Маркетинговое Агентство Step by Step
109004, г. Москва, Николоямский пер. д.3А, стр.2
Тел. +7 (495) 912-48-17, +7 (985) 760-50-73, www.step-by-step.ru

Название отчета	**КАБИНЕТНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ РОССИЙСКОГО РЫНКА ВАТНЫХ ДИСКОВ И ВАТНЫХ ПАЛОЧЕК**
Название компании-исполнителя	Группа компаний Step by Step
Дата выхода отчета	26.08.2013
Количество страниц	163 стр.
Язык отчета	русский
Стоимость (руб.)	27 500 руб.
Полное описание отчета (цель, методы, структура, источники информации, выдержки из текста, графическая информация, диаграммы-примеры и т.п.) – не более 2-х стр.А4	**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 **Выдержки из исследования:** Средний темп прироста объемов реализации продукции в отрасли в 2005-2012 годах составил …%. В январе-мае 2013 года наблюдалось незначительное .. объемов реализации продукции российского производства на уровне от ….%, что не превышает максимального совокупного значения сезонных колебаний. Объем российского производства в 2012 году ватных палочек оценивается на уровне .. млн. шт., ватных дисков на уровне – .. млн. шт. В натуральном выражении объем российского рынка ватной продукции в 2012 году … оценивается в объеме … млн. шт. по ватным дискам .. млн. шт. по ватным палочкам. В стоимостном объеме – в …. млрд. RUR. В структуре российского рынка в 2012 году на долю ватных палочек приходилось порядка 47,13% на долю ватных дисков ..% всего объема рынка. В сегменте ватных дисков доля отечественной продукции на рынке составила …%;, в сегменте ватных палочек - …%.
Подробное оглавление/содержание отчета	1 **Введение** **5** 2 **Список использованных терминов** **8** 3 **Методологическая часть** **9** 3.1 *Описание типа исследования* *9* 3.2 *Объект исследования* *9* 3.3 *Цели и задачи исследования* *9* 3.4 *География исследования* *9* 3.5 *Время проведения исследования* *9* 3.6 *Методы сбора данных* *10* 4 **Макроэкономические факторы, влияющие на Рынок** **11** 4.1 *Общеэкономическая ситуация в России* *11* 4.1.1 Динамика валового внутреннего продукта 11 4.1.2 Промышленное производство 13 4.1.3 Уровень инфляции 14 4.1.4 Уровень доходов населения 16 4.1.5 Инвестиции 18 4.1.6 Розничная торговля 19 4.1.7 Влияние макроэкономических факторов 20

		на развитие изучаемого рынка	
5	**Описание отрасли**		**22**
5.1	*36. Производство мебели и прочей продукции, не включенной в другие группировки*		*23*
5.1.1	36.6. Производство различной продукции, не включенной в другие группировки		25
5.1.2	36.63. Производство прочей продукции, не включенной в другие группировки		26
5.2	*Описание влияющих Рынков*		*30*
5.2.1	Рынок косметики и парфюмерии		30
6	**Сегментация рынка**		**37**
6.1	*Сегментирование продукции на рынке*		*37*
6.1.1	Сегментирование продукции по форме		37
6.1.2	Сегментирование продукции по способу обработки ватной поверхности		38
6.1.3	Сегментирование по типу материала, используемого при изготовлении продукции		38
6.1.4	Сегментирование продукции по целевому назначению		39
6.1.5	Сегментирование по видам упаковки продукции		39
6.1.6	Сегментирование продукции по цвету		40
6.2	*Тенденции в различных рыночных сегментах*		*41*
6.3	*Основные принципы ценообразования*		*43*
6.3.1	Ценовое сегментирование Продукции		43
6.3.2	Тенденции в ценовых сегментах		48
6.4	*Государственная регистрация, требования к безопасности и другие меры регулирования рынков*		*49*
6.4.1	Требования к безопасности		49
6.4.2	Стандарты		50
6.4.3	Саморегулируемые организации		51
7	**Основные количественные характеристики рынка**		**53**
7.1	*Основные показатели российского производства*		*53*
7.2	*Динамика развития рынка. Объем и темпы роста*		*54*
7.2.1	Объем рынка, темпы роста		54
7.2.2	Структура рынка		57
7.2.3	Емкость рынка и степень насыщенности рынка		58
7.2.4	Основные тенденции рынка		60
7.3	*Прогноз развития рынка до 2020 года*		*61*
7.4	*Влияние сезонности на Рынок*		*63*
7.5	*Анализ внешней торговли*		*65*
7.5.1	Структура внешней торговли		66
7.5.2	Импорт		66
7.5.3	Экспорт		69

	7.5.4	Основные тенденции во внешней торговле	71
8	**Сбытовая структура Рынка**		**72**
8.1	*Цепочка движения товара*		*72*
8.2	*Краткое описание основных сегментов участников Рынка*		*74*
	8.2.1	Производители Продукции	74
	8.2.2	Дистрибьюторы продукции	74
	8.2.3	Розничный сектор	75
9	**Конкурентный анализ**		**76**
9.1	*Конкуренция между крупнейшими производителями на рынке*		*76*
	9.1.1	Основные производители	76
	9.1.2	Основные параметры конкуренции	77
	9.1.3	Описание профилей крупнейших компаний	78
	9.1.4	Сравнительная характеристика основных производителей	92
	9.1.5	Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими производителями	97
9.2	*Конкуренция между дистрибьюторами и оптовыми компаниями*		*99*
	9.2.1	Основные дистрибьюторы и оптовые компании	99
	9.2.2	Основные параметры конкуренции	100
	9.2.3	Описание профилей крупнейших компаний	101
	9.2.4	Сравнительная характеристика основных компаний на рынке	110
	9.2.5	Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими компаниями оптового рынка	113
9.3	*Конкуренция между крупнейшими компаниями розничного сектора*		*114*
	9.3.1	Основные компании розничного рынка	114
	9.3.2	Основные параметры конкуренции универсальных торговых сетей	116
	9.3.3	Описание профилей крупнейших компаний	118
	9.3.4	Сравнительная характеристика основных компаний на рынке	136
	9.3.5	Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими розничными компаниями	140
10	**Анализ потребителей**		**141**
10.1	*Сегментация потребителей*		*141*
	10.1.1	Потребители в сегменте B2C	141
	10.1.2	Потребители в сегменте B2B	141
10.2	*Структура потребления Продукции*		*143*
	10.2.1	Структура потребления продукции по производителям	143

	10.3	*Потребительские предпочтения*	*145*
	10.3.1	Мотивы потребления	145
	10.3.2	Причины предпочтения	145
	10.3.3	Интернет анализ потребительских предпочтений	146
11	**Обобщающие выводы по отчету**		**151**
	11.1	*Факторы, влияющие на развитие Рынка*	*151*
	11.2	*Факторы, влияющие на развитие Рынка*	*151*
	11.2.1	Step-анализ Рынка	151
	11.2.2	Факторы, благоприятствующие развитию Рынка	154
	11.3	*Анализ рисков*	*155*
	11.3.1	Сдерживающие факторы Рынка	155
	11.4	*Прогнозы развития рынка*	*156*
	11.4.1	Потребление	156
	11.4.2	Продукция	156
	11.4.3	Основные игроки	157
	11.5	*Текущая ситуация и перспективы развития рынка*	*159*

Количество и названия таблиц, диаграмм, графиков

Диаграмма 1. Динамика ВВП с 2002-2012, трлн. RUR
Диаграмма 2. Темпы прироста ВВП в текущих и ценах 2002 года в 2003-2012 гг., %
Диаграмма 3. Динамика ВВП в январе–мае 2012-2013гг. трлн.RUR, %
Диаграмма 4. Динамика темпов прироста промышленного производства за 2012-первое полугодие 2013гг., %
Диаграмма 5. Динамика темпов прироста цен на потребительские товары в 2002-2012гг, %
Диаграмма 6. Динамика темпов прироста цен на промышленные товары в 2002-2012гг, %
Диаграмма 7. Темп роста цен промышленные и потребительские товары нарастающим итогом за первое полугодие 2013 года, %
Диаграмма 8. Динамика номинальной среднемесячной заработной платы с 2002 по 2012 (октябрь) гг., тыс. руб.
Диаграмма 9. Динамика среднемесячной заработной платы в первом полугодии 2012-2013гг., тыс. руб., %
Диаграмма 10. Динамика объема инвестиций в основной капитал в 2002-2012гг., трлн. руб.
Диаграмма 11. Динамика оборота розничной торговли в РФ в 2002-2012гг., млрд. руб.
Диаграмма 12. Динамика оборотов розничной торговли в первом полугодии 2012-2013 млрд. RUR, %
Диаграмма 13. Динамика объемов реализации продукции по коду 36. Производство мебели и прочей продукции, не включенной в другие группировки в 2005-2012гг.
Диаграмма 14. Динамика объемов реализации продукции по коду 36. Производство мебели и прочей продукции, не включенной в другие группировки в январе-мае 2012-2013гг.
Диаграмма 15. Динамика объемов реализации продукции по коду 36.6 Производство различной продукции, не включенной в другие группировки в 2012гг.
Диаграмма 16. Динамика объемов реализации продукции по коду 36.6 Производство различной продукции, не включенной в другие группировки, в январе-мае 2012-2013гг.
Диаграмма 17. Динамика объемов реализации продукции по коду 36.63 Производство прочей продукции, не включенной в другие группировки в 2012гг.

Диаграмма 18. Динамика объемов реализации продукции по коду 36.63 Производство прочей продукции, не включенной в другие группировки, в январе-мае 2012-2013гг.
Диаграмма 19. Динамика объемов реализации продукции по коду 36.63.7 Производство прочих изделий, не включенных в другие группировки в 2012гг.
Диаграмма 20. Динамика объемов реализации продукции по коду 36.63.7 Производство прочих изделий, не включенных в другие группировки, в январе-мае 2012-2013гг.
Диаграмма 21. Стоимость реализации парфюмерно-косметической продукции в 4кв. 2011-2012 году, млрд. RUR
Диаграмма 22. Помесячный объем реализации парфюмерной и косметической продукции, произведенной в РФ в 2012 году, млрд. RUR
Диаграмма 23. Отклонения от среднемесячного объема реализации косметических и парфюмерных средств в 2012 году, %
Диаграмма 24. Объем и динамика производства парфюмерно-косметических товаров в РФ в 2010-2012гг., млн. шт., %
Диаграмма 25. Структура товарного производства парфюмерной и косметической продукции в РФ в 2012 году, %
Диаграмма 26. Структура товарного производства косметики в 2012 г., %
Диаграмма 27. Структура товарного производства парфюмерии в 2012 году, %
Диаграмма 28. Структура российского рынка ватных палочек и ватных дисков в стоимостном выражении по основным категориям товаров в 2012 году
Диаграмма 29. Прогноз объема российского рынка ватных палочек на 2013-2020гг., млрд. шт., млрд. RUR
Диаграмма 30. Прогноз объема российского рынка ватных дисков на 2013-2020гг., млрд. шт., млрд. RUR
Диаграмма 31. Сезонная динамика внешней торговли в 2012 году
Диаграмма 32. Динамика сезонных колебаний внешней торговли ватными палочками и ватными дисками в 2012 году в натуральном и стоимостном выражении, %
Диаграмма 33. Структура потребления ватной продукции по производителям в 2012 году по версии Корпорации Биосфера, %
Диаграмма 34. Результаты анализа популярности брендов ватных палочек по Интернет запросам по состоянию на 19.08.2013г.
Диаграмма 35. Результаты анализа популярности количественной фасовки ватных палочек по Интернет запросам по состоянию на 19.08.2013г.
Диаграмма 36. Результаты анализа популярности функционально-возрастных Интернет запросов ватных палочек по состоянию на 19.08.2013г.
Диаграмма 37. Результаты анализа популярности функциональных Интернет запросов ватных палочек по состоянию на 19.08.2013г.
Диаграмма 38. Результаты анализа популярности брендов ватных дисков по Интернет запросам по состоянию на 19.08.2013г.
Диаграмма 39. Результаты анализа популярности возрастных Интернет запросов ватных дисков по состоянию на 19.08.2013г.
Диаграмма 40. Результаты анализа популярности количественной фасовки ватных дисков по Интернет запросам по состоянию на 19.08.2013г.
Таблица 1. Оценка возможного влияния макроэкономических факторов на российский рынок ватных дисков и ватных палочек
Таблица 2. Темп прироста стоимости реализованной парфюмерной и косметической продукции в январе 2013 к январю 2012 года, %
Таблица 3. Прирост объемов производства парфюмерной и косметической продукции в январе 2012-2013гг., %
Таблица 4. Внешняя торговля парфюмерными и косметическими средствами в 2012 году
Таблица 5. Ценовая сегментация ватных дисков в августе 2013г.
Таблица 6. Ценовая сегментация ватных палочек в августе 2013г.
Таблица 7. Требования ГОСТ 5556-81 к вате используемой для изготовления гигиенических изделий
Таблица 8. Саморегулируемые организации производителей косметики РФ по состоянию на 01.03.2013г.

Таблица 9. Сведения об участниках Ассоциации производителей парфюмерии, косметики, товаров бытовой химии и гигиены игроках рынка ватных палочек и ватных дисков по состоянию на 21.08.2013
Таблица 10. Исходные и расчетные данные объема российского производства ватных палочек и ватных дисков в 2012 году
Таблица 11. Исходные и расчетные данные для перерасчета массы ватных палочек в шт. в 2012 году
Таблица 12. Исходные и расчетные данные для перерасчета массы ватных дисков в шт. в 2012 году
Таблица 13. Исходные и расчетные данные объема российского рынка ватных палочек и ватных дисков
Таблица 14. Исходные и расчетные данные объема российского рынка ватных палочек и ватных дисков в стоимостном выражении в 2012 году
Таблица 15. Исходные и расчетные данные структуры российского рынка ватных дисков и ватных палочек по месту происхождения товара в 2012 году
Таблица 16. Исходные и расчетные данные для расчета емкости и степени насыщенности российского рынка ватных палочек и ватных дисков в 2012 году, млн. шт., %
Таблица 17. Таможенные коды продукции
Таблица 18. Объем импорта и экспорта ватных дисков и ватных палочек в 2012 г.
Таблица 19. Основные страны-импортеры ватных дисков и ватных палочек в 2012 г.
Таблица 20. Основные страны-производители импортируемых ватных дисков и ватных палочек в 2012г.
Таблица 21. Объем импорта продукции по брендам за 2012г.
Таблица 22. Доли отдельных видов продукции в общем объеме импорта за 2012г.
Таблица 23. Объем российского экспорта ватных дисков и ватных палочек по странам в 2012 году
Таблица 24. Основные страны-производители экспорта ватных дисков и ватных палочек в 2012г.
Таблица 25. Объем экспорта продукции по брендам за 2012г.
Таблица 26. Доли отдельных видов продукции в общем объеме экспорта за 2012г.
Таблица 27. Производители ватных дисков и ватных палочек, представленные на российском рынке
Таблица 28. Распределение производителей продукции по основным параметрам конкуренции
Таблица 29. Сравнительная характеристика основных производителей на рынке
Таблица 30. Отдельные компании оптового сегмента рынка ватных дисков и ватных палочек
Таблица 31. Сравнительная характеристика основных компаний оптового рынка ватных палочек и ватных дисков по основным каналам товародвижения
Таблица 32. Сравнительная характеристика основных производителей на рынке
Таблица 33. Основные игроки розничного рынка ватных палочек и ватных дисков
Таблица 34. Анализ параметров конкуренции основных розничных сетей по сегментации по ценам в 2012 году
Таблица 35. Анализ параметров конкуренции основных розничных сетей по формату магазинов в 2012 году
Таблица 36. Сравнительная характеристика основных производителей на рынке
Таблица 37. Структура потребления ватных палочек и ватных дисков на российском рынке по основным производителям в 2012 году
Таблица 38. Step-анализ рынка ватных палочек и ватных дисков
Таблица 39. Анализ рисков на рынке ватных палочек и ватных дисков в РФ в 2012-2013гг.
Схема 1. Производство ватных дисков и ватных палочек в системе ОКВЭД
Схема 2. Цепочка движения ватных дисков и ватных палочек на рынке

Способ предоставления отчета (в электронном / печатном виде/ оба)	В печатном/ электронном формате
Название файла (если отчет предоставлен в электронном виде)	ГИ_РРВДиВП_2013.pdf

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

Маркетинговое Агентство Step by Step 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

Маркетинговое Агентство Step by Step – член **Национальной гильдии профессиональных консультантов, Гильдии маркетологов**, **Международной ассоциации ESOMAR.**