АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОТЧЕТ ПО МАРКЕТИНГОВОМУ ИССЛЕДОВАНИЮ

РЫНКА СРЕДСТВ ПО УХОДУ ЗА КОЖЕЙ

ДЕМОНСТРАЦИОННАЯ ВЕРСИЯ

Дата выпуска отчета:
март 2007 г.

Данное исследование подготовлено МА Step by Step исключительно в информационных целях. Информация, представленная в исследовании, получена из открытых источников или собрана с помощью маркетинговых инструментов. МА 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. МА Step by Step не несет ответственности за убытки или ущерб, причиненный вследствие использования информации исследования третьими лицами, а так же за последствия, вызванные неполнотой представленной информации. Данные материалы не могут распространяться без разрешения МА Step by Step.

STEP BY STEP
МАРКЕТИНГОВОЕ
АГЕНТСТВО

г. Москва

www.pdffactory.com

ОГЛАВЛЕНИЕ

ОГЛАВЛЕНИЕ.....2

Аннотация 3

Цель и задачи исследования.....3

Описание исследования.....3

Полное содержание исследования 5

Список диаграмм 8

Список таблиц 9

Выдержки из исследования.....10

Сегментирование продукции по основным наименованиям**Ошибка! Закладка не определена.**

Сегментирование Продукции по технологии производства или потребления .....**Ошибка! Закладка не определена.**

Сегментирование Продукции по видам упаковки**Ошибка! Закладка не определена.**

Ценовое сегментирование Продукции.....**Ошибка! Закладка не определена.**

Дешевая косметика .....**Ошибка! Закладка не определена.**

Класс «Масс-маркет» .....**Ошибка! Закладка не определена.**

Класс «Миддл-маркет».....**Ошибка! Закладка не определена.**

Класс «Люкс» .....**Ошибка! Закладка не определена.**

www.pdffactory.com

Аннотация

Цель и задачи исследования

Цель исследования: анализ российского рынка средств по уходу за кожей.

Задачи исследования:

- описать макроэкономическую конъюнктуру рынка;
- произвести сегментацию рынка, описать основные рыночные сегменты;
- определить емкость и объем рынка;
- изучить систему ценообразования на рынке;
- выявить инвестиционную привлекательность рынка;
- описать инфраструктуру рынка;
- кратко описать смежные рынки;
- выявить основные тенденции рынка;
- выявить и описать основных производителей;
- выявить ситуацию внешнеэкономической деятельности на рынке,
- провести конкурентный анализ производителей средств по уходу за кожей;
- произвести сегментацию потребителей;
- рассмотреть основные характеристики потребителей.

Описание исследования

Методы проведения исследования:

Кабинетное исследование и анализ Таможенной базы за 2006 год.

В отчете приведено подробное исследование рынка средств по уходу за кожей в России. Изучен уровень конкуренции на рынке, а также рассмотрен вопрос об инвестиционной привлекательности. Рассмотрены данные по импорту и экспорту продукции за 2006 год. Проведен конкурентный анализ крупнейших производителей, основных дистрибьюторов, а также представителей наиболее крупных розничных сетевых игроков. Рассмотрены прогнозы дальнейшего развития рынка.

www.pdffactory.com

Кол-во страниц:.88

Язык отчета: русский

Отчет содержит: 7 диаграмм, 14 таблиц.

www.pdffactory.com

ПОЛНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Введение

Методологическая часть

Макроэкономические факторы, влияющие на Рынок

Общая экономическая ситуация

Динамика валового внутреннего продукта

Уровень инфляции

Уровень доходов населения

Инфраструктура Рынка

Описание влияющих Рынков

Рынок упаковки

Описание смежных рынков

Контрактное производство

Сегментация и структура Рынка по основным видам Продукции

Сегментирование продукции по основным наименованиям

Сегментирование Продукции по технологии производства или потребления

Сегментирование Продукции по видам упаковки

Ценовое сегментирование Продукции

Дешевая косметика

Класс «Масс-маркет»

Класс «Миддл-маркет»

Класс «Люкс»

Основные количественные характеристики Рынка

Объем и емкость Рынка

Объем Рынка

Емкость Рынка

Темпы роста Рынка

Объемы российского производства, импорта и экспорта

Импорт продукции

Объемы импорта

Основные страны-импортеры

Основные компании-импортеры

www.pdffactory.com

Российское производство

Объемы российского производства

Основные российские компании-производители

Соотношение объемов импорта и российского производства

Экспорт продукции

Объемы экспорта

Основные страны-экспортеры

Основные компании-экспортеры

Соотношение экспорта и импорта

Сбытовая структура Рынка

Цепочка движения товара

Краткое описание основных сегментов участников Рынка

Производители Продукции

Оптовый сектор

Розничный сектор

Конкурентный анализ

Конкуренция между крупнейшими производителями Продукции

Основные параметры конкуренции

Основные производители Рынка. Описание профилей крупнейших компаний

Сравнительная характеристика крупнейших производителей по основным параметрам

Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими производителями Продукции

Конкуренция между крупнейшими компаниями розничного сектора

Основные параметры конкуренции

Сегментация основных каналов розницы

Сравнительная характеристика крупнейших розничных компаний

Сравнительная характеристика крупнейших розничных компаний по основным описательным параметрам

Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими компаниями розничного сектора

Анализ потребителей

Описание потребителей, оценка существующей и потенциальной емкости рынка

www.pdffactory.com

Сегментация потребителей с описанием и количественной оценкой сегментов

Потребительские мотивации и поведение при покупке Продукции

Сценарий покупки

Места покупки

Основные мотивы приобретения средств по уходу за кожей

Зависимость спроса от различных характеристик потребителя

Обобщающие выводы и рекомендации

Факторы, благоприятствующие развитию Рынка

Анализ рисков на Рынке

Тенденции Рынка

Тенденции в ассортименте Продукции

Тенденции в ценовых сегментах

Тенденции по основным количественным показателям Рынка

Тенденции на конкурентном поле

Тенденции в потребительском сегменте

Общие выводы по отчету

Приложение

www.pdffactory.com

Список диаграмм

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

Диаграмма 2. Уровень инфляции, в % к декабрю

Диаграмма 3. Динамика реально располагаемых денежных доходов населения, в процентах к соответствующему периоду предыдущего года

Диаграмма 4. Доля различных видов продукции на косметическом рынке на декабрь 2005 года

Диаграмма 5. Доли Рынка по товарным позициям в денежном выражении, в %

Диаграмма 6. Темпы роста российского косметического рынка, в % к предыдущему году

Диаграмма 7. Распределение каналов дистрибуции на парфюмерно-косметическом рынке в 2005 г.

www.pdffactory.com

Список таблиц

Таблица 1. Основные страны-импортеры кремов и лосьонов в 2006 году, в стоимостном выражении

Таблица 2. Основные страны-импортеры кремов и лосьонов в 2006 году, в стоимостном выражении

Таблица 3. Основные страны-импортеры средств для ванны в 2006 году, в стоимостном выражении

Таблица 4. Основные страны-импортеры мыла в 2006 году, в стоимостном выражении

Таблица 5. Основные компании-импортеры кремов и лосьонов 2006 году, в стоимостном выражении

Таблица 6. Основные страны-экспортеры кремов и лосьонов в 2006 году, в стоимостном выражении

Таблица 7. Основные страны-экспортеры средств для бритья в 2006 году, в стоимостном выражении (в % от объема экспорта средств для бритья)

Таблица 8. Основные компании-экспортеры кремов и лосьонов в 2006 году, в стоимостном выражении

Таблица 9. Конкурентные преимущества и сравнительная динамика различных каналов сбыта косметики

Таблица 10. Основные игроки на рынке парфюмерно-косметической розницы, 2005 год

Таблица 11. Сравнительные преимущества и недостатки крупных парфюмерно-косметических сетей (агрегированные отзывы потребителей в прессе и Интернет-форумах)

Таблица 12. Распределение населения по величине среднедушевых денежных доходов

Таблица 13. STEP-анализ

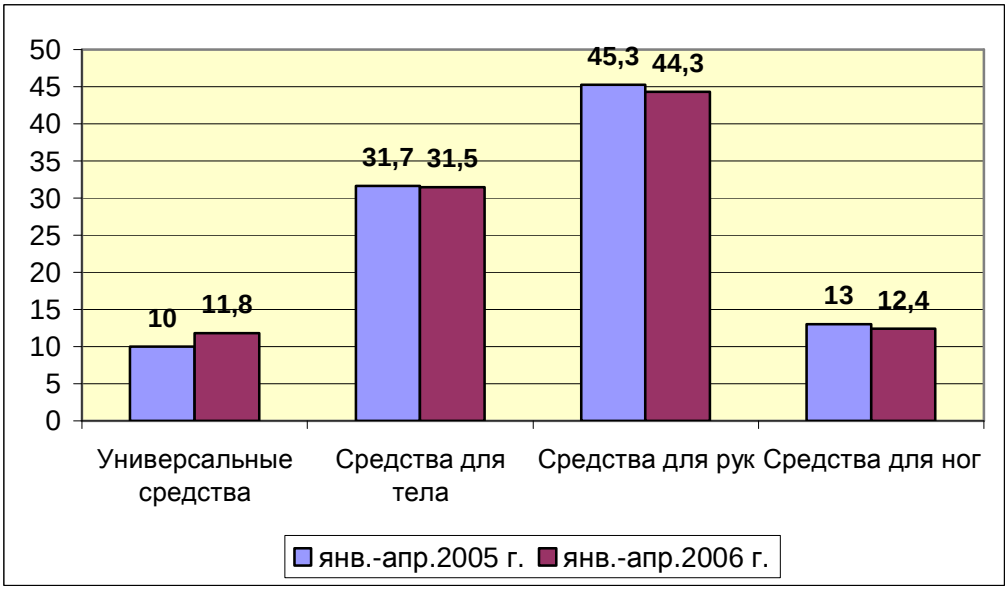
Таблица 14. Возможные риски, связанные с Рынком

www.pdffactory.com

Выдержки из исследования

Исследование посвящено описанию и анализу сегмента российского рынка косметических средств – рынку средств по уходу за кожей. Рынку присущ довольно быстрый темп развития (7% в год). По объемам продаж он занимает 6 место в Европе. Темпы роста российского рынка средств по уходу за кожей являются самыми высокими и составляют порядка 12% (за 2005 год). Инвестиционная привлекательность рынка может быть обусловлена достаточно высокими стабильными темпами роста.

Диаграмма 1. Доли Рынка по товарным позициям в денежном выражении, в %



Источник: ACNielsen, 2006 г.

Как видно из диаграммы, колебания за год по товарным позициям очень небольшие и составили около 1%. Наибольшая доля принадлежит средствам по уходу за кожей рук – 44,3%, на втором месте средства по уходу за телом – 31,5%.

По изменяющимся тенденциям рынка различных категорий средств по уходу за кожей, можно сказать, что Рынок находиться в стадии насыщения. Хотя есть в стоимостном объеме небольшой рост у универсальных средств.

www.pdffactory.com

Косметический рынок России демонстрирует устойчивый рост. Пик роста пришелся на 2003-2004 гг. В 2005 же году рост составил 12,9%, а в 2006 году, по прогнозам специалистов, он также не превысит 13%.

Резкий рост рынка в 2003-2004 гг. специалисты объясняют кризисом 1998 года. На сегодняшний день косметический рынок стабилизировался и постепенно насыщается продукцией.

Можно говорить о том, что рынок средств по уходу за кожей растет приблизительно такими же темпами, то есть порядка 10%-13% в год.

Объемы импорта

Таблица 1. Основные страны-импортеры кремов и лосьонов в 2006 году, в стоимостном выражении

Страны импортеры	Объем, в долл.	В %
Польша	**89107196**	**26,4**
Франция	**77448143**	**22,9**
Германия	**34970721**	**10,4**
Финляндия	20874429	6,2
Великобритания	17021550	5,0
Нидерланды	14087684	4,2
США	11500869	3,4
Швейцария	9564257	2,8
Литва	8745044	2,6
Италия	7440879	2,2
Латвия	5996041	1,8
Бельгия	5672312	1,7
Украина	4439104	1,3
Другие	30728054	9,1
Всего	**337596283**	100,0

Источник Таможенная база, 2006 г.

В 2006 году крема и лосьоны импортировали преимущественно Польша, Франция и Германия. Объемы импорта этих стран соответственно были равны $89 млн., $77 млн. и $35 млн., что в процентном соотношении составило 26,4%, 22,9% и

www.pdffactory.com

10,4% соответственно. Доля остальных стран в общем объеме импорта не превысила 10%.

Ярко выраженных лидеров среди основных компаний-импортеров средств по уходу за кожей нет. В 2006 году наибольший объем импорта приходился на ЗАО «Л'ореаль» и ООО «Оримлэйм косметикс», который составил $58 млн. (17,2%) и $45,5 млн. (13,5%) соответственно.

Объемы российского производства

По данным ЭМГ «Старая крепость», на долю российских производителей приходится **около 47% косметического рынка**, объём продаж российских производителей в 2004 году – **около $2,9 млрд.**

Основные российские компании-производители

Наиболее успешные российские производители:

1. Концерн «Калина» (серия косметики по уходу за кожей «Черный жемчуг», антивозрастной косметики «Чистая линия», детской косметики «Маленькая фея»).
2. Косметическое объединение «Свобода»
3. «Красная линия»
4. «Невская косметика»

www.pdffactory.com

Объемы экспорта

В 2006 году объем экспорта средств по уходу за кожей составил **$64,9 млн.** в денежном выражении.

Наибольший объем экспорта средств по уходу за кожей в 2006 году пришелся на две страны – это Украину и Казахстан. Объем экспорта в Украину составил $31,3 млн. (48,3% от общего объема экспорта), а в Казахстан – $14,9 млн. (23%). Третье место занимает Латвия, чья доля в общем объеме экспорта в 2005 году составила 5,2% или $3,3 млн.

Явным лидером среди компаний экспортеров является ООО «Концерн «Калина», на его долю приходится 40,5% общего объема экспорта средств по уходу за кожей, что в денежном выражении равно $26,28 млн.

Соотношение экспорта и импорта

На настоящий момент в Россию преимущественно импортируются средства по уходу за кожей. В денежном выражении доля импорта составляет 83,9% ($337,6 млн.), а доля экспорта соответственно 16,1% ($64,9 млн.).

Крупнейшие производители

Таблица 2. Сравнительная характеристика крупнейших производителей по основным параметрам

Компания	Объем продаж	Ассортимент продукции	Бренды	Географический охват	Ценовые сегменты
Калина	I квартал 2006 г. - 1924,8 млн. руб.	Полный спектр продукции	Черный жемчуг, Чистая линия, MIA и др.	Россия и страны СНГ	mass market upper-mass, value/economy
Невская косметика	2005 г. - 2295 млн. руб.	Полный спектр продукции	Ушастый нянь, Новый жемчуг, Кладовые природы и др.	Россия, страны СНГ и ближнего зарубежья	масс-маркет
Красная линия		Полный спектр продукции	Красная линия	Россия, страны СНГ и ближнего зарубежья	масс-маркет, мидл-маркет
Свобода		Полный спектр	«Зелёный чай»,	Россия и	масс-маркет,

www.pdffactory.com

		продукции	«Комильфо», «Деловая женщина», «Диамант», «Молоко и мёд»	ближнее зарубежье	мидл-маркет
Beiersdof		Средства по уходу за кожей	Nivea, Atrix, Florena и другие	В 120 странах мира	мидл-маркет
Avon	$5 млрд.	Полный спектр продукции	Anew, Avon, Skin-So-Soft, becoming и др.	В 140 странах мира	мидл-маркет
Oriflame	2004 г. - 350 млн. Евро	Средства по уходу за кожей лица, декоративная косметика, средства личной гигиены	Aloe, Tea Tree, Swedish Care, Royal Velvet, Clear+	В 65 странах мира	мидл-маркет
L'Oreal	14,5 млрд. евро	Полный спектр продукции	Biotherm, Lancome, L'Oreal, Laboratoires Garnier, Maybelline, Vichy и др.		мидл-маркет, люкс

Источник: МА Step by Step

Наибольшую долю на российском рынке детской косметики занимают игроки с мировыми брендами – Beiersdof, L'Oreal. Российским игрокам трудно конкурировать с ними как по технологиям и известности брендов, так и по ассортименту товаров. Однако именно в сегменте средств по уходу за кожей позиции российских производителей наиболее устойчивы: в 2005 году 60% продаж на рынке отечественного производства пришлось на средства по уходу за кожей.

Среди отечественных игроков наиболее сильны позиции «Концерна Калина», который в последнее время начинает активно расширять свое производство и скупать уже существующие бренды. Компания активно выходит на рынке стран ближнего зарубежья и вероятнее всего планирует вывести свой продукт за пределы России, однако для этого компании еще необходимо сделать свой бренд узнаваемым за пределами России.

Большинство иностранных компаний имеют производства на территории России. Свои производственные мощности в России имеют L'Oreal, Oriflame, Avon и многие другие.

www.pdffactory.com

Маркетинговое Агентство Step by Step - агентство полного цикла. Мы работаем мо таким **направлениям** как:

- Маркетинговое и управленческое консультирование
- Маркетинговые исследования
- Мерчендайзинг
- Франчайзинг
- Социологические исследования
- Услуги call центра
- Разработка новых коммерческих проектов
- Оказание услуг по аутсорсингу организации корпоративных мероприятий
- Организация и сопровождение представления компаний в Интернет

Для обеспечения качественного и быстрого сбора количественной информации, в структуру нашего агентства интегрировано подразделение **Call center**, которое решает следующие задачи:

- Реализует услугу «Бесплатный вызов» из регионов (8-800)
- Позволяет актуализировать и формировать базы данных
- Осуществляет исходящий и входящий телемаркетинг, поддержку
- рекламных и PR акций
- Проводит интервьюирование потребителей
- Оценивает эффективность рекламы

Наши ключевые клиенты: ОАО "Связьинвест", РАО "ЕЭС РФ", "АйТи", "ТелекомКомплектСервис","Связькомплект","Информационная индустрия", "Future Telecom", "Элвис-Телеком", Холдинг "Еврохим", Производственная группа "Uniservis", Компания "Русский бисквит", объединение "Полипласт", игровая сеть "Джек-пот", сеть магазинов "Фамилия", ТД "Снежная королева", кофейни "Мокко", ЗАО RENOVA, группа компаний РБК, группа компаний ТЕКОН, HITACHI ltd, ООО «Рассказовские меха», ООО «Северные технологии», Институт социально-

www.pdffactory.com

экономического развития ЦФО (ИНСЭР ЦФО), Макслевел, Honewell, Colan, Медиалог, Алькотрейдинг, ассоциации экспортеров Бразилии (APEX), ЗАО «Детский мир», АРТ-Билдинг и многие другие.

www.pdffactory.com