

| Название отчета | ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КОСМЕТИКИ (ВЫПУСК 2) | ЫНКА |
|--|--|----------------------------|
| Название компании- | Группа компаний Step by Step | |
| Исполнителя | 18.08.2014 | |
| Дата выхода отчета Количество страниц | 141 стр. | |
| Язык отчета | русский | |
| Стоимость (руб.) | 35 000 pyő. | |
| Полное описание | Цель исследования: анализ текущей ситуации на рынке | |
| отчета (цель, методы, | | |
| структура, источники | Задачи исследования: | |
| информации, выдержки из текста, | • Описание макроэкономической ситуации на Рынке | |
| графическая | Выделение основных сегментов РынкаОпределение основных количественных характеристик Рынка | |
| информация, | Определение основных количественных характеристик т ынка Описание структуры Рынка | |
| диаграммы-примеры и | Выявление основных игроков на Рынке | |
| т.п.) – не более 2-х | Выявление основных факторов, влияющих на Рынок | |
| стр.А4 | • Выявление основных тенденций Рынка | |
| | • Описание потребителей на Рынке | |
| | | |
| | Выдержки из исследования: Ряд экспертов оценили долю отечественной продукции на профессиональной косметики РФ примерно в%. Учитывая, что данного рынка в целом оценивается примерно в млрд. долларов, предположить, что отечественные производители поставляют проприблизительно на млн. долларов. Объём сегмента профессиональной косметики парфюмерно-косметичественные производители поставляют проприблизительно на млн. долларов. | можно дукции |
| | рынка России – приблизительно млрд. долларов. В 2013 году внешнеторговый оборот продукции отобранных для анал | TT120 |
| | брендов профессиональной косметики в натуральном выражении соста | |
| | тонн. Объем внешней торговли в стоимостном выражении – тыс. Ц | |
| Подробное | 1 Введение | 6 |
| оглавление/содержание | 2 Список использованных терминов | 8 |
| отчета | 3 Методологическая часть | 10 |
| | 3 1 Описание типа исследования | 10 |
| | 3.2 Объект исследования | 10 |
| | 3.2 | 10 |
| | | 10 |
| | 3.4 География исследования | |
| | 3.5 Время проведения исследования | 10 |
| | 3.6 Методы сбора данных | 11 |
| | 4 Макроэкономические факторы, влияющие на Рынок | 12 |
| | | |
| | 4.1 Динамика валового внутреннего продукта | 12 |
| | 4.1 Динамика валового внутреннего продукта 4.2 Промышленное производство | 12 15 |
| | | |
| | 4.2 Промышленное производство | 15 |
| | 4.2 Промышленное производство 4.3 Уровень инфляции 4.4 Уровень доходов населения | 15 16 18 |
| | 4.2 Промышленное производство 4.3 Уровень инфляции 4.4 Уровень доходов населения 4.5 Инвестиции | 15 16 18 20 |
| | 4.2 Промышленное производство 4.3 Уровень инфляции 4.4 Уровень доходов населения 4.5 Инвестиции 4.6 Розничная торговля | 15 16 18 20 21 |
| | 4.2 Промышленное производство 4.3 Уровень инфляции 4.4 Уровень доходов населения 4.5 Инвестиции | 15 16 18 20 |
| | 4.2 Промышленное производство 4.3 Уровень инфляции 4.4 Уровень доходов населения 4.5 Инвестиции 4.6 Розничная торговля Влияние макроэкономических факторов на | 15 16 18 20 21 |
| | 4.2 Промышленное производство 4.3 Уровень инфляции 4.4 Уровень доходов населения 4.5 Инвестиции 4.6 Розничная торговля Влияние макроэкономических факторов на 4.7 развитие изучаемого рынка | 15 16 18 20 21 |



| | | | парфюмерных и косметических средств | |
|----|-------|-------------------|---|---------------------|
| | 4.9 | Описание | е влияющих Рынков | 31 |
| | , | 4.9.1 | Рынок услуг салонов красоты | 31 |
| | | 4.9.2 | Салоны эконом-класса | 32 |
| | | 4.9.3 | Салоны среднего уровня | 33 |
| | | 4.9.4 | Салоны класса Люкс | 33 |
| | | 4.9.5 | VIP-салоны | 34 |
| | | 4.9.6 | Тенденции в ценовых сегментах | 35 |
| | | 4.9.7 | Основные тенденции | 35 |
| | | 4.9.8 | По территориальному признаку | 36 |
| | | 4.7.0 | По социально-демографическим | |
| | | 4.9.9 | показателям | 36 |
| 10 | Сегме | ентация ры | ынка | 38 |
| | 10.1 | Требован | ия к профессиональной косметике | 38 |
| | 10.2 | Сегменті | ирование продукции на рынке | 38 |
| | | 10.2.1 | Сегментирование по виду продукции | 38 |
| | | | Сегментирование в зависимости от | 38 |
| | | 10.2.2 | состава активных веществ | 00 |
| | | 10.2.3 | Сегментирование в зависимости от типов кожи | 39 |
| | | | Сегментирование в зависимости от | 40 |
| | | 10.2.4 | этапов ухода за кожей | 40 |
| | | 10.2.5 | Сегментирование по регламентам использования | 40 |
| | | 10.2.3 | Сегментирование в соответствии с | 40 |
| | | 10.2.6 | ГОСТами | 40 |
| | | 10.2.7 | Тенденции в различных рыночных | 43 |
| | 10.2 | 10.2.7 | сегментах | 44 |
| | 10.3 | | е принципы ценообразования | 45 |
| | | 10.3.1 | Ценовое сегментирование Продукции | 45 47 |
| | | 10.3.2 Hopuamu | Тенденции в ценовых сегментах изно-методическое регулирование и | 47 |
| | | | лирование оборота косметической | 48 |
| | 10.4 | продукци | u | |
| | | 10.4.1 | Государственная регистрация, | 48 |
| | | 10.4.1 | требования к безопасности Требования к безопасности | 49 |
| | | 10.4.2 | Стандарты | 49 |
| | | 10.4.3 | | 49 51 |
| | 0 | 10.4.4 | Саморегулируемые организации | 54 |
| 11 | | | чественные характеристики рынка | |
| | 11.1 | _ | оссийского производства | 54 54 |
| | 11.2 | _ | нка и темпы его роста рынка профессиональной косметики в | 54 |
| | 11.3 | | у. Степень насыщенности рынка | 55 |
| | | Основные | е тенденции рынка. Прогноз развития | 56 |
| | 11.4 | _ | офессиональной косметики до 2020 года | |
| | | 11.4.1 | Основные тенденции рынка | 56 |
| | | | Прогноз развития российского рынка профессиональной косметики до 2020 | 57 |
| | | 11.4.2 | года | 01 |
| | 11.5 | Влияние с | сезонности на Рынок | 59 |
| | 11.6 | Анализ вн | ешней торговли | 60 |



| | | 11.6.1 Структура внешней торговли | 61 |
|----|------|---|--------------------|
| | | Основные тенденции во внеши | ^{ней} 78 |
| 12 | Carr | 11.6.2 торговле | 79 |
| 12 | | овая структура Рынка | 7 9 79 |
| | 12.1 | Цепочка движения товара Упатура описания основи к серментов участи | 11100 |
| | 12.2 | Краткое описание основных сегментов участни Рынка | ^{1KOB} 81 |
| | | 12.2.1 Производители Продукции | 81 |
| | | 12.2.2 Дистрибьюторы продукции | 82 |
| | | 12.2.3 Розничный сектор | 83 |
| 13 | Конк | урентный анализ | 85 |
| | 13.1 | Конкуренция между производителями на рынке | |
| | 13.1 | 13.1.1 Основные производители | 85 |
| | | Описание профилей компаний- | |
| | | 13.1.2 производителей | 87 |
| | | Сравнительная характеристика основ | ^{вных} 99 |
| | | 13.1.3 производителей на рынке Тенденции в направлении конкуренц | или |
| | | 13.1.4 между производителями | 106 |
| | | Конкуренция между дистрибьюторами и | 107 |
| | 13.2 | оптовыми компаниями | |
| | | Основные компании оптового сегмен 13.2.1 рынка | 107 |
| | | 13.2.2 Основные параметры конкуренции | 107 |
| | | Профили компаний оптового сегмент | ^{га} 108 |
| | | 13.2.3 рынка | 100 |
| | | Сравнительная характеристика 13.2.4 участников оптового рынка | 111 |
| | | 13.2.4 участников оптового рынка Тенденции в направлении конкуренц | ии |
| | | между компаниями оптового сегмент | |
| | | 13.2.5 рынка | |
| | 13.3 | Конкуренция между компаниями розничного сектора | 114 |
| | 13.3 | 13.3.1 Основные компании розничного сект | ropa 114 |
| | | Профили компаний розничного секто | nna |
| | | 13.3.2 рынка | ^{5pa} 114 |
| | | Тенденции в направлении конкуренц | 1/1 |
| | Awar | 13.3.3 между компаниями розничного секто | pa 122 |
| 14 | | из потребителей | 122 |
| | 14.1 | Сегментация потребителей | 122 |
| | | 14.1.1 Потребители в сегменте В2С | |
| | | 14.1.2 Потребители в сегменте B2B Степень активности в потреблении | 122 |
| | 14.2 | профессиональной косметики в единицу времен | и. 123 |
| | | Структура осведомленности потребителей о | 123 |
| | 14.3 | брендах профессиональной косметики. | 725 |
| | 14.4 | Потребительские предпочтения по функциональным группам, месту потребления | 124 |
| | 17,7 | Потребительские мотивации и поведение при | 105 |
| | 14.5 | покупке профессиональной косметики | 125 |
| | 114 | Особенности потребления профессиональной | 126 |
| | 14.6 | косметики в России. Медиа-предпочтения потребителей | |
| | 14.7 | профессиональной косметики | 127 |
| | 14.8 | Основные тенденции в потребительском сегмен | нте 127 |



| | 15 Οδοδ ι | щающие вы | воды по отчету | 128 |
|---|--|--------------|--|---------------|
| | 15.1 | Факторы, | влияющие на развитие Рынка | 128 |
| | | 15.1.1 | Step-анализ Рынка | 128 |
| | | 15.1.2 | Факторы, благоприятствующие развитию Рынка | 129 |
| | 15.2 | Анализ рис | тков | 130 |
| | | 15.2.1 | Сдерживающие факторы Рынка/анализ рисков | 130 |
| | 15.3 | Прогнозы | развития рынка | 130 |
| | | 15.3.1 | Потребление профессиональной косметики | 130 |
| | | 15.3.2 | Продукция | 130 |
| | | 15.3.3 | Основные игроки | 130 |
| | 15.4 | Текущая ст | итуация и перспективы развития рынка | 131 |
| | | | енды, отобранные для анализа внешней | 134 |
| T.C. | | | фессиональной косметикой | 10-7 |
| Количество и названия таблиц, диаграмм, | | | П с 2002-2013, трлн. RUR П с 2002-2012, трлн. RUR | |
| графиков | | | тте 2002-2012, трлн. КОК ста ВВП в текущих ценах и ценах 2008 года | l B |
| | 2003-2013 гг., % | | | |
| | Диаграмма 4. Динамика ВВП и темпы прироста ВВП (%) в текущих ценах с | | | |
| | 2011 г. по I квартал 2014 г., млрд. RUR | | | |
| | Диаграмма 5. Индексы промышленного производства в 2013-2014 гг.,в % к соответствующему периоду предыдущего года | | | |
| | Диаграмма 6. Динамика темпов прироста цен на потребительские товары в | | | |
| | 2002-2013 гг., % | | | |
| | Диаграмма 7. Динамика темпов прироста квартальных цен на потребительские товары в 2011-2014 гг., % | | | |
| | | инамика тем | пов прироста цен на промышленные товарь | Ы В |
| | Диаграмма 9. Динамика номинальной среднемесячной заработной платы в 2002 - 2013 гг., тыс. руб. | | | |
| | Диаграмма 10. Динамика среднемесячной заработной платы в январе-мае 2012-2013 гг., тыс. руб., % | | | |
| | Диаграмма 11. Динамика объема инвестиций в основной капитал в 2002- 2013гг., трлн. руб. | | | |
| | Диаграмма 12. Инвестиции в основной капитал в 2013-2014 гг., трлн. руб. Диаграмма 13. Динамика оборотов розничной торговли в 2013-2014 гг., млрд. | | | |
| | руб. Диаграмма 14. Объем производства мыла в 2010-2014 (январь-июнь) гг., тыс. | | | |
| | тон Диаграмма 15. Динамика рост цен на моющие и чистящие жидкие средства, | | | |
| | руб./л. Диаграмма 16. Динамика рост цен на моющие и чистящие жидкие средства, руб./л. Диаграмма 16. Динамика роста цен на мыло туалетное, 100 г./руб., 2010-2014 | | | |
| | г (январь-июнь) | | ora dell'un monto riginaterinot, 100 m. pyto., 2010 | 2011 |
| | Диаграмма 17. д 2014 г (январь-и | | ста цен на мыло хозяйственное, 200 г./руб., | 2010- |
| | Диаграмма 18. Д (январь-июнь) г | | ста цен на шампунь, 200 г./руб., 2010-2014 | Γ |
| | | Объем прода | ж мыла и косметических и парфюмерных рублей | |
| | Диаграмма 20. 1 | Выручка от і | продажи услуг, оказываемых парикмахерски | ими и |
| | | | 3 гг., по данным на 1 января, тыс. руб. ого влияния макроэкономических факторов | на |
| | | | ого влияния макроэкономических факторов пональной косметики | , 11 u |
| | Таблица 2. Инде | екс химичес | кого производства, % | |
| | Таблица 3. Прог | изводство хи | мической продукции, % | |

Маркетинговое Агентство Step by Step

109004, г. Москва, Николоямский пер. д.ЗА, стр.2 Тел. +7 (495) 912-48-17, +7 (985) 760-50-73, <u>www.step-by-step.ru</u>



Таблица 4. Экспорт химических веществ в страны дальнего зарубежья, 2013 год, тыс. тонн

Таблица 5. Импорт химической продукции из стран дальнего зарубежья, 2013 год, тыс. тонн

Таблица 6. Объем производства парфюмерных, косметических и туалетных средств в 2010-2014 (январь-июнь) гг., млн. шт.

Таблица 7. Распределение профессиональных средств по уходу за кожей, ввезённых на территорию РФ в 2013 году, по ценовым сегментам

Таблица 8. Распределение профессиональных средств для волос, ввезённых на территорию $P\Phi$ в 2013 году, по ценовым сегментам

Таблица 9. Распределение профессиональной декоративной косметики, ввезённой на территорию РФ в 2013 году, по ценовым сегментам

Таблица 10. Распределение профессиональных средств для маникюра и педикюра, ввезённых продукции на территорию РФ в 2013 году, по ценовым сегментам

Таблица 11. Международные стандарты в области косметики

Таблица 12. Российская система ГОСТов в области косметики

Таблица 13. Саморегулируемые организации рынка профессиональной косметики РФ по состоянию на 01.03.2013г.

Таблица 14. Исходные и расчетные данные для прогноза объемов российского рынка профессиональной косметики в 2013-2020гг.

Таблица 15. Таможенные коды продукции

Таблица 16. Объем внешней торговли профессиональной косметикой в 2013 г.

Таблица 17. Товарная структура внешней торговли профессиональной косметикой в 2013 году

Таблица 18. Структура импорта профессиональной косметики по странам-импортёрам в 2013 году

Таблица 19. Структура импорта профессиональной косметики по странам-производителям в 2013 году

Таблица 20. Структура импорта профессиональной косметики по брендам в 2013 году

Таблица 21. Основные страны назначения российского экспорта профессиональной косметики в 2013 году

Таблица 22. Основные страны-производители российского экспорта профессиональной косметики в 2013 году

Таблица 23. Основные страны-производители российского экспорта профессиональной косметики в 2013 году

Таблица 24. Оборот внешней торговли декоративной профессиональной косметикой в 2013 году

Таблица 25. Структура импорта профессиональной декоративной косметики по странам-импортёрам в 2013 году

Таблица 26. Структура импорта профессиональной косметики по товарной группе «Декоративная косметика» по странам-производителям в 2013 году Таблица 27. Структура импорта профессиональной декоративной косметики по брендам в 2013 году

Таблица 28. Оборот внешней торговли профессиональной косметикой по уходу за кожей в 2013 году

Таблица 29. Структура импорта профессиональной косметики по товарной группе «Уход за кожей» по странам-импортёрам в 2013 году

Таблица 30. Структура импорта профессиональной косметики по товарной группе «Уход за кожей» по странам-производителям в 2013 году

Таблица 31. Структура импорта профессиональной косметики по уходу за кожей по брендам в 2013 году

Таблица 32. Основные страны назначения российского экспорта профессиональных средств по уходу за кожей в 2013 году

Таблица 33. Основные страны производства российского экспорта профессиональных средств по уходу за кожей в 2013 году

Таблица 34. Структура российского экспорта профессиональных средств по уходу за кожей по брендам в 2013 году

Маркетинговое Агентство Step by Step

109004, г. Москва, Николоямский пер. д.ЗА, стр.2 Тел. +7 (495) 912-48-17, +7 (985) 760-50-73, <u>www.step-by-step.ru</u>



| Г | |
|-----------------------|--|
| | Таблица 35. Оборот внешней торговли профессиональной косметикой для маникюра/педикюра в 2013 году |
| | Таблица 36. Структура импорта профессиональной косметики по товарной |
| | группе «Средства для маникюра и педикюра» по странам-импортёрам в 2013 |
| | году |
| | Таблица 37. Структура импорта профессиональной косметики по товарной |
| | группе «Средства для маникюра и педикюра» по странам-производителям в |
| | 2013 году |
| | Таблица 38. Структура импорта профессиональной косметики для маникюра |
| | и педикюра по брендам в 2013 году |
| | Таблица 39. Оборот внешней торговли профессиональной косметикой для |
| | волос в 2013 году |
| | Таблица 40. Структура импорта профессиональной косметики по товарной |
| | группе «Уход за волосами» по странам-импортёрам в 2013 году |
| | Таблица 41. Структура импорта профессиональной косметики по товарной группе «Уход за волосами» по странам-производителям в 2013 году |
| | Группе « у ход за волосами» по странам-производителям в 2013 году Таблица 42. Структура импорта профессиональной косметики по уходу за |
| | волосами по брендам в 2013 году |
| | Таблица 43. Страны назначения российского экспорта профессиональной |
| | косметики по уходу за волосами в 2013 году |
| | Таблица 44. Страны-производители российского экспорта профессиональной |
| | косметики по уходу за волосами в 2013 году |
| | Таблица 45. Структура российского экспорта профессиональной косметики |
| | по уходу за волосами по брендам в 2013 году |
| | Таблица 46. Производители профессиональной косметики, представленной на |
| | российском рынке (выборочно) |
| | Таблица 47. Сравнительная характеристика основных производителей на |
| | рынке |
| | Таблица 48. Отдельные компании оптового сегмента рынка профессиональной косметики, представленной на российском рынке |
| | Таблица 49. Сравнительная характеристика основных производителей |
| | профессиональной косметики по основным каналам товародвижения |
| | Таблица 50. Сравнительная характеристика отдельных оптовых компаний |
| | рынка профессиональной косметики |
| | Таблица 51. Компании, осуществляющие розничную торговлю косметикой / |
| | профессиональной косметикой |
| | Таблица 52. Сравнительная характеристика отдельных компаний розничного |
| | рынка профессиональной косметики |
| | Таблица 53. Продолжительность проведения косметических процедур, час |
| | Таблица 54. Анализ результатов оценки важности критериев взаимодействия |
| | поставщиков профессиональной косметики и салонов красоты Таблица 55. STEP-анализ российского рынка профессиональной косметики |
| | Гаолица 55. 8 ГеР-анализ россииского рынка профессиональной косметики Таблица 56. Возможные риски, связанные с Рынком |
| | Схема 1. Производство профессиональной косметики в системе ОКВЭД |
| | Схема 3. Общая схема товародвижения на рынке профессиональной |
| | косметики |
| | |
| Способ | В печатном/ электронном формате |
| предоставления отчета | |
| (в электронном / | |
| печатном виде/ оба) | |
| Название файла (если | ГИ_РРПрофКосм_2014.pdf |
| отчет предоставлен в | |
| электронном виде) | |

Маркетинговое Агентство Step by Step специализируется в области корпоративного маркетинга. Мы оказываем широкий спектр услуг отделам маркетинга коммерческих компаний, от проведения практически любых исследовательских работ до содействия в реализации маркетинговых планов компании в случае

Маркетинговое Агентство Step by Step

109004, г. Москва, Николоямский пер. д.ЗА, стр.2 Тел. +7 (495) 912-48-17, +7 (985) 760-50-73, <u>www.step-by-step.ru</u>



недостатка собственных ресурсов подразделения (например, в связи с открытием нового проекта или крупным мероприятием).

<u>Маркетинговое Агентство Step by Step</u> объединяет в себе такие качества как комплексный подход к задаче, свойственный управленческим консультантам, и владение современными методиками маркетинговых исследований, присущее исследовательским компаниям.

Маркетинговое Агентство Step by Step специализируется на следующих сегментах рынка:

- Рынок промышленных предприятий (Business-to-Business рынок)
- ИТТ рынок
- Рынок торгово-розничных предприятий
- Рынок отдыха и развлечений
- Рынок предприятий малого бизнеса

<u>Маркетинговое Агентство Step by Step</u> – член Национальной гильдии профессиональных консультантов, Гильдии маркетологов, Международной ассоциации ESOMAR.