РОССИЙСКИЙ РЫНОК

КРАСОК ДЛЯ ВОЛОС

(ВЫПУСК 2)

ДЕМОНСТРАЦИОННАЯ ВЕРСИЯ

Данное исследование подготовлено ГК Step by Step исключительно в информационных целях. Информация, представленная в исследовании, получена из открытых источников или собрана с помощью маркетинговых инструментов. ГК Step by Step не дает гарантии точности и полноты информации для любых целей. Информация, содержащаяся в исследовании, не должна быть прямо или косвенно истолкована покупателем, как рекомендательная к вложению инвестиций. ГК Step by Step не несет ответственности за убытки или ущерб, причиненный вследствие использования информации исследования третьими лицами, а также за последствия, вызванные неполнотой представленной информации. Данные материалы не могут распространяться без разрешения ГК Step by Step.

Дата выпуска отчета:
Ноябрь 2014 г.

STEP BY STEP

г. Москва

Содержание

АННОТАЦИЯ **3**

ПОЛНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ **4**

Список диаграмм *7*

Список таблиц *8*

ВЫДЕРЖКИ ИЗ ИССЛЕДОВАНИЯ **9**

Аннотация

Цель исследования**: анализ текущей ситуации на рынке.**

Задачи исследования:

- Описание макроэкономической ситуации на Рынке
- Выделение основных сегментов Рынка
- Определение основных количественных характеристик Рынка
- Описание структуры Рынка
- Выявление основных игроков на Рынке
- Выявление основных факторов, влияющих на Рынок
- Выявление основных тенденций Рынка
- Описание потребителей на Рынке

Кол-во страниц: 67 стр.

Язык отчета: русский

Отчет содержит: 21 диаграмму, 10 таблиц, 1 схему

Полное содержание исследования

1 **Введение** **5**
2 **Методологическая часть** **6**
2.1 *Описание типа исследования* *6*
2.2 *Объект исследования* *6*
2.3 *Цели и задачи исследования* *6*
2.4 *География исследования* *6*
2.5 *Время проведения исследования* *6*
2.6 *Методы сбора данных* *6*
3 **Макроэкономические факторы, влияющие на Рынок** **8**
3.1 *Динамика валового внутреннего продукта* *8*
3.2 *Промышленное производство* *10*
3.3 *Уровень инфляции* *12*
3.4 *Уровень доходов населения* *14*
3.5 *Инвестиции* *15*
3.6 *Розничная торговля* *16*
3.7 *Влияние макроэкономических факторов на развитие изучаемого рынка* *18*
3.8 *Описание отрасли* *18*
3.8.1 Косметический рынок 18
4 **Сегментация рынка** **20**
4.1 *Сегментирование продукции на рынке* *20*
4.1.1 Сегментирование по технологии потребления 20
4.1.2 Сегментирование по виду продукции 20
4.1.3 Тенденции в сегментах рынка 21
4.2 *Основные принципы ценообразования* *21*
4.2.1 Ценовое сегментирование Продукции 21
4.2.2 Тенденции в ценовых сегментах 21
5 **Основные количественные характеристики рынка** **23**
5.1 *Основные показатели российского производства* *23*
5.2 *Динамика развития рынка. Объем и темпы роста* *23*
5.2.1 Объем рынка 23
5.2.2 Основные тенденции рынка 24
5.3 *Прогноз развития рынка до 2020 года* *24*
5.4 *Влияние сезонности на Рынок* *25*
5.5 *Анализ внешней торговли* *25*
5.5.1 Структура внешней торговли 26
5.5.2 Импорт 27
5.5.3 Экспорт 28
5.5.4 Основные тенденции во внешней торговле 29
6 **Сбытовая структура Рынка** **30**
6.1 *Цепочка движения товара* *30*
6.2 *Краткое описание основных сегментов участников Рынка* *32*
6.2.1 Производители Продукции 32
6.2.2 Дистрибьюторы продукции 33
6.2.3 Розничный сектор 33

7 **Конкурентный анализ** **36**
7.1 *Конкуренция между крупнейшими производителями на рынке* *36*
7.1.1 Описание профилей крупнейших компаний 36
7.1.2 Компания Wella 36
7.1.3 Компания Schwarzkopf&Henkel 39
7.1.4 Профиль Компании Aroma 41
7.1.5 Профиль Компании L`Oreal Professionnel 42
7.1.6 Профиль Компании Роколор 43
7.1.7 Профиль Компании Свобода 46
7.1.8 Профиль Компании Ирида-Нева 47
7.1.9 Сравнительная характеристика крупнейших производителей по основным параметрам 48
7.1.10 Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими производителями 49
7.2 *Конкуренция между крупнейшими дистрибьюторами и оптовыми компаниями* *49*
7.2.1 Описание профилей крупнейших компаний 49
7.2.2 Профиль Компании Торговый дом «Мак-Дак» 49
7.2.3 Профиль Компании «Южный Двор» 51
7.2.4 Профиль Компании «ТД Эра» 52
7.2.5 Профиль Компании «Парфюм» 53
7.2.6 Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими дистрибьюторами и оптовыми компаниями 54
7.3 *Конкуренция между крупнейшими компаниями розничного сектора* *54*
7.3.1 Основные параметры конкуренции 54
7.3.2 Описание профилей крупнейших компаний 55
7.3.3 Профиль Компании «Л'Этуаль» 55
7.3.4 Про иль Компании «Дуглас Риволи» 56
7.3.5 Профиль Компании «Ile de Beaute» 56
7.3.6 Сравнительная характеристика крупнейших розничных компаний по основным параметрам 57
7.3.7 Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими розничными компаниями 58
8 **Анализ потребителей** **59**
8.1 *Сегментация потребителей* *59*
8.1.1 Потребители в сегменте B2C 59
8.1.2 Потребители в сегменте B2B 59
8.1.3 *Структура потребления Продукции* *59*
8.2 *Потребительские предпочтения* *60*
8.2.1 Мотивы покупки 61
.2.2 Сценарий покупок 62
8.2.3 Места покупок 62
9 **Обобщающие выводы по отчету** **63**
9.1 *Факторы, влияющие на развитие Рынка* *63*
9.1.1 Step-анализ Рынка 63
9.1.2 Факторы, благоприятствующие развитию Рынка 64
9.2 *Анализ рисков* *64*

9.2.1 Сдерживающие факторы Рынка/анализ рисков 65
9.3 *Текущая ситуация и перспективы развития рынка* *66*

Список диаграмм

Диаграмма 1. Динамика ВВП в текущих ценах, 2008-2013 гг., 2014 г. прогноз, трлн руб.

Диаграмма 2. Динамика ВВП в приведенных ценах, 2008-2014 гг., 2014 г. прогноз, трлн руб.

Диаграмма 3. Темпы прироста ВВП в текущих ценах и ценах 2008 года, 2008-2013 гг., %

Диаграмма 4. Индекс промышленного производства, 2008-2013 гг., %

Диаграмма 5. Индекс промышленного производства, январь – июль, 2014 г., %

Диаграмма 6. Динамика темпов прироста цен на потребительские товары, 2008-2013 гг., %

Диаграмма 7. Динамика темпов прироста квартальных цен на потребительские товары, 2012-2014 гг., %

Диаграмма 8. Динамика темпов прироста цен на промышленные товары, 2008-2013 гг., %

Диаграмма 9. Динамика номинальной среднемесячной заработной платы, 2008 – 2013 гг., тыс. руб.

Диаграмма 10. Динамика среднемесячной заработной платы, январь-март 2013-2014 гг., тыс. руб.

Диаграмма 11. Динамика объема инвестиций в основной, 2008-2014 гг., 2014 г. прогноз, трлн руб., %

Диаграмма 12. Инвестиции в основной капитал, 2014 г., трлн руб.

Диаграмма 13. Динамика оборотов розничной торговли, 2008-2014 гг., трлн руб.

Диаграмма 14. Динамика оборотов розничной торговли, 2014 г., январь - июль, %

Диаграмма 15. Российское производство и темпы роста производства средств для окрашивания волос, тыс.шт., %

Диаграмма 16. Объем и темп прироста рынка средств по окрашиванию волос, млрд. руб., %

Диаграмма 17. Прогноз объема рынка до 2020 года, млрд. руб., %

Диаграмма 18. Крупнейшие ритейлеры на рынке парфюмерно-косметической продукции России по выручке за 2010 – 2011 гг.

Диаграмма 19. Структура российского парфюмерно-косметического ритейла, 2012 г., %

Диаграмма 20. Предпочтения потребителей красок для волос, %

Диаграмма 21. Частота использования красок, %

Список таблиц

Таблица 1. Таможенные коды продукции
Таблица 2. Объем импорта и экспорта в 2013 г.
Таблица 3. Основные страны-импортеры средств для окрашивания волос в 2013 г.
Таблица 4. Основные страны-производители средств для окрашивания волос в натуральном и денежном выражении, 2013г.
Таблица 5. Основные страны-экспортеры средств для окрашивания волос в натуральном и денежном выражении, 2013г.
Таблица 6. Основные страны-производители экспорта средств для окрашивания волос в натуральном и денежном выражении, 2013г.
Таблица 7. Сравнительная характеристика крупнейших производителей по основным параметрам
Таблица 8. Сравнительная характеристика крупнейших розничных компаний по основным описательным параметрам
Таблица 9. STEP-анализ
Таблица 10. Возможные риски, связанные с Рынком

Список схем

Схема 1. Описание основных каналов товародвижения

Выдержки из исследования

Влияние макроэкономических факторов на развитие изучаемого рынка

Как видно из данного раздела на рынке наблюдается … темпов роста ВВП до показателя …%. Показатель индекса промышленного производства …. При этом первые 2 квартала 2014 года сопровождались … (относительно показателей аналогичного периода предыдущих годов). При этом объем инвестиций в основной капитал …. За последние несколько лет … динамику показывали только … индикатора: …. Причем … этих показателей может быть вызван ….

Таким образом, можно сделать вывод, что российская экономика …

Описание влияющих Рынков

Косметический рынок

В целом на общем косметическом рынке продолжает наблюдаться …

Современный российский косметический рынок …

Основные игроки российского косметического рынка …

По объемам продаж на парфюмерию приходится ….

Более ….% потребителей россиян отдают предпочтение косметике бюджетного класса.

….

Сегментация рынка

Сегментирование продукции на рынке

Сегментирование по технологии потребления

- …
- …..

Сегментирование по виду продукции

Рынок красок для волос подразделяется на следующие сегменты:

- …..

Отличительной чертой этой категории является …..покупатели предпочитают темные оттенки, то в летний – светлые.

…..

Тенденции в сегментах рынка

Производители стали чаще выпускать такие средства в состав которых включены продукты, ….

Большой интерес у покупателей вызывают такие краски, которые в своей рецептуре сочетают …..

Основные принципы ценообразования

Ценовое сегментирование Продукции

- …..

Тенденции в ценовых сегментах

- …..

Основные количественные характеристики рынка

Основные показатели российского производства

Диаграмма 1. Российское производство и темпы роста производства средств для окрашивания волос, тыс.шт., %

НЕДОСТУПНО В ДЕМОВЕРСИИ

Источник: …..

В 2013 году …..% объема производства средств для окраски волос, было выпущено ….. шт.

Динамика развития рынка. Объем и темпы роста

Объем рынка

…..

Диаграмма 2. Объем и темп прироста рынка средств по окрашиванию волос, млрд. руб., %

НЕДОСТУПНО В ДЕМОВЕРСИИ

Источник: …..

Таким образом за последние два года объем рынка в денежном выражении …..

Основные тенденции рынка

- …..

Прогноз развития рынка до 2020 года

Эксперты рынка отмечают …..

Диаграмма 3. Прогноз объема рынка до 2020 года, млрд. руб., %

НЕДОСТУПНО В ДЕМОВЕРСИИ

Источник: ….

К 2020 году объем рынка может достигнуть ……рублей.

Влияние сезонности на Рынок

Наиболее активен рынок …..

Анализ внешней торговли

Подробный анализ структуры импорта и экспорта проводился на основе обработки баз таможенной статистики РФ за 2010 г. В российской практике традиционно используются следующие параметры, характеризующие путь товара через таможню:

- Страна-импортер - страна, откуда вывезен товар, место последнего прохождения таможни
- Страна–экспортер - страна, в которую вывозится товар из России
- Страна-производитель - страна, в которой расположены производственные мощности компании-производителя
- Статистическая стоимость товара – сумма в долларах, на которую был ввезен товар из той или иной страны или за отчетный период в целом. Исчисляется в долларах.
- Вес ввезенного товара. Исчисляется в килограммах.

Краска для волос, предназначенная для импорта и экспорта через

российскую таможню, декларируются под следующими кодами ТН ВЭД:

Таблица 1. Таможенные коды продукции

Код	Описание продукции
330590	Прочие средства для волос, такие как бриллиантины; масло для волос, кремы ("помады") и фиксирующие средства для укладки волос; красители для волос и осветлители для волос; бальзамы для ополаскивания волос.

Источник: ВЭД 2014

Нужно отметить, что из данных взятого кода были выделены только краски и осветлители для волос, и другие средства для окрашивания волос.

Расчеты, основывающиеся на данных официальной таможенной статистики, не полностью отражают ситуацию рынка из-за присутствия на рынке «серого» (неучтенного) импорта и экспорта. Для получения более достоверной картины необходимо учитывать информацию, полученную от экспертов рынка.

Структура внешней торговли

В 2013 году объем импорта и экспорта в натуральном выражении составил ….. тонн. Объем импорта и экспорта в стоимостном выражении составил ….. тыс.долл..

Таблица 2. Объем импорта и экспорта в 2013 г.

НЕДОСТУПНО В ДЕМОВЕРСИИ

Источник: Базы ТН ВЭД 2014

…..

Импорт

…..

ТАБЛИЦА 3. ОСНОВНЫЕ СТРАНЫ-ИМПОРТЕРЫ СРЕДСТВ ДЛЯ ОКРАШИВАНИЯ ВОЛОС В 2013 Г.

НЕДОСТУПНО В ДЕМОВЕРСИИ

Источник: Базы ТН ВЭД 2014

Большая часть импорта приходится на две страны: …..

ТАБЛИЦА 4. ОСНОВНЫЕ СТРАНЫ-ПРОИЗВОДИТЕЛИ СРЕДСТВ ДЛЯ ОКРАШИВАНИЯ ВОЛОС В НАТУРАЛЬНОМ И ДЕНЕЖНОМ ВЫРАЖЕНИИ, 2013Г.

НЕДОСТУПНО В ДЕМОВЕРСИИ

Источник: Базы ТН ВЭД 2014

¾ части импорта производится в ….

ЭКСПОРТ

…..

ТАБЛИЦА 5. ОСНОВНЫЕ СТРАНЫ-ЭКСПОРТЕРЫ СРЕДСТВ ДЛЯ ОКРАШИВАНИЯ ВОЛОС В НАТУРАЛЬНОМ И ДЕНЕЖНОМ ВЫРАЖЕНИИ, 2013Г.

НЕДОСТУПНО В ДЕМОВЕРСИИ

Источник: Базы ТН ВЭД 2014

Почти весь экспорт средств для окрашивания волос поступает ….

ТАБЛИЦА 6. ОСНОВНЫЕ СТРАНЫ-ПРОИЗВОДИТЕЛИ ЭКСПОРТА СРЕДСТВ ДЛЯ ОКРАШИВАНИЯ ВОЛОС В НАТУРАЛЬНОМ И ДЕНЕЖНОМ ВЫРАЖЕНИИ, 2013Г.

НЕДОСТУПНО В ДЕМОВЕРСИИ

Источник: Базы ТН ВЭД 2014

Весь объем экспорта произведен в …..

ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ВО ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛЕ

- …..

Сбытовая структура Рынка

Цепочка движения товара

Цепочка движения товара на рынке средств по окрашиванию волос представлена на нижеследующей схеме.

Схема 1. Описание основных каналов товародвижения

НЕДОСТУПНО В ДЕМОВЕРСИИ

Источник …..

Сбытовая структура рынка включает в себя несколько вариантов организации системы движения товаров.

Первая схема (классическая) включает: …

Во второй схеме распространения …..

Некоторые компании распространяют свою продукцию через …..

По данным рейтинга …..

Лидерами сегмента …..

…..

Россия сохраняет …..

Следует отметить, что в 2012 году выручка компаний …..

Диаграмма 4. Крупнейшие ритейлеры на рынке парфюмерно-косметической продукции России по выручке за 2010 – 2011 гг.

НЕДОСТУПНО В ДЕМОВЕРСИИ

Источник: …..

Серьезными конкурентам …..

Краткое описание основных сегментов участников Рынка

Производители Продукции

На российском рынке красок для волос основные ведущие позиции занимают …..

Дистрибьюторы продукции

На российском рынке действует большое количество компаний, занимающихся …..

Если говорить о положении конкретных компаний-дистрибьюторов, например, на московском рынке, лидерами по охвату магазинов являются компании …..

Розничный сектор

Значительные объемы парфюмерно-косметической продукции реализуются …..

Российский парфюмерно-косметический …..

В 2011-2012 гг. начала расти доля …

ДИАГРАММА 5. СТРУКТУРА РОССИЙСКОГО ПАРФЮМЕРНО-КОСМЕТИЧЕСКОГО РИТЕЙЛА, 2012 Г., %

НЕДОСТУПНО В ДЕМОВЕРСИИ

Источник: ….

Специализированные парфюмерно-косметические …..

Супермаркеты и бутики …..

Сейчас в данном сегменте работают следующие торговые сети: …..

С точки зрения географического распределения сетевых парфюмерно-косметических магазинов, включая формат «дрогери», лидером на протяжении нескольких лет остается …..

Растет количество сетевых точек и в ….

Что касается перспектив развития рынка, то они во многом зависят от ….

Конкурентный анализ

Конкуренция между крупнейшими производителями на рынке

Конкуренция на рынке развивается в следующих основных направлениях:

…..

Таким образом, к основным параметрам конкуренции на рынке можно отнести:

…..

Кроме того, многими компаниями делается ставка на …..

Описание профилей крупнейших компаний

Компания Wella

- …..

Виды и типы продукции

Розничный ассортимент:

…..

Профессиональный ассортимент:

……

География продаж

Российский рынок обеспечивает …..% продаж подразделению Londa. …..

Доля Компании на Рынке

….

Стратегии развития (бизнес стратегии)

Londa планирует …..

Ближайшие конкуренты

Средний ценовой сегмент: …..

Верхний ценовой сегмент: ….

Степень активности продвижения на Рынке (реклама, PR)

Для продвижения красок компания Wella и ее подразделение Londa все чаще …..

Основные бренды средств для окрашивания волос компании

Розничный ассортимент Londa

…..

Розничный ассортимент Wella

…..

Профессиональный ассортимент Londa:

…..

Профессиональный ассортимент Wella:

…..

Основные бренды средств для окрашивания волос компании по ценовым сегментам

…..

КОМПАНИЯ SCHWARZKOPF&HENKEL

Виды и типы продукции

….

География продаж

…..

Основные финансовые показатели (объемы продаж)

…..

Доля Компании на Рынке

…..

Стратегии развития (бизнес стратегии)

…..

Ближайшие конкуренты

…..

Степень активности продвижения на Рынке (реклама, PR)

….

….

Основные бренды средств для окрашивания волос компании

…..

Основные бренды средств для окрашивания волос компании по ценовым сегментам

……

Профиль Компании Aroma

Регион

……

Виды и типы продукции

…..

География продаж

…..

Доля Компании на Рынке

…..

Ближайшие конкуренты

…..

Основные бренды средств для окрашивания волос компании

……

Профиль Компании L`Oreal Professionnel

…..

Виды и типы продукции

…..

Основные финансовые показатели (объемы продаж)

..

…

Доля Компании на Рынке

…..

Стратегии развития (бизнес стратегии)

…..

Ближайшие конкуренты

…..

Основные бренды средств для окрашивания волос компании

…..

Основные бренды средств для окрашивания волос компании по ценовым сегментам

…..

Профиль Компании Роколор

.

Регион

….

Виды и типы продукции

…..

История развития

…..

География продаж

…..

Основные финансовые показатели (объемы продаж)

…..

Доля Компании на Рынке

…..

Стратегии развития (бизнес стратегии)

….

В ближайшее время компания собирается …..

…..

…..

Ближайшие конкуренты

……

Основные бренды средств для окрашивания волос компании «Роколор»

…..

Профиль Компании Свобода

Регион

…..

Виды и типы продукции

…..

География продаж

…..

Доля Компании на Рынке

…..

Стратегии развития (бизнес стратегии)

…..

Ближайшие конкуренты

……

Основные бренды средств для окрашивания волос компании

……

Профиль Компании Ирида-Нева

Регион

…..

Виды и типы продукции

…..

Стратегии развития (бизнес стратегии)

…..

Ближайшие конкуренты

….

Основные бренды средств для окрашивания волос компании

…..

Сравнительная характеристика крупнейших производителей по основным параметрам

Таблица 7. Сравнительная характеристика крупнейших производителей по основным параметрам

НЕДОСТУПНО В ДЕМОВЕРСИИ

Как видно из таблицы, …..

…..

Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими производителями

Основная тенденция – …..

Конкуренция между крупнейшими дистрибьюторами и оптовыми компаниями

К основным параметрам конкуренции между дистрибьюторами относятся: …..

Описание профилей крупнейших компаний

Профиль Компании Торговый дом «Мак-Дак»

Регион

….

Виды и типы Продукции или Услуги

…..

Товарные категории:

…..

Основные финансовые показатели (объемы продаж)

…..

Географический охват

…..

Количество брендов

…..

Партнеры компании

…..

Клиенты компании

…..

Профиль Компании «Южный Двор»

Регион

….

Виды и типы Продукции или Услуги

…..

Основные финансовые показатели (объемы продаж)

…..

Географический охват

…..

Количество брендов

….

Охват торговых точек в крупнейших городах России

…..

Основные партнеры компании

…..

Профиль Компании «ТД Эра»

Регион

…..

Виды и типы Продукции или Услуги

…..

Географический охват

…..

Основные финансовые показатели (объемы продаж)

Годовой оборот по данным компании составляет ….

Охват торговых точек в крупнейших городах России

Компании принадлежит сеть …..

Клиенты компании

Более ….

Профиль Компании «Парфюм»

Регион

….

Виды и типы Продукции или Услуги

Основные группы товаров:

…..

Географический охват

Компания имеет структурные подразделения в …..

Основные финансовые показатели (объемы продаж)

По данным …..

Партнеры компании

…..

Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими дистрибьюторами и оптовыми компаниями

….

Конкуренция между крупнейшими компаниями розничного сектора

Основные параметры конкуренции

К основным параметрам конкуренции между крупнейшими компаниями розничного сектора относятся:

…..

Описание профилей крупнейших компаний

Профиль Компании «Л'Этуаль»

Географический охват

Число магазинов сети …..

Виды и типы Продукции или Услуги

Косметика …..

Основные финансовые показатели (объемы продаж)

Сеть парфюмерии и косметики "Л`Этуаль" в 2013 году …..

Основной формат магазинов

…..

Стратегии развития (бизнес стратегии)

Стратегия сети «Л'Этуаль» ….

…..

Слабые стороны

…..

Сильные стороны

…..

Профиль Компании «Дуглас Риволи»

…..

Географический охват

…..

Виды и типы Продукции или Услуги

….

Основной формат магазинов

…..

Слабые стороны

….

Сильные стороны

…

Профиль Компании «Ile de Beaute»

Географический охват

….

Виды и типы Продукции или Услуги

….

Основные финансовые показатели (объемы продаж)

…..

Стратегии развития (бизнес стратегии)

…

Основной формат магазинов

…

Система скидок

…..

Слабые стороны

….

Сильные стороны

….

Сравнительная характеристика крупнейших розничных компаний по основным параметрам

ТАБЛИЦА 8. СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА КРУПНЕЙШИХ РОЗНИЧНЫХ КОМПАНИЙ ПО ОСНОВНЫМ ОПИСАТЕЛЬНЫМ ПАРАМЕТРАМ

НЕДОСТУПНО В ДЕМОВЕРСИИ

ТЕНДЕНЦИИ В НАПРАВЛЕНИИ КОНКУРЕНЦИИ МЕЖДУ КРУПНЕЙШИМИ РОЗНИЧНЫМИ КОМПАНИЯМИ

- …..

Анализ потребителей

Сегментация потребителей

Потребители в сегменте B2C

…..

Потребители в сегменте B2B

…..

Структура потребления Продукции

…..

Диаграмма 6. Предпочтения потребителей красок для волос, %

НЕДОСТУПНО В ДЕМОВЕРСИИ

Источник: …..

Потребительские предпочтения

…..

Диаграмма 7. Частота использования красок, %

НЕДОСТУПНО В ДЕМОВЕРСИИ

Источник:…..

Мотивы покупки

…..

Сценарий покупок

…..

Места покупок

…..

Обобщающие выводы по отчету

Факторы, влияющие на развитие Рынка

Step-анализ Рынка

Таблица 9. STEP-анализ

НЕДОСТУПНО В ДЕМОВЕРСИИ

Источник: ….

Факторы, благоприятствующие развитию Рынка

…..

Анализ рисков

…..

Таблица 10. Возможные риски, связанные с Рынком

НЕДОСТУПНО В ДЕМОВЕРСИИ

Источник: …..

Сдерживающие факторы Рынка/анализ рисков

…..

Текущая ситуация и перспективы развития рынка

…….

С предложениями по темам и содержанию готовых аналитических отчетов ГК Step by Step обращайтесь по тел.: +7 (495) 912-48-17 +7 (495) 912-48-43 или e-mail: olga@step-by-step.ru