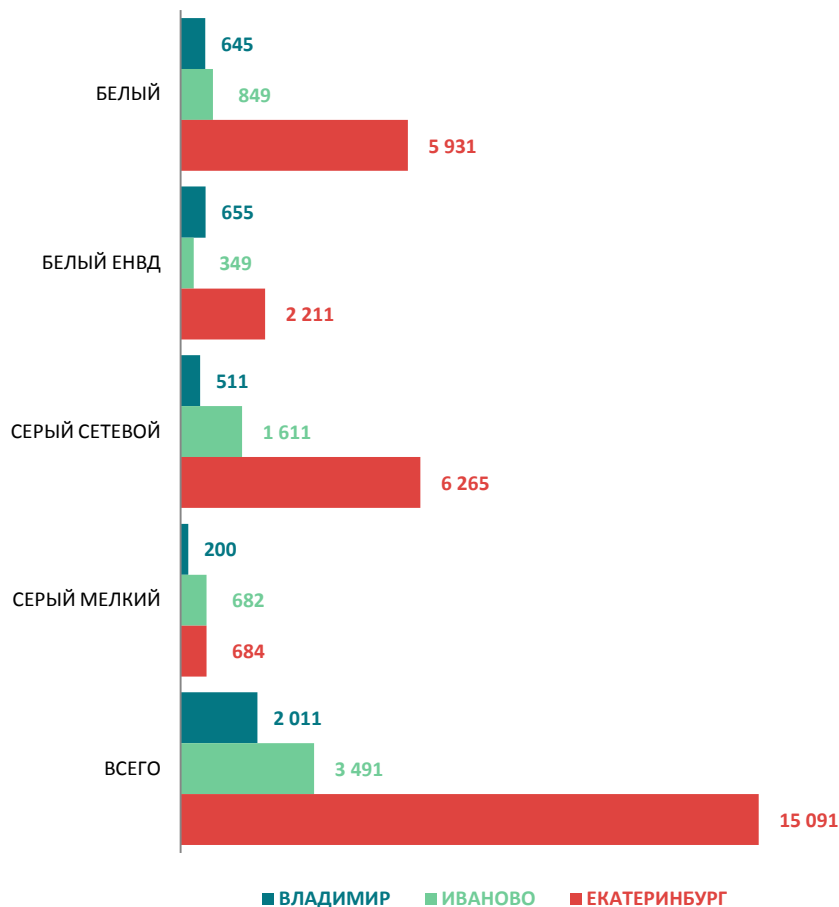


© РБК ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКОВ

Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – декабрь 2017 года

Сравнение основных результатов в трех городах

Рис. 33. Объем рынка обуви в рассматриваемых городах, оценка за 2016 г., млн руб. в зависимости от сегмента



© РБК ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКОВ

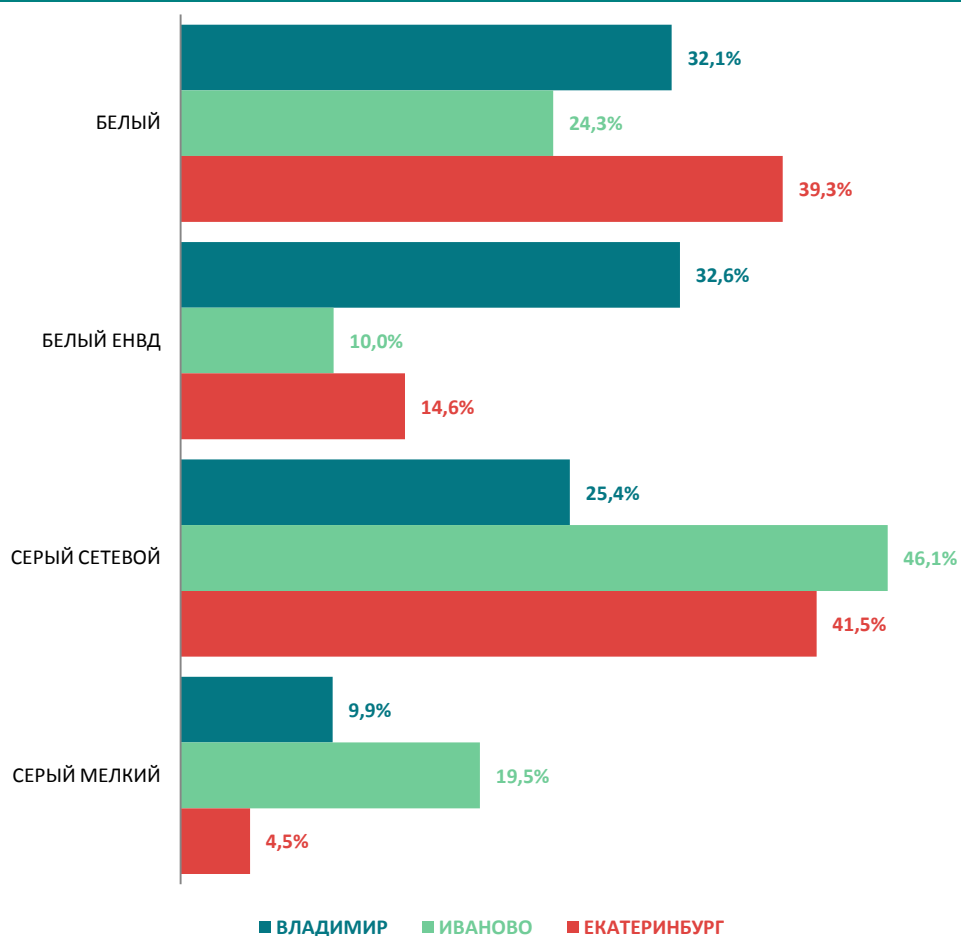
Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – декабрь 2017 года

Самый большой объем рынка обуви был оценен в Екатеринбурге – он составляет порядка 15 млрд руб. Екатеринбург является привлекательным местом для бизнеса, поэтому на рынке работает много крупных федеральных игроков.

Самую высокую долю рынка сегмент «белый ЕНВД» занимает во Владимире. В данном сегменте работают ИП по схеме ЕНВД, при этом в данных магазинах не встречается контрафактная обувь.

Наибольшую долю рынка серый сегмент занимает в Иваново. В данном сегменте работают как крупные сети, так и местные мелкие игроки.

Рис. 34. Структура рынка обуви в рассматриваемых городах, оценка за 2016 г., % от объема рынка в стоимостном выражении



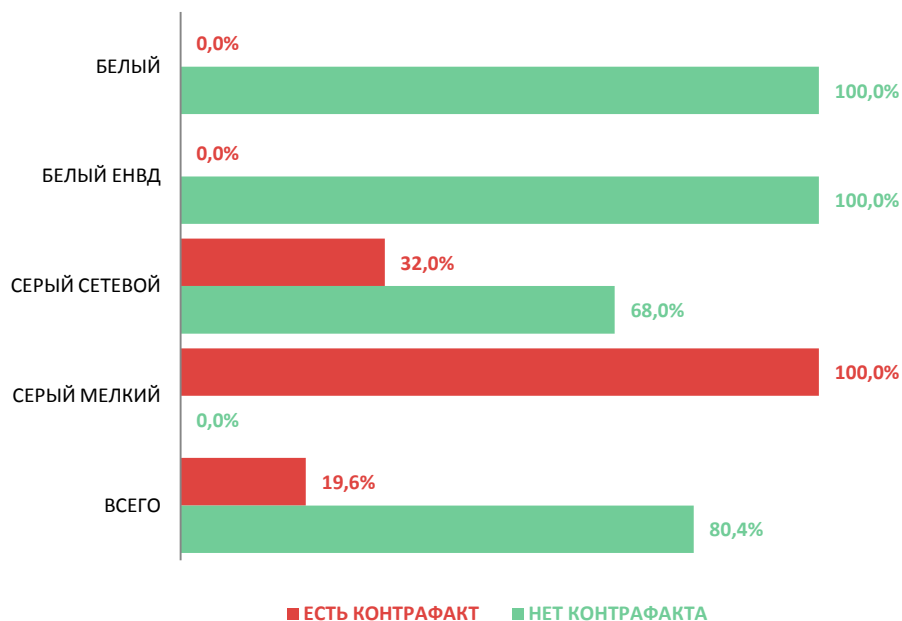
© РБК ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКОВ

Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – декабрь 2017 года

ОЦЕНКА ДОЛИ СЕГМЕНТА КОНТРАФАКТНОЙ ПРОДУКЦИИ В СТРУКТУРЕ РЫНКА РОЗНИЧНЫХ ПРОДАЖ ОБУВИ

Владимир

Рис. 35. Доля торговых площадей на розничном рынке обуви во Владимире, где представлена контрафактная продукция, 2017 г., % в зависимости от сегмента



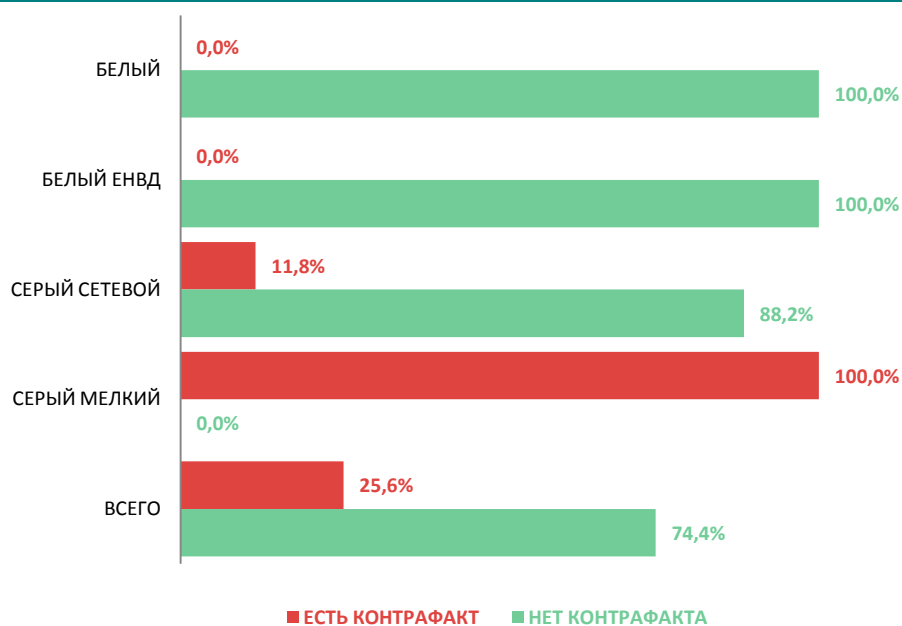
© РБК ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКОВ

Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – декабрь 2017 года

Во Владимире контрафактная продукция представлена примерно в четверти розничных торговых точек. 100% данный показатель составляет в мелком сером сегменте, который представлен, в основном, несетевыми магазинами, работающими в формате ИП.

В крупном сером сегменте контрафактная продукция представлена в 12% торговых точек или на 32% торговой площади. Это может быть связано с тем, что относительно крупный владимирский обувной магазин «Гипермаркет семья» торгует контрафактной продукцией и имеет торговую площадь с выкладкой обуви, достигающую почти 1 000 кв. м., а общую площадь – более 2 000 кв. м.

Рис. 36. Доля торговых точек на розничном рынке обуви во Владимире, где представлена контрафактная продукция, 2017 г., % в зависимости от сегмента

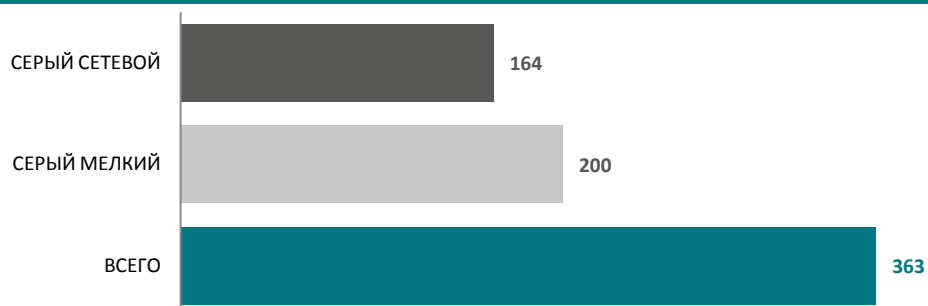


© РБК ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКОВ

Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – декабрь 2017 года

Всего объем торговли обувью в магазинах, где присутствует контрафактная продукция, составляет во Владимире 363 млн руб., то есть 18,1% от совокупного объема рынка.

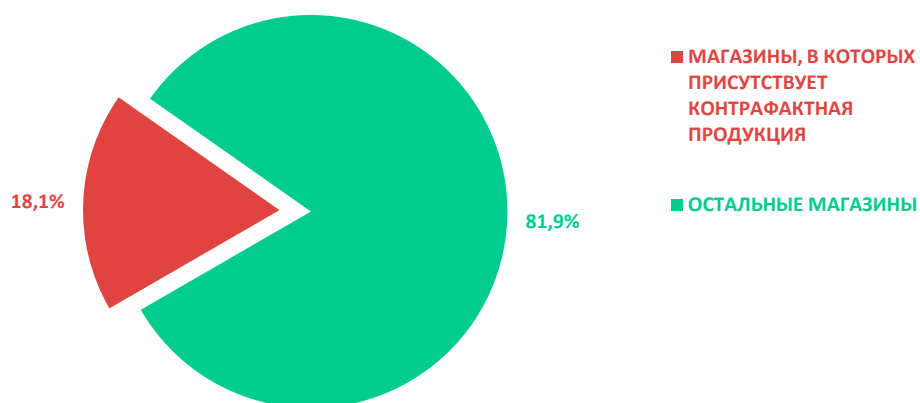
Рис. 37. Объем рынка продаж обуви в магазинах, в которых присутствует контрафактная продукция, во Владимире, оценка за 2016 г., млн руб. в зависимости от сегмента



© РБК ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКОВ

Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – декабрь 2017 года

Рис. 38. Доля продаж обуви в магазинах, в которых присутствует контрафактная продукция, от всего объема рынка во Владимире, оценка за 2016 г., %

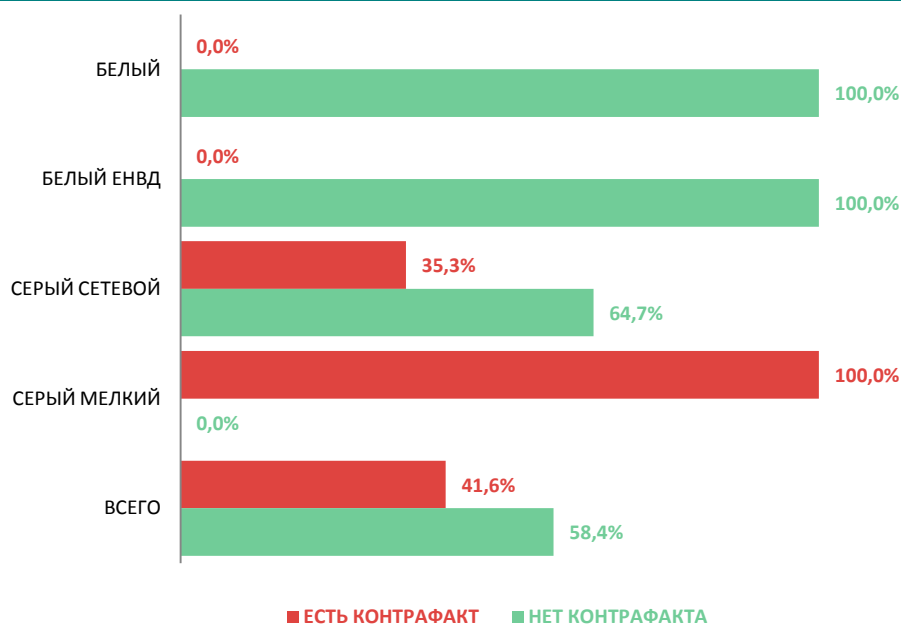


© РБК ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКОВ

Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – декабрь 2017 года

Иваново

Рис. 39. Доля торговых площадей на розничном рынке обуви в Иваново, где представлена контрафактная продукция, 2017 г., % в зависимости от сегмента



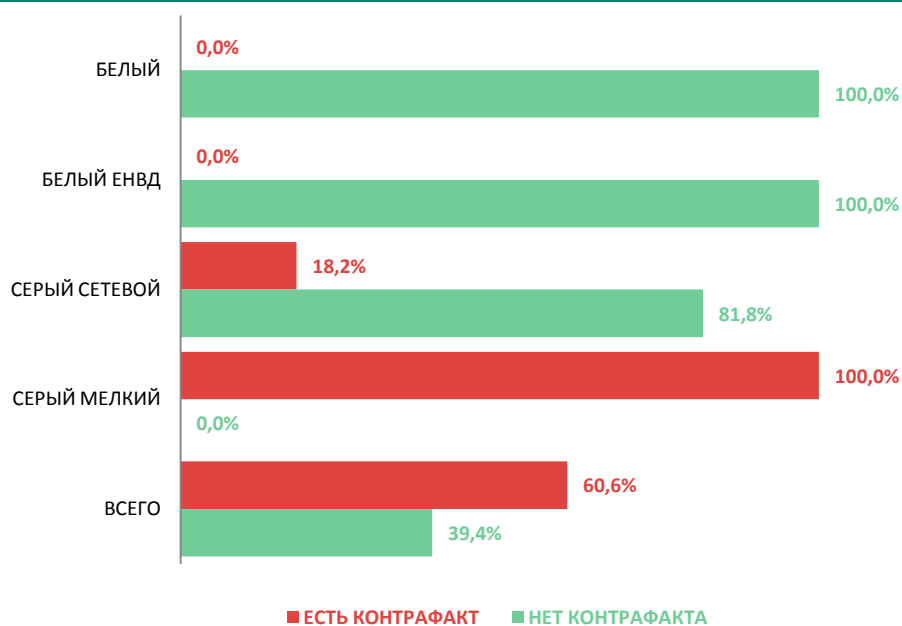
© РБК ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКОВ

Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – декабрь 2017 года

В Иваново контрафактная продукция представлена более чем в 60% розничных торговых точек, а в мелком сером сегменте – в 100% розничных торговых точек.

В сером крупном сегменте контрафактная продукция представлена в 18% торговых точек или на 35% торговых площадей. К обувным магазинам, предлагающим покупателям контрафактную обувь, можно отнести «Смешные цены» и «U-niq».

Рис. 40. Доля торговых точек на розничном рынке обуви в Иваново, где представлена контрафактная продукция, 2017 г., % в зависимости от сегмента

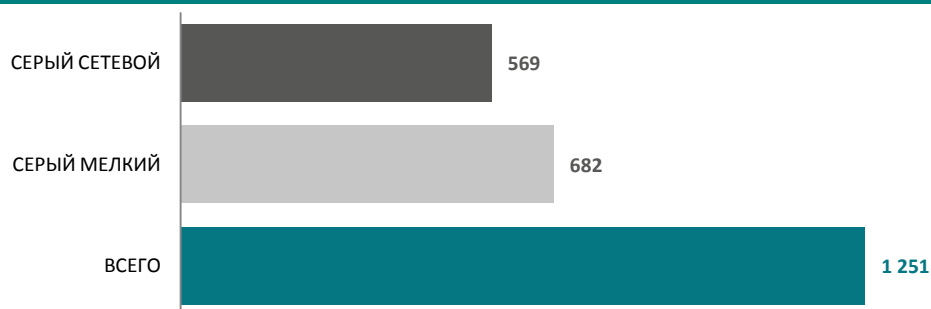


© РБК ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКОВ

Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – декабрь 2017 года

Всего объем торговли обувью в магазинах, где присутствует контрафактная продукция, в Иваново составляет 1,3 млрд руб. – 35,8% от всего объема рынка.

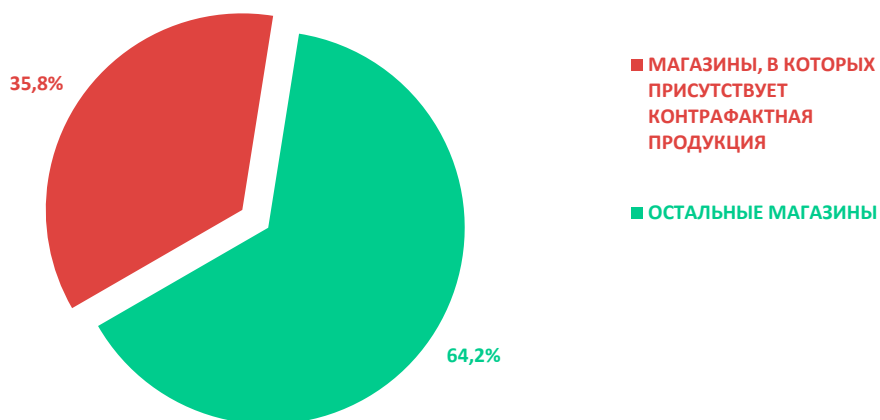
Рис. 41. Объем рынка продаж обуви в магазинах, в которых присутствует контрафактная продукция, в Иваново, оценка за 2016 г., млн руб. в зависимости от сегмента



© РБК ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКОВ

Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – декабрь 2017 года

Рис. 42. Доля продаж обуви в магазинах, в которых присутствует контрафактная продукция, от всего объема рынка в Иваново, оценка за 2016 г., %

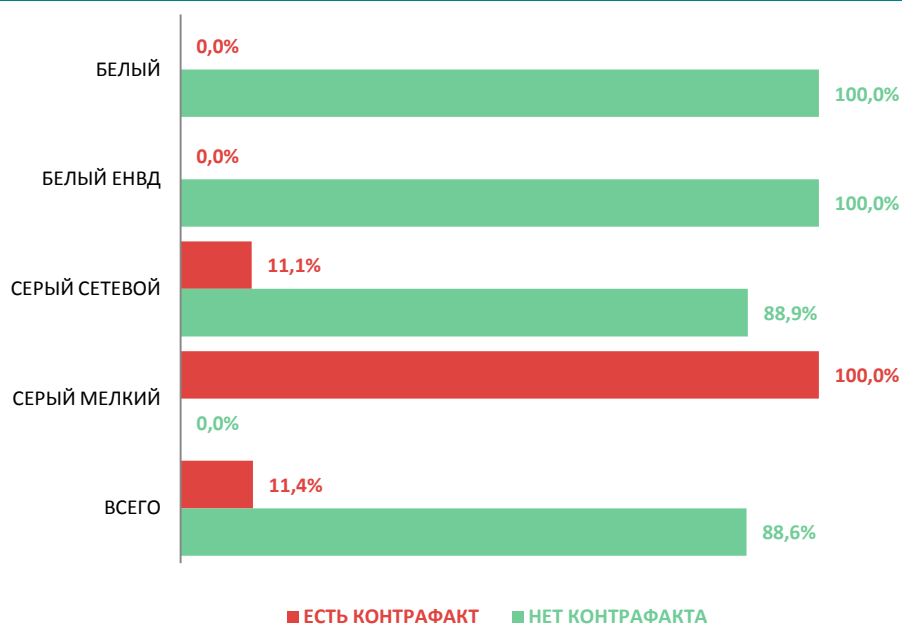


© РБК ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКОВ

Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – декабрь 2017 года

Екатеринбург

Рис. 43. Доля торговых площадей на розничном рынке обуви в Екатеринбурге, где представлена контрафактная продукция, 2017 г., % в зависимости от сегмента

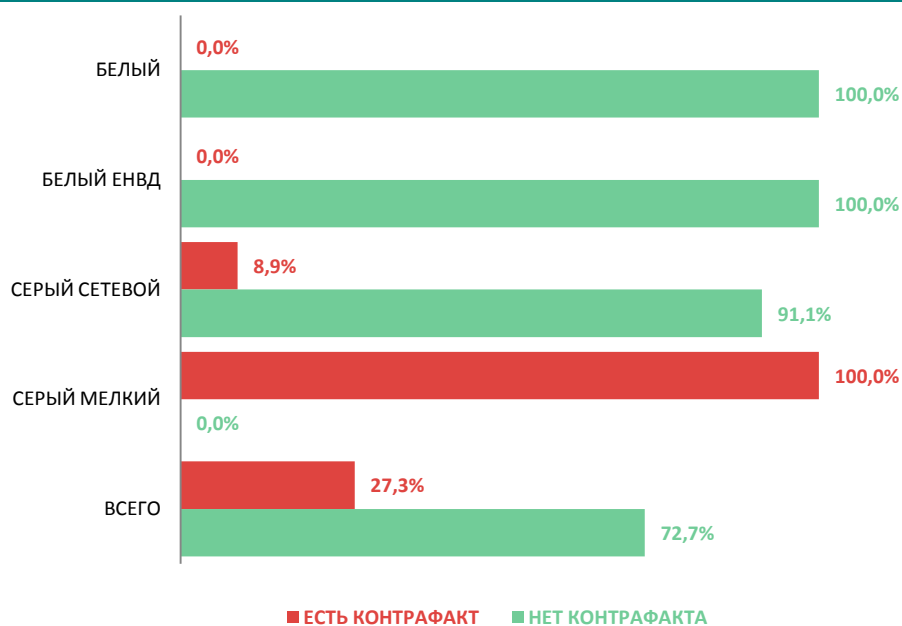


© РБК ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКОВ

Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – декабрь 2017 года

В Екатеринбурге контрафактная продукция представлена только в 27% розничных торговых точек. В сером крупном сегменте контрафактная продукция представлена лишь в 9% торговых точек или на 11% торговых площадей.

Рис. 44. Доля торговых точек на розничном рынке обуви в Екатеринбурге, где представлена контрафактная продукция, 2017 г., % в зависимости от сегмента

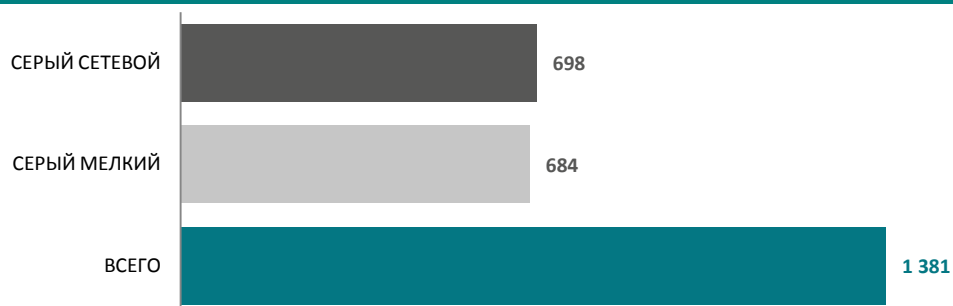


© РБК ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКОВ

Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – декабрь 2017 года

Всего объем торговли обувью в магазинах, где присутствует контрафактная продукция, оценивается в Екатеринбурге в 1,4 млрд руб., что составляет 9,2% от всего объема рынка.

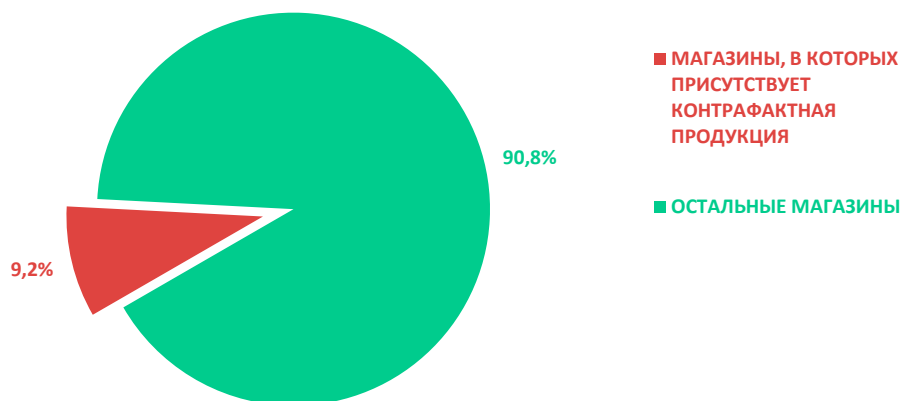
Рис. 45. Объем рынка продаж обуви в магазинах, в которых присутствует контрафактная продукция, в Екатеринбурге, оценка за 2016 г., млн руб. в зависимости от сегмента



© РБК ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКОВ

Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – декабрь 2017 года

Рис. 46. Доля продаж обуви в магазинах, в которых присутствует контрафактная продукция, от всего объема рынка в Екатеринбурге, оценка за 2016 г., %



© РБК ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКОВ

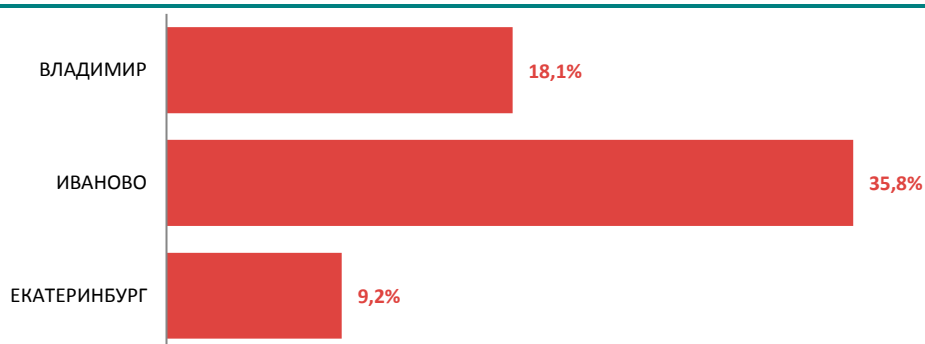
Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – декабрь 2017 года

Сравнение основных результатов в трех городах

Среди рассматриваемых в исследовании городов наибольшая доля продаж обуви в магазинах, где присутствует контрафактная продукция, наблюдается в Иваново. Приблизительно 36% продаж обуви осуществляется в тех магазинах, в ассортименте которых есть контрафактная продукция.

Во Владимире значение данного показателя примерно в 2 раза меньше и составляет 18%. Наконец, поскольку обувной рынок в Екатеринбурге является наиболее развитым и зрелым среди всех городов, рассматриваемых в исследовании, доля продаж обуви в магазинах, где присутствует контрафактная продукция, там самая низкая – она составляет только 9,2%.

Рис. 47. Доля продаж обуви в магазинах, в которых присутствует контрафактная продукция, от всего объема рынка в рассматриваемых городах, оценка за 2016 г., %



© РБК ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКОВ

Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – декабрь 2017 года

ДОЛЯ СЕГМЕНТА ФРАНЧАЙЗИНГА В СТРУКТУРЕ РЫНКА РОЗНИЧНЫХ ПРОДАЖ ОБУВИ

Владимир

Оборот франчайзинговых магазинов во Владимире был оценен в 147 млн руб. Таким образом, доля рынка белого франчайзинга во Владимире составляет 7,3% от общего объема рынка розничных продаж обуви.

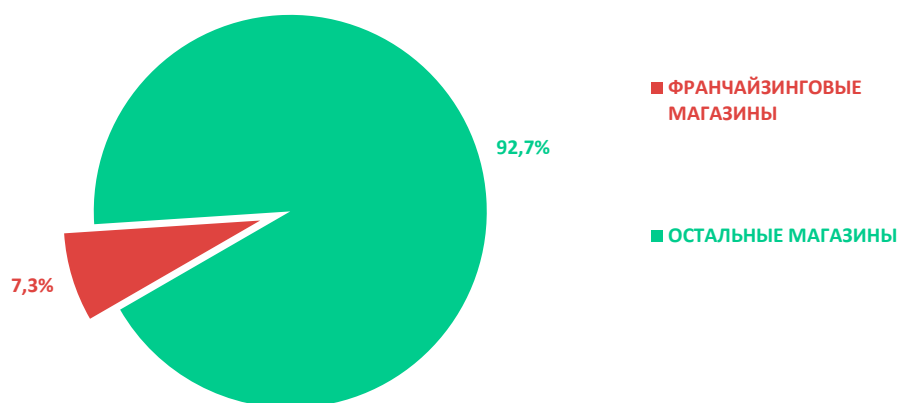
Рис. 48. Оценка объемов продаж обуви во франчайзинговых магазинах крупных белых сетей во Владимире в 2016 г., млн руб.



© РБК ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКОВ

Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – декабрь 2017 года

Рис. 49. Доля франчайзинговых магазинов на рынке розничных продаж обуви во Владимире, оценка за 2016 г., %



© РБК ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКОВ

Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – декабрь 2017 года

Иваново

В Иваново работает относительно небольшое количество крупных белых сетевых магазинов, при этом франчайзинговых среди них практически нет. Таким образом, доля франчайзинга от объема рынка продаж обуви в Иваново составляет только 1%.

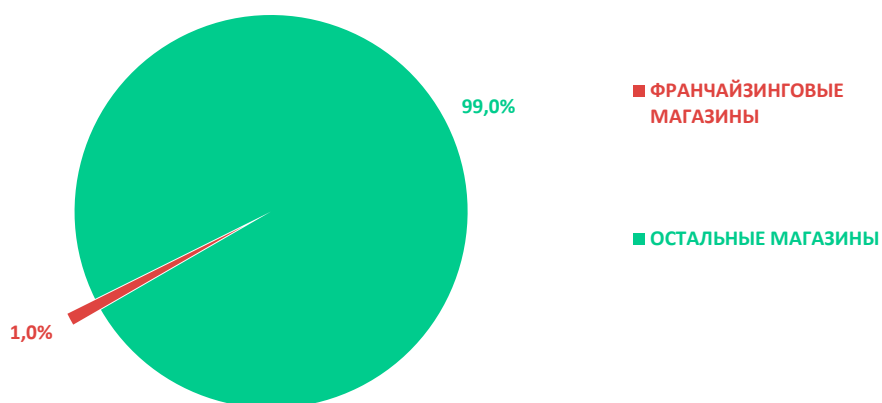
Рис. 50. Оценка объемов продаж обуви во франчайзинговых магазинах крупных белых сетей в Иваново в 2016 г., млн руб.



© РБК ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКОВ

Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – декабрь 2017 года

Рис. 51. Доля франчайзинговых магазинов на рынке розничных продаж обуви в Иваново, оценка за 2016 г., %



© РБК ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКОВ

Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – декабрь 2017 года

Екатеринбург

В Екатеринбурге большинство торговых точек крупных белых операторов также являются собственными. Площадь франчайзинговых магазинов не превышает 12%, что соответствует среднему положению между Владимиром и Иваново.

Соответственно, доля франчайзинга в обороте всего обувного рынка крупнейшего города Уральского ФО составляет 4,4%.

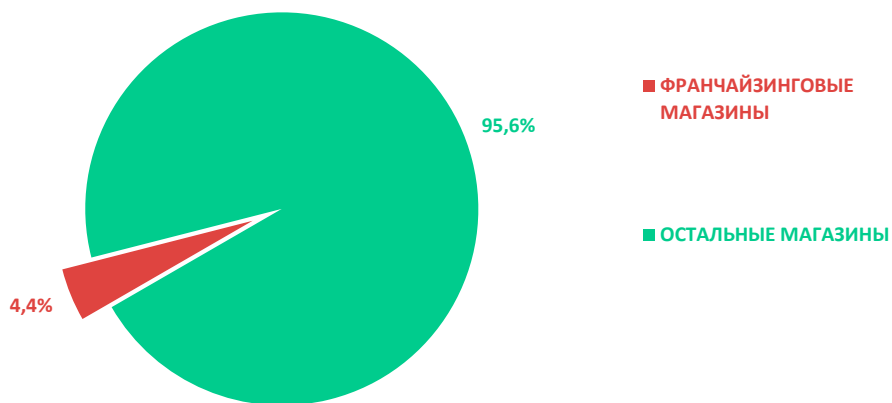
Рис. 52. Оценка объемов продаж обуви во франчайзинговых магазинах крупных белых сетей в Екатеринбурге в 2016 г., млн руб.



© РБК ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКОВ

Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – декабрь 2017 года

Рис. 53. Доля франчайзинговых магазинов на рынке розничных продаж обуви в Екатеринбурге, оценка за 2016 г., %



© РБК ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКОВ

Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – декабрь 2017 года

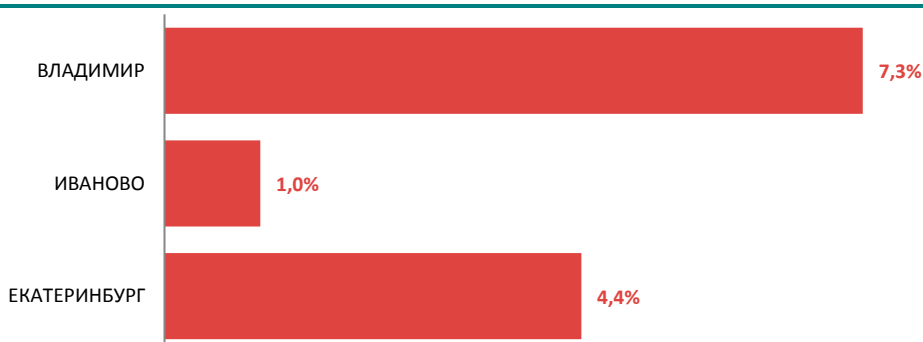
Сравнение основных результатов в трех городах

Наибольшая доля франчайзинга наблюдается во Владимире. Данный город располагается достаточно близко от Москвы и является областным центром. Поскольку развитие рынка франчайзинга в России наблюдается от столицы к регионам, лидерство Владимира в списке рассматриваемых городов выглядит естественным.

На втором месте располагается Екатеринбург с показателем в 4,4%. Данный город является экономическим центром Урала, поэтому в городе также неплохо развит рынок франчайзинга.

Иваново в силу своей специфики (центр текстильной торговли и производства, высокая доля мелкой розницы, наличие значительного объема серого рынка) занимает последнюю позицию с показателем в 1%. Местные предприниматели не спешат открывать брендовые франчайзинговые обувные магазины крупных сетей по причине занятости в сфере торговли текстильной продукцией, высоких финансовых барьеров входа при отсутствии гарантированного спроса.

Рис. 54. Доли франчайзинговых магазинов на рынке розничных продаж обуви, оценка в 2016 г., % от объема рынка обуви в соответствующих городах



© РБК ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКОВ

Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – декабрь 2017 года

ОЦЕНКА АССОРТИМЕНТНОЙ ПОЗИЦИИ ДРУГИХ ТОВАРОВ В МАГАЗИНАХ ОБУВИ

Владимир

В рассмотренных в исследовании розничных обувных магазинах доля обуви в структуре ассортимента составляет около 75%. Наименьшая доля обуви наблюдалась в белых сетевых магазинах, а наибольшая – в магазинах, относящихся к серым сегментам рынка.

Отметим, что в процессе полевого исследования объектов розничной торговли, к обувным относились магазины, имеющие в своем ассортименте хотя бы 20% обуви.

Помимо обуви в розничных магазинах Владимира также часто встречались различные аксессуары, одежда и детские товары.

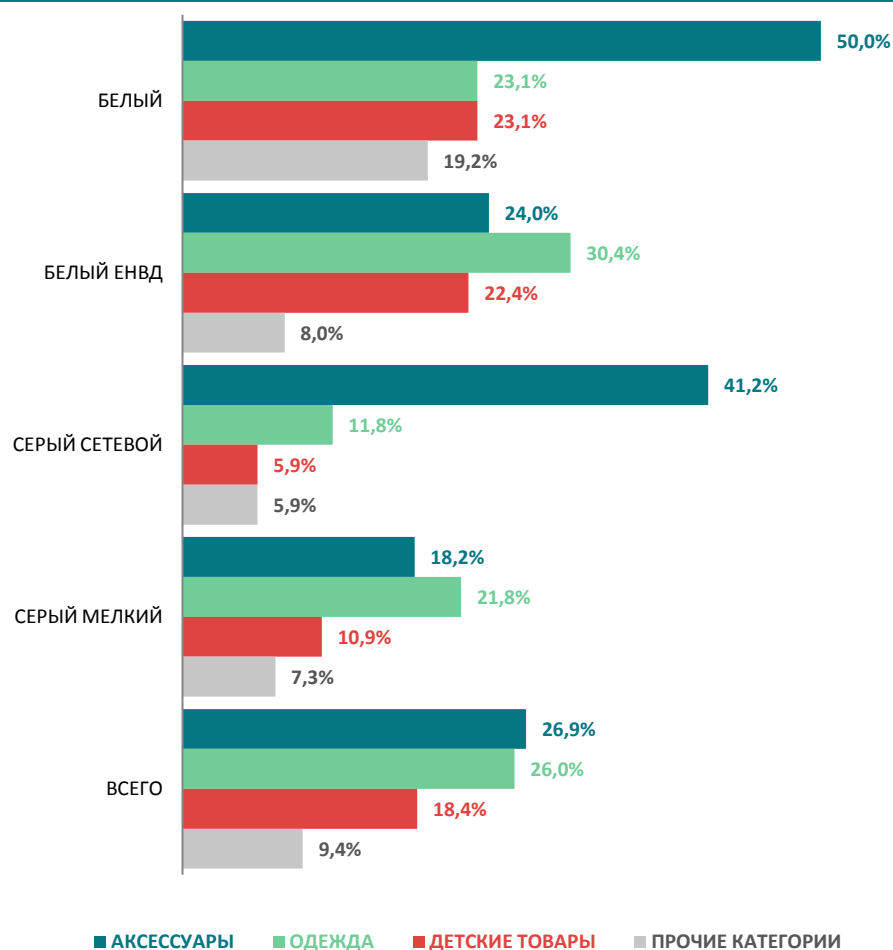
Рис. 55. Доля обуви в ассортименте розничных обувных магазинов во Владимире, 2017 г., % в зависимости от сегмента



© РБК ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКОВ

Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – декабрь 2017 года

Рис. 56. Доля остальных товарных групп в ассортименте розничных обувных магазинов во Владимире, 2017 г., % в зависимости от сегмента



© РБК ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКОВ

Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – декабрь 2017 года

Иваново

Доля обуви в структуре ассортимента розничных обувных магазинов Иваново составляет в среднем 83,5%. Значение анализируемого показателя колеблется от 76% до 88% в зависимости от сегмента рынка.

Помимо обуви в розничных магазинах в Иваново также часто встречались различные аксессуары и одежда.

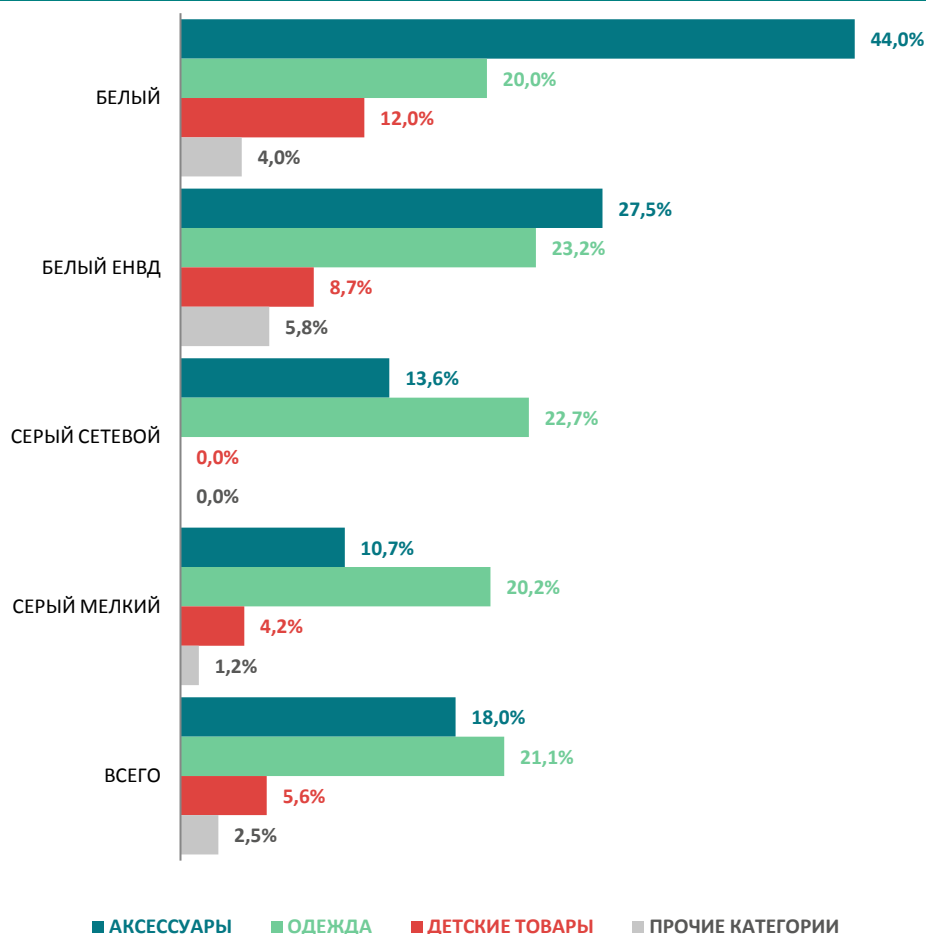
Рис. 57. Доля обуви в ассортименте розничных обувных магазинов в Иваново, 2017 г., % в зависимости от сегмента



© РБК ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКОВ

Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – декабрь 2017 года

Рис. 58. Доля остальных товарных групп в ассортименте розничных обувных магазинов в Иваново, 2017 г., % в зависимости от сегмента



© РБК ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКОВ

Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – декабрь 2017 года

Екатеринбург

Доля обуви в розничных обувных магазинах в Екатеринбурге в структуре ассортимента составляет в среднем 80,2%. Наименьшая доля обуви представлена в сетевой

рознице, относящейся как к белому, так и к серому сегментам. В этих торговых точках, помимо обуви, также представлен широкий ассортимент аксессуаров и одежды.

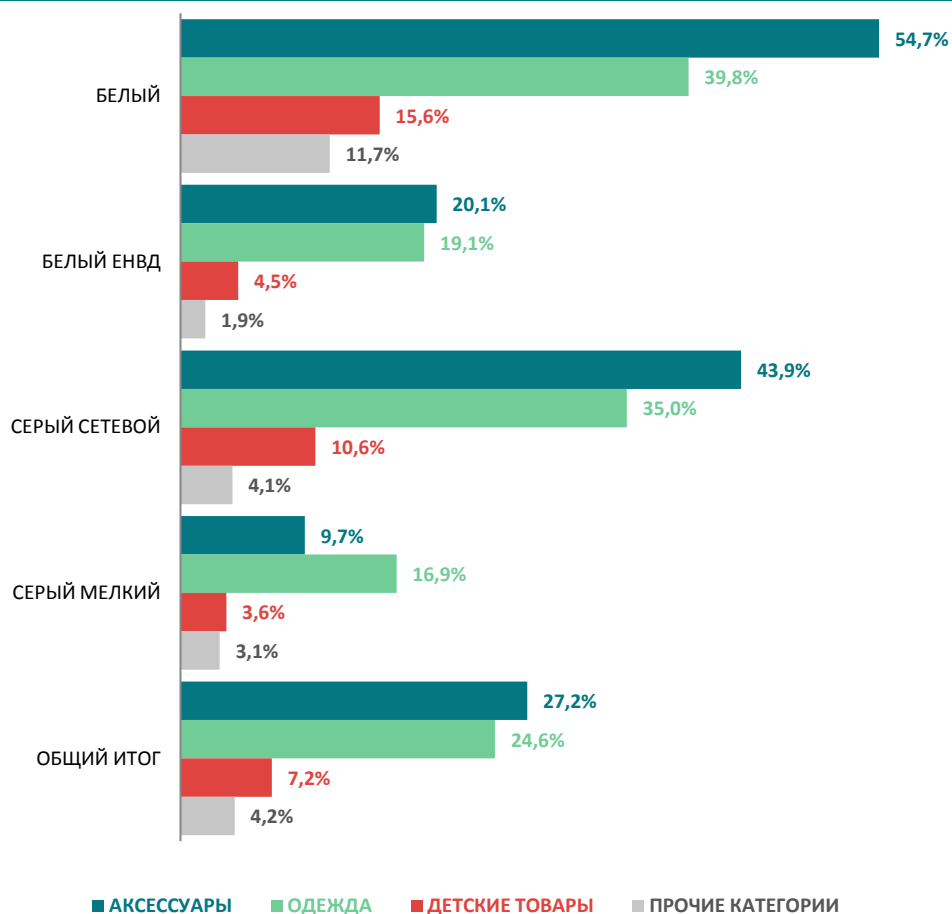
Рис. 59. Доля обуви в ассортименте розничных обувных магазинов в Екатеринбурге, 2017 г., % в зависимости от сегмента



© РБК ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКОВ

Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – декабрь 2017 года

Рис. 60. Доля остальных товарных групп в ассортименте розничных обувных магазинов в Екатеринбурге, 2017 г., % в зависимости от сегмента

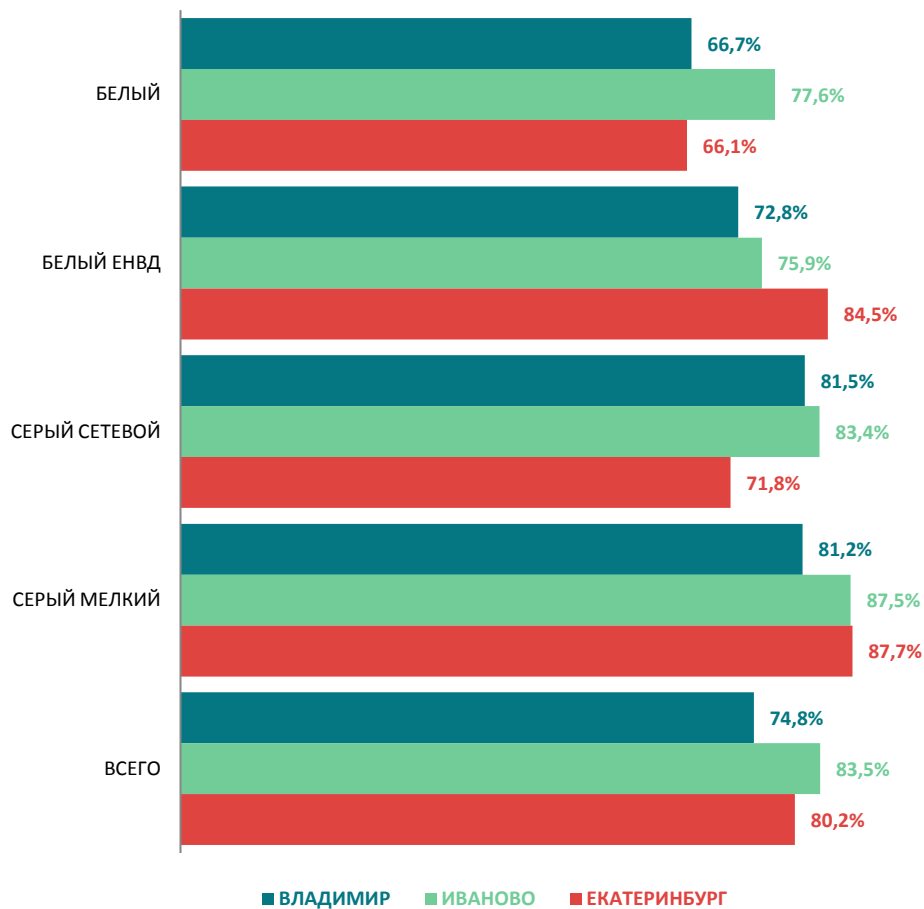


© РБК ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКОВ

Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – декабрь 2017 года

Сравнение основных результатов в трех городах

Рис. 61. Доля обуви в ассортименте розничных обувных магазинов в рассматриваемых городах, 2017 г., % в зависимости от сегмента



© РБК ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКОВ

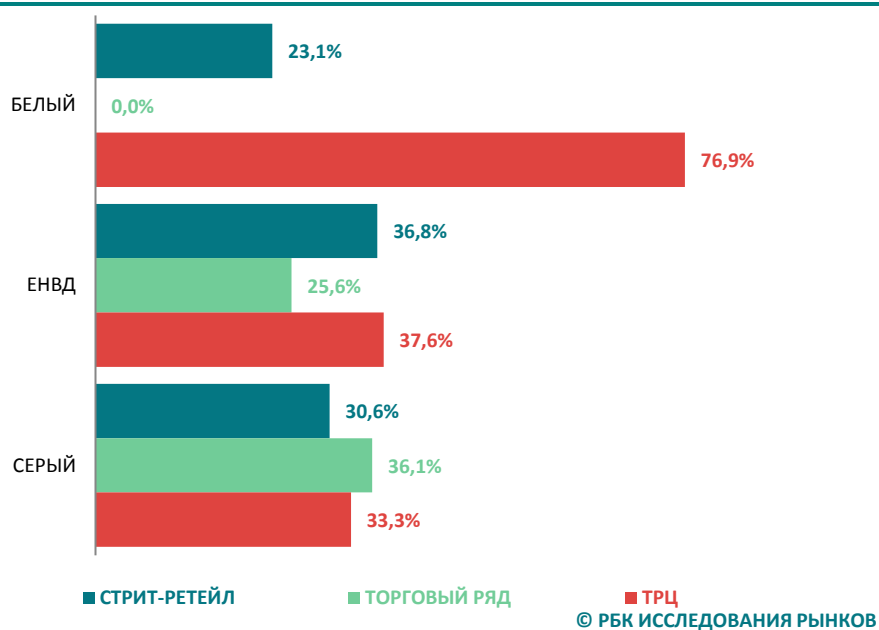
Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – декабрь 2017 года

ОЦЕНКА МЕСТОРАСПОЛОЖЕНИЯ МАГАЗИНОВ ОБУВИ

Владимир

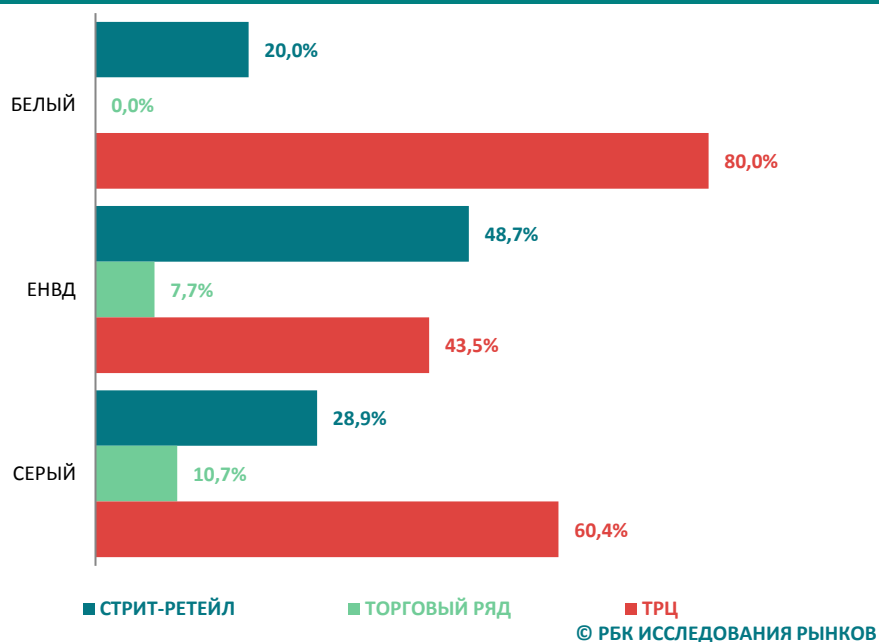
Большинство розничных магазинов обуви во Владимире расположено в торговых центрах. Например, белые сетевые игроки предпочитают именно данный формат размещения своих торговых точек. Небольшие компании, работающие по ЕНВД, в одинаковой степени предпочитают открывать торговые точки как в ТЦ, так и в стрит-ритейле. Серые игроки, в свою очередь, чаще размещают свои магазины в торговых рядах, то есть на крытых или открытых рынках, а также в торговых домах павильонного типа. При этом, как правило, такие торговые точки имеют небольшую площадь, которая составляет не более 20 кв. м.

Рис. 62. Месторасположение розничных обувных магазинов во Владимире (по точкам), 2017 г., % в зависимости от сегмента



Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – декабрь 2017 года

Рис. 63. Месторасположение розничных обувных магазинов во Владимире (по площади), 2017 г., % в зависимости от сегмента



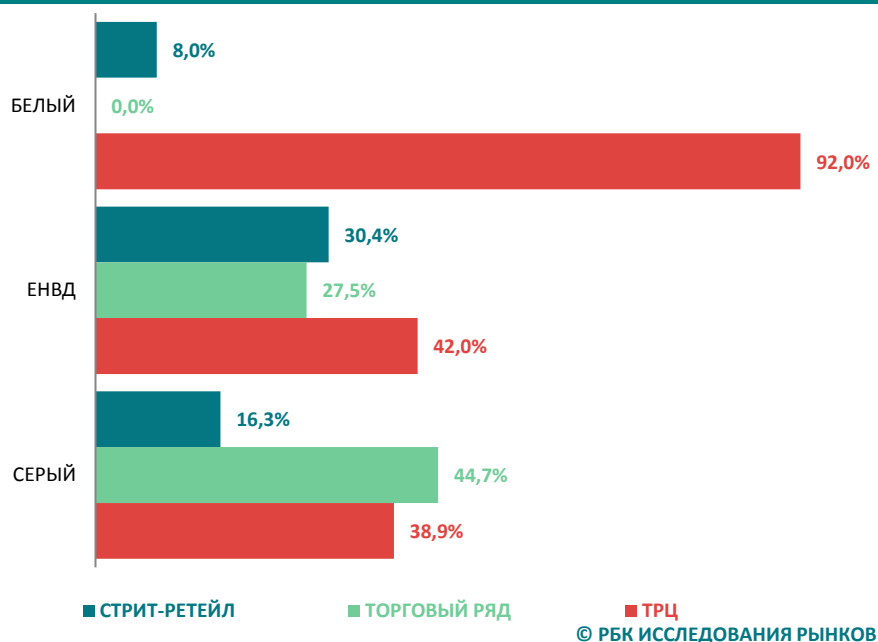
Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – декабрь 2017 года

Иваново

В Иваново представители белого сегмента рынка, а также игроки, работающие по схеме ЕНВД, в большинстве случаев открывают обувные магазины в торговых центрах. Компании серого сегмента достаточно часто размещают магазины в торговых рядах.

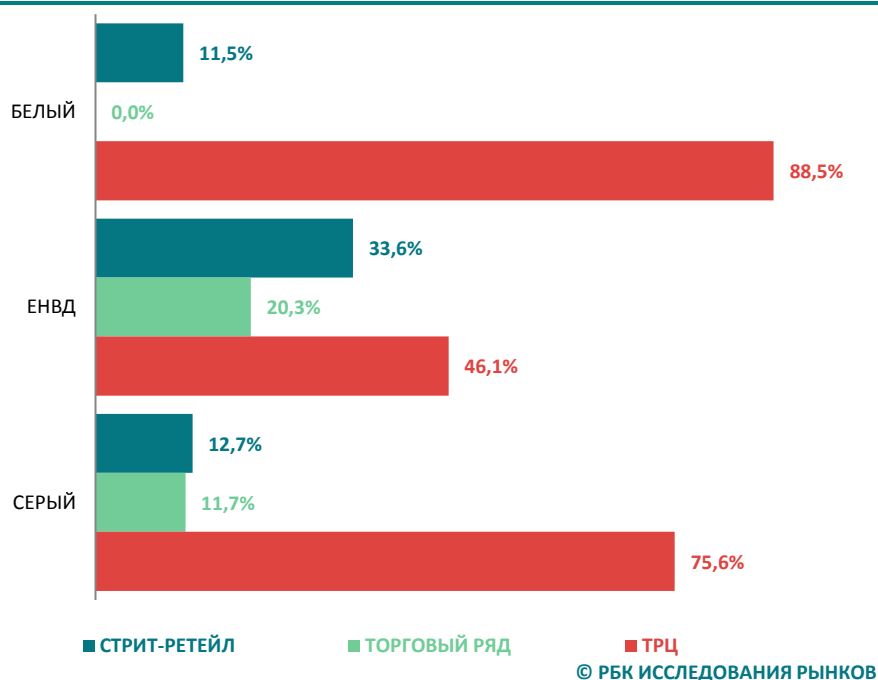
Тем не менее, большинство розничных обувных магазинов в Иваново работает в торговых центрах, причем это относится и к мелким игрокам рынка. Во многом это объясняется тем, что значительное количество торговых точек с небольшой площадью (до 20 кв. м) арендуется индивидуальными предпринимателями на 4 этаже крупного Ивановского ТЦ «Серебряный город».

Рис. 64. Месторасположение розничных обувных магазинов в Иваново (по точкам), 2017 г., % в зависимости от сегмента



Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – декабрь 2017 года

Рис. 65. Месторасположение розничных обувных магазинов в Иваново (по площади), 2017 г., % в зависимости от сегмента

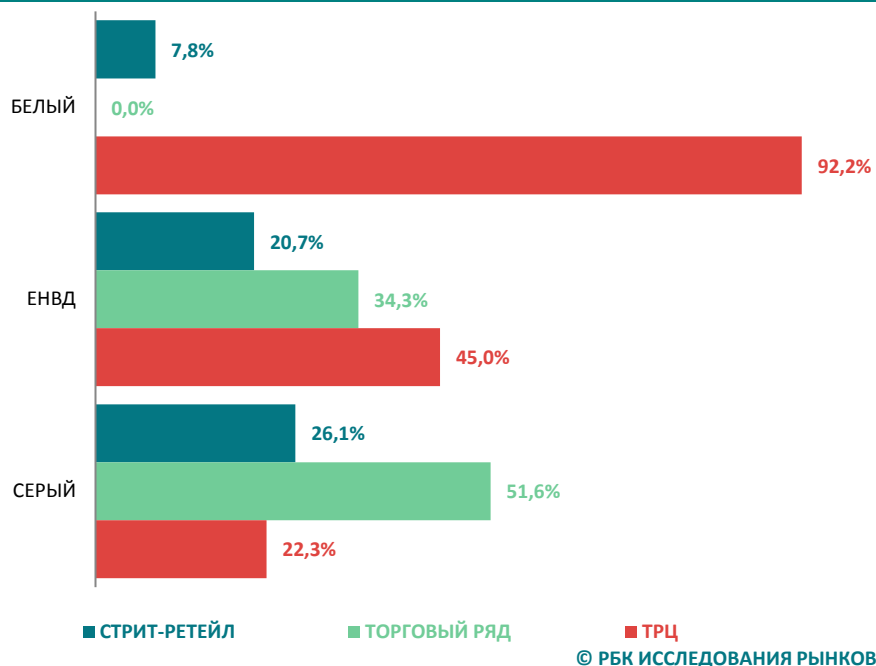


Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – декабрь 2017 года

Екатеринбург

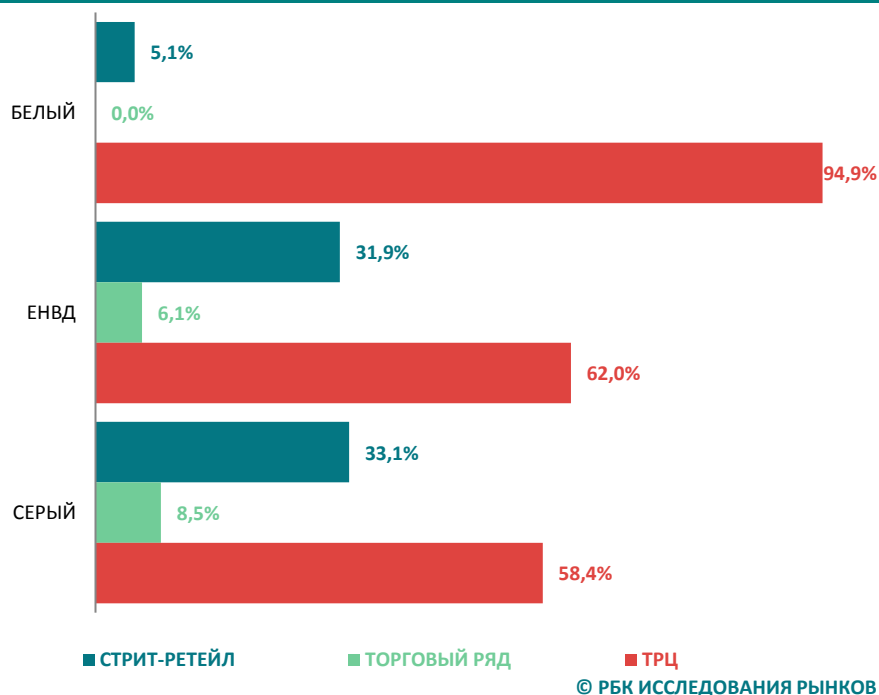
Большинство розничных магазинов обуви в Екатеринбурге расположены в торговых центрах. Белые сетевые игроки, а также мелкие компании предпочитают именно данный формат размещения своих торговых точек. В свою очередь, более половины магазинов, открытых серыми игроками рынка, работают в торговых рядах.

Рис. 66. Месторасположение розничных обувных магазинов в Екатеринбурге (по точкам), 2017 г., % в зависимости от сегмента



Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – декабрь 2017 года

Рис. 67. Месторасположение розничных обувных магазинов в Екатеринбурге (по площади), 2017 г., % в зависимости от сегмента



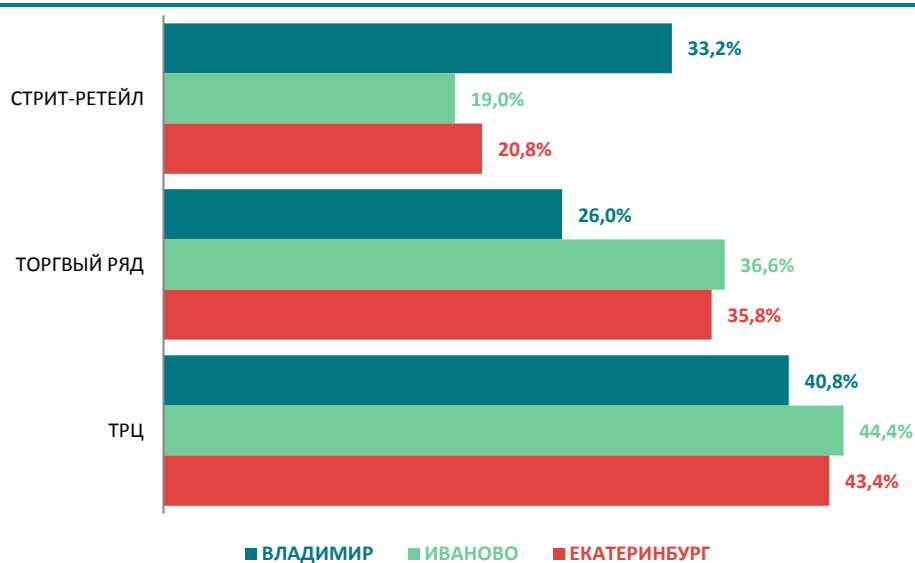
Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – декабрь 2017 года

Сравнение основных результатов в трех городах

В зависимости от рассматриваемых в исследовании городов больше всего магазинов, работающих в стрит-ритейле, наблюдается во Владимире. При этом в данном городе меньше магазинов, представленных в торговых рядах. По всей видимости, данная статистика объясняется тем, что Владимир – это древний город с большим

количеством малоэтажных исторических зданий, в которых, в том числе, открываются магазины обуви.

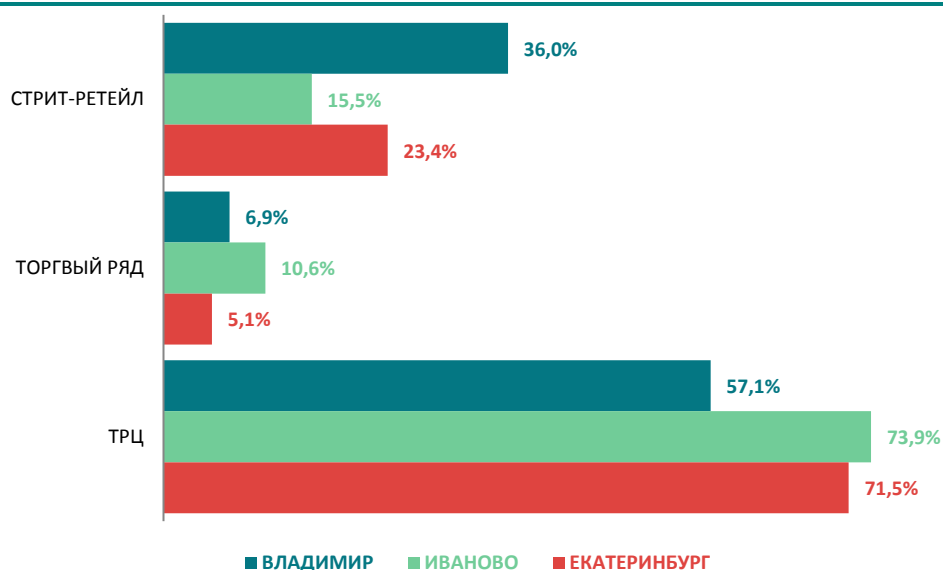
Рис. 68. Месторасположение розничных обувных магазинов (по точкам), 2017 г., % в рассматриваемых городах



© РБК ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКОВ

Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – декабрь 2017 года

Рис. 69. Месторасположение розничных обувных магазинов (по площади), 2017 г., % в рассматриваемых городах



© РБК ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКОВ

Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – декабрь 2017 года

ОЦЕНКА ВЕЛИЧИНЫ НЕСОБРАННОГО НДС НА РОЗНИЧНОМ РЫНКЕ ОБУВИ

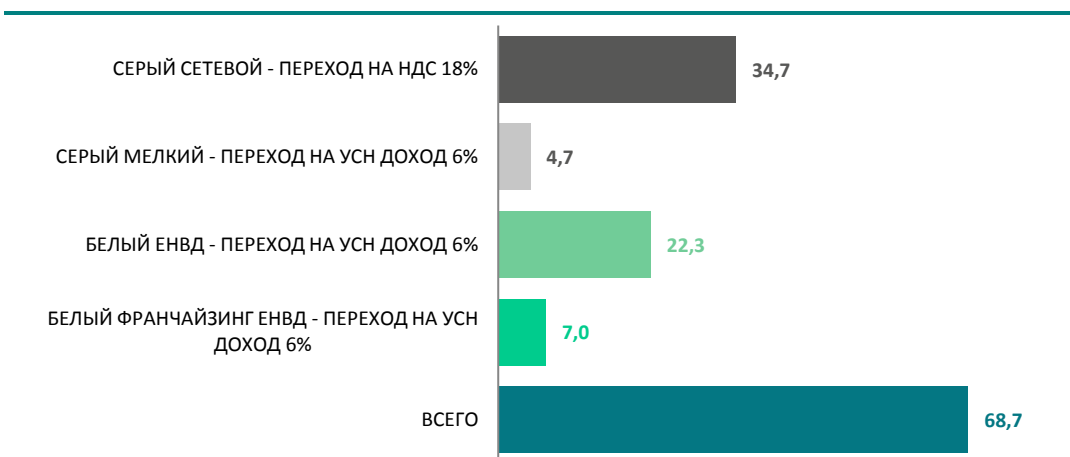
Владимир

Во Владимире с использованием ЕНВД работает весь серый сегмент розничного рынка обуви, а также мелкий сегмент, в котором отсутствует контрафактная продукция. Кроме того, по ЕНВД также работает и подавляющее большинство франчайзинговых магазинов.

Согласно проведенным расчетам, серый сетевой сегмент рынка (крупные компании, дробящие свой бизнес) не доплачивает порядка 34,7 млн руб. в качестве налогов. Если учитывать серых мелких игроков, а также небольшие белые компании и франчайзинговые магазины, работающие по ЕНВД, то сумма упущенных государством налогов увеличится до 68,7 млн руб.

Всего же собираемость налогов во Владимире при переходе игроков с ЕНВД на учет по НДС и УСН увеличится как минимум на 56%.

Рис. 70. Оценка объемов недобранных налогов по НДС и УСН во Владимире, 2017 г., млн руб. в год в зависимости от сегмента



© РБК ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКОВ

Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – декабрь 2017 года

Рис. 71. Потенциал увеличения собираемости налогов при переходе розничных продавцов обуви на работу по НДС и УСН во Владимире, 2017 г., %



© РБК ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКОВ

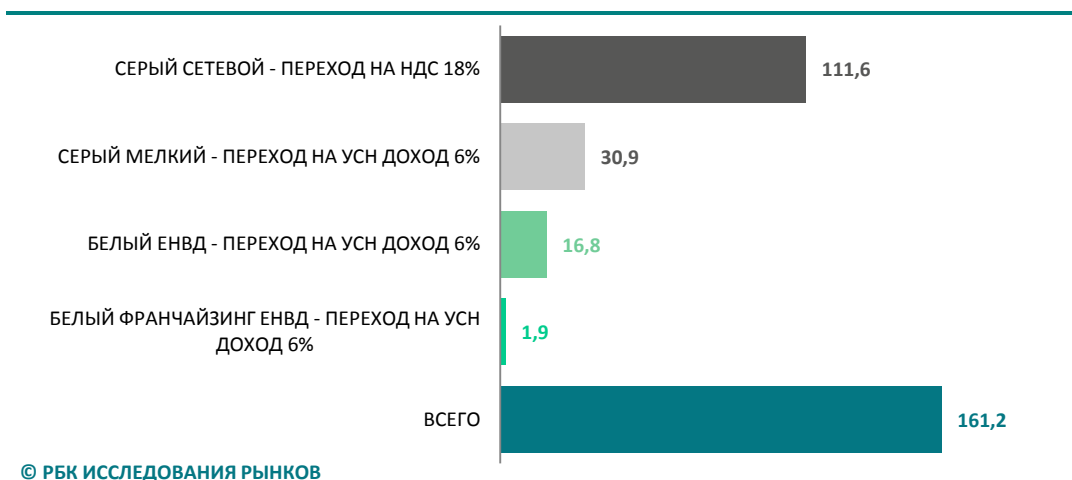
Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – декабрь 2017 года

Иваново

В Иваново доля серого сегмента на рынке обуви самая большая из рассматриваемых городов. Только в сером сетевом сегменте рынка массовый переход розничных про-

давцов обуви в данном городе на учет по НДС обеспечит дополнительные ежегодные налоговые поступления в размере 111,6 млн руб. Всего сумма недобранных налогов составляет порядка 161,2 млн руб.

Рис. 72. Оценка объемов недобранных налогов по НДС и УСН в Иваново, 2017 г., млн руб. в год в зависимости от сегмента



Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – декабрь 2017 года

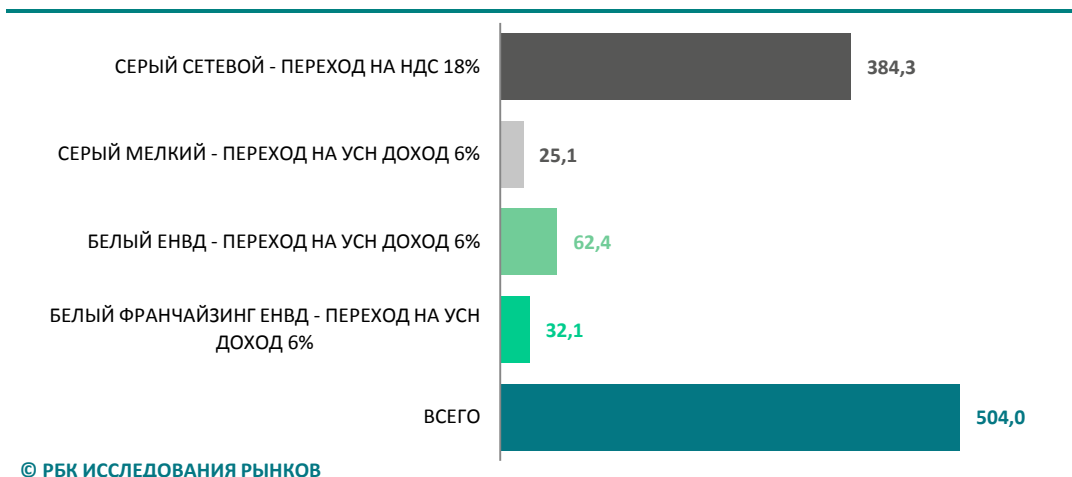
Рис. 73. Потенциал увеличения собираемости налогов при переходе розничных продавцов обуви на работу по НДС и УСН в Иваново, 2017 г., %



Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – декабрь 2017 года

Екатеринбург

В Екатеринбурге массовый переход розничных продавцов обуви серого сетевого сегмента на учет по НДС даст прирост собираемости налогов по сравнению со схемой ЕНВД на 384,3 млн руб. в год. Переход на схему УСН серых и белых мелких игроков, а также белых франчайзи увеличит налоговые поступления еще на 119,7 млн руб.

Рис. 74. Оценка объемов недобранных налогов по НДС и УСН в Екатеринбурге, 2017 г., млн руб. в год в зависимости от сегмента

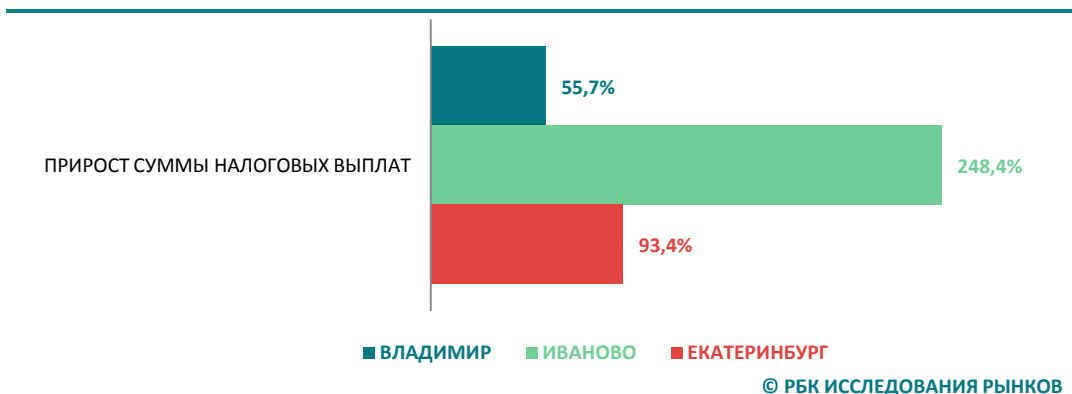
Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – декабрь 2017 года

Рис. 75. Потенциал увеличения собираемости налогов при переходе розничных продавцов обуви на работу по НДС и УСН в Екатеринбурге, 2017 г., %

Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – декабрь 2017 года

Сравнение основных результатов в трех городах

Сравнивая результаты исследования в рассматриваемых городах, можно сделать вывод о том, что переход на схемы НДС и УСН обеспечит наибольший прирост сбора налогов в Иваново, где наблюдается самая высокая доля серого сегмента на рынке обуви. Напомним, что именно в Иваново были выявлены наиболее мягкие условия выплаты налогов по схеме ЕНВД среди трех рассматриваемых в исследовании городов.

Рис. 76. Потенциал увеличения собираемости налогов при переходе розничных продавцов обуви на работу по НДС и УСН в рассматриваемых городах, 2017 г., %

Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – декабрь 2017 года

МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

Для сбора данных по розничным магазинам обуви проводилось сплошное полевое исследование во Владимире, Иваново и Екатеринбурге. Вся территория городов была разделена на отдельные сегменты, площадь которых не превышала 1,5 квадратных километров. Каждая такая зона была исследована сотрудниками РБК Исследования рынков: проводился сплошной обход всех улиц, торговых центров, торговых рядов и рынков в поисках тех магазинов, где продается обувь и где ее доля в ассортименте превышает 20%³.

По каждому магазину, где продается обувь, собиралась следующая информация:

1. название вывески магазина;
2. адрес;
3. ИНН / ОГРН;
4. форма и размер зала в шагах в виде схемы торгового зала с указанием длины каждой стороны в шагах. Затем шаги каждого интервьюера переводились в метры для расчета площади зала (замер длины шага каждого интервьюера производился заранее);
5. место расположения (ТРЦ, стрит-ритейл, торговый ряд);
6. специализация на обуви;
7. доля обуви в ассортименте;
8. присутствие в ассортименте аксессуаров;
9. присутствие в ассортименте одежды;
10. присутствие в ассортименте детских товаров;
11. присутствие в ассортименте прочих товаров;
12. признак наличия контрафактной продукции;
13. количество сотрудников в зале;
14. набор фотографий вывески, общей фотографии зала и примера выкладки обуви.

В итоге были собраны данные по 1 262 торговым точкам.

Сбор данных проводился в следующие временные интервалы:

1. Владимир – 17-23 октября 2017 года;
2. Иваново – 24-30 октября 2017 года;
3. Екатеринбург – 23 ноября – 06 декабря 2017 года.

Окончательная обработка и анализ данных проводились с помощью применения программных продуктов SPSS и Excel.

³ За исключением крупных магазинов детских и спортивных товаров (например, «Детский мир», «Дочки-Сыночки», «Спорт-мастер» и др., где доля ассортимента обуви составляет меньше 20%).

СПИСОК ДИАГРАММ

Рис. 1. Динамика объема продаж обуви в 2009-2016 гг. (в сопоставимых ценах 2016 г.), млрд руб., %..5	5
Рис. 2. Структура розничного рынка обуви в России, 2016 г., % от объема рынка в стоимостном выражении6	6
Рис. 3. Объем рынка обуви в России, оценка за 2016 г., млрд руб. в зависимости от сегмента.....7	7
Рис. 4. Объем рынка обуви в России, оценка за 2016 г., млн пар обуви в зависимости от сегмента.....7	7
Рис. 5. Структура розничного рынка обуви в России, 2016 г., % от объема рынка в натуральном выражении8	8
Рис. 6. Объем рынка продаж обуви в магазинах, в которых присутствует контрафактная продукция, Россия, оценка за 2016 г., млрд руб.....8	8
Рис. 7. Доля продаж обуви в магазинах, в которых присутствует контрафактная продукция, от всего объема рынка в России, оценка за 2016 г., %9	9
Рис. 8. Объем рынка продаж обуви в магазинах, в которых присутствует контрафактная продукция, Россия, оценка за 2016 г., млн пар.....9	9
Рис. 9. Доля продаж обуви в магазинах, в которых присутствует контрафактная продукция, от всего объема рынка в России в натуральном выражении, оценка за 2016 г., %.....9	9
Рис. 10. Оценка объемов продаж обуви во франчайзинговых магазинах крупных белых сетей в России в 2016 г., млрд руб.10	10
Рис. 11. Доля франчайзинговых магазинов на рынке розничных продаж обуви в России, оценка за 2016 г., %.....10	10
Рис. 12. Количество сотрудников, работающих в розничных обувных магазинах в России, 2017 г., тыс. чел. в зависимости от сегмента11	11
Рис. 13. Оценка объемов недобранных налогов по НДС и УСН в России, 2017 г., млрд руб. в год в зависимости от сегмента.....13	13
Рис. 14. Потенциал увеличения собираемости налогов при переходе розничных продавцов обуви на работу по НДС и УСН в России, 2017 г., %13	13
Рис. 15. Структура розничного рынка обуви во Владимире, 2017 г., % от торговой площади.....14	14
Рис. 16. Торговая площадь розничных магазинов обуви во Владимире, 2017 г., кв. м в зависимости от сегмента.....15	15
Рис. 17. Структура розничного рынка обуви во Владимире, 2017 г., % от общего количества розничных точек.....15	15
Рис. 18. Количество розничных магазинов обуви во Владимире, 2017 г., точек в зависимости от сегмента16	16
Рис. 19. Объем рынка обуви во Владимире, оценка за 2016 г., млн руб. в зависимости от сегмента17	17
Рис. 20. Количество сотрудников, работающих в розничных обувных магазинах во Владимире, 2017 г., чел. в зависимости от сегмента17	17
Рис. 21. Структура розничного рынка обуви в Иваново, 2017 г., % от торговой площади.....18	18
Рис. 22. Торговая площадь розничных магазинов обуви в Иваново, 2017 г., кв. м в зависимости от сегмента.....18	18
Рис. 23. Структура розничного рынка обуви в Иваново, 2017 г., % от общего количества розничных точек19	19
Рис. 24. Количество розничных магазинов обуви в Иваново, 2017 г., кол. в зависимости от сегмента..19	19

Рис. 25. Объем рынка обуви в Иваново, оценка за 2016 г., млн руб. в зависимости от сегмента	20
Рис. 26. Количество сотрудников, работающих в розничных обувных магазинах в Иваново, 2017 г., чел. в зависимости от сегмента	20
Рис. 27. Структура розничного рынка обуви в Екатеринбурге, 2017 г., % от торговой площади	21
Рис. 28. Торговая площадь розничных магазинов обуви в Екатеринбурге, 2017 г., кв. м в зависимости от сегмента	21
Рис. 29. Структура розничного рынка обуви в Екатеринбурге, 2017 г., % от общего количества розничных точек	22
Рис. 30. Количество розничных магазинов обуви в Екатеринбурге, 2017 г., кол. в зависимости от сегмента	22
Рис. 31. Объем рынка обуви в Екатеринбурге, оценка за 2016 г., млн руб. в зависимости от сегмента	23
Рис. 32. Количество сотрудников, работающих в розничных обувных магазинах в Екатеринбурге, 2017 г., кол. в зависимости от сегмента	23
Рис. 33. Объем рынка обуви в рассматриваемых городах, оценка за 2016 г., млн руб. в зависимости от сегмента	24
Рис. 34. Структура рынка обуви в рассматриваемых городах, оценка за 2016 г., % от объема рынка в стоимостном выражении	25
Рис. 35. Доля торговых площадей на розничном рынке обуви во Владимире, где представлена контрафактная продукция, 2017 г., % в зависимости от сегмента	26
Рис. 36. Доля торговых точек на розничном рынке обуви во Владимире, где представлена контрафактная продукция, 2017 г., % в зависимости от сегмента	27
Рис. 37. Объем рынка продаж обуви в магазинах, в которых присутствует контрафактная продукция, во Владимире, оценка за 2016 г., млн руб. в зависимости от сегмента	27
Рис. 38. Доля продаж обуви в магазинах, в которых присутствует контрафактная продукция, от всего объема рынка во Владимире, оценка за 2016 г., %	28
Рис. 39. Доля торговых площадей на розничном рынке обуви в Иваново, где представлена контрафактная продукция, 2017 г., % в зависимости от сегмента	28
Рис. 40. Доля торговых точек на розничном рынке обуви в Иваново, где представлена контрафактная продукция, 2017 г., % в зависимости от сегмента	29
Рис. 41. Объем рынка продаж обуви в магазинах, в которых присутствует контрафактная продукция, в Иваново, оценка за 2016 г., млн руб. в зависимости от сегмента	29
Рис. 42. Доля продаж обуви в магазинах, в которых присутствует контрафактная продукция, от всего объема рынка в Иваново, оценка за 2016 г., %	30
Рис. 43. Доля торговых площадей на розничном рынке обуви в Екатеринбурге, где представлена контрафактная продукция, 2017 г., % в зависимости от сегмента	30
Рис. 44. Доля торговых точек на розничном рынке обуви в Екатеринбурге, где представлена контрафактная продукция, 2017 г., % в зависимости от сегмента	31
Рис. 45. Объем рынка продаж обуви в магазинах, в которых присутствует контрафактная продукция, в Екатеринбурге, оценка за 2016 г., млн руб. в зависимости от сегмента	31
Рис. 46. Доля продаж обуви в магазинах, в которых присутствует контрафактная продукция, от всего объема рынка в Екатеринбурге, оценка за 2016 г., %	32
Рис. 47. Доля продаж обуви в магазинах, в которых присутствует контрафактная продукция, от всего объема рынка в рассматриваемых городах, оценка за 2016 г., %	32

Рис. 48. Оценка объемов продаж обуви во франчайзинговых магазинах крупных белых сетей во Владимире в 2016 г., млн руб.	33
Рис. 49. Доля франчайзинговых магазинов на рынке розничных продаж обуви во Владимире, оценка за 2016 г., %	33
Рис. 50. Оценка объемов продаж обуви во франчайзинговых магазинах крупных белых сетей в Иваново в 2016 г., млн руб.	34
Рис. 51. Доля франчайзинговых магазинов на рынке розничных продаж обуви в Иваново, оценка за 2016 г., %	34
Рис. 52. Оценка объемов продаж обуви во франчайзинговых магазинах крупных белых сетей в Екатеринбурге в 2016 г., млн руб.	34
Рис. 53. Доля франчайзинговых магазинов на рынке розничных продаж обуви в Екатеринбурге, оценка за 2016 г., %	35
Рис. 54. Доли франчайзинговых магазинов на рынке розничных продаж обуви, оценка в 2016 г., % от объема рынка обуви в соответствующих городах	35
Рис. 55. Доля обуви в ассортименте розничных обувных магазинов во Владимире, 2017 г., % в зависимости от сегмента	36
Рис. 56. Доля остальных товарных групп в ассортименте розничных обувных магазинов во Владимире, 2017 г., % в зависимости от сегмента	37
Рис. 57. Доля обуви в ассортименте розничных обувных магазинов в Иваново, 2017 г., % в зависимости от сегмента	38
Рис. 58. Доля остальных товарных групп в ассортименте розничных обувных магазинов в Иваново, 2017 г., % в зависимости от сегмента	38
Рис. 59. Доля обуви в ассортименте розничных обувных магазинов в Екатеринбурге, 2017 г., % в зависимости от сегмента	39
Рис. 60. Доля остальных товарных групп в ассортименте розничных обувных магазинов в Екатеринбурге, 2017 г., % в зависимости от сегмента	39
Рис. 61. Доля обуви в ассортименте розничных обувных магазинов в рассматриваемых городах, 2017 г., % в зависимости от сегмента	40
Рис. 62. Месторасположение розничных обувных магазинов во Владимире (по точкам), 2017 г., % в зависимости от сегмента	41
Рис. 63. Месторасположение розничных обувных магазинов во Владимире (по площади), 2017 г., % в зависимости от сегмента	42
Рис. 64. Месторасположение розничных обувных магазинов в Иваново (по точкам), 2017 г., % в зависимости от сегмента	43
Рис. 65. Месторасположение розничных обувных магазинов в Иваново (по площади), 2017 г., % в зависимости от сегмента	43
Рис. 66. Месторасположение розничных обувных магазинов в Екатеринбурге (по точкам), 2017 г., % в зависимости от сегмента	44
Рис. 67. Месторасположение розничных обувных магазинов в Екатеринбурге (по площади), 2017 г., % в зависимости от сегмента	44
Рис. 68. Месторасположение розничных обувных магазинов (по точкам), 2017 г., % в рассматриваемых городах	45
Рис. 69. Месторасположение розничных обувных магазинов (по площади), 2017 г., % в рассматриваемых городах	45

Рис. 70. Оценка объемов недобранных налогов по НДС и УСН во Владимире, 2017 г., млн руб. в год в зависимости от сегмента.....	46
Рис. 71. Потенциал увеличения собираемости налогов при переходе розничных продавцов обуви на работу по НДС и УСН во Владимире, 2017 г., %	46
Рис. 72. Оценка объемов недобранных налогов по НДС и УСН в Иваново, 2017 г., млн руб. в год в зависимости от сегмента.....	47
Рис. 73. Потенциал увеличения собираемости налогов при переходе розничных продавцов обуви на работу по НДС и УСН в Иваново, 2017 г., %	47
Рис. 74. Оценка объемов недобранных налогов по НДС и УСН в Екатеринбурге, 2017 г., млн руб. в год в зависимости от сегмента.....	48
Рис. 75. Потенциал увеличения собираемости налогов при переходе розничных продавцов обуви на работу по НДС и УСН в Екатеринбурге, 2017 г., %.....	48
Рис. 76. Потенциал увеличения собираемости налогов при переходе розничных продавцов обуви на работу по НДС и УСН в рассматриваемых городах, 2017 г., %.....	48

