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 ЗУБНОЙ ПАСТЫ (ВЫПУСК 1)**
Название компании-исполнителя	Группа компаний Step by Step
Дата выхода отчета	17.07.2014
Количество страниц	101 стр.
Язык отчета	русский
Стоимость (руб.)	25000 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:** Объем рынка зубной пасты в 2013 году составил около .. млн. штук. Прогнозируется, что в ближайшие годы рынок будет расти приблизительно ….% ежегодно. Доля импорта на отечественном рынке зубных паст очень высока и составляет примерно …%. В условиях сложной экономической ситуации потребительские предпочтения россиян будут смещаться …. Российский рынок зубной пасты отличается большой степенью сегментированности. Примерно половина российского рынка приходится на…. Среди основных особенностей динамики объёма потребительского рынка зубной пасты в России……
Подробное оглавление/содержание отчета	1 **Введение** **6** 2 **Список использованных терминов** **9** 3 **Методологическая часть** **11** 3.1 *Описание типа исследования* *11* 3.2 *Объект исследования* *11* 3.3 *Цели и задачи исследования* *11* 3.4 *География исследования* *11* 3.5 *Время проведения исследования* *11* 3.6 *Методы сбора данных* *12* 4 **Макроэкономические факторы, влияющие на Рынок** **13** 4.1 *Общеэкономическая ситуация в России* *13* 4.2 *Динамика валового внутреннего продукта* *13* 4.3 *Промышленное производство* *15* 4.4 *Уровень инфляции* *16* 4.5 *Уровень доходов населения* *18* 4.6 *Инвестиции* *19* 4.7 *Розничная торговля* *21* 4.8 *Влияние макроэкономических факторов на развитие изучаемого рынка* *21* 5 **Описание отрасли** **23** 5.1 *Описание влияющих Рынков* *27* 6 **Сегментация** **41**

рынка
6.1 *Тенденции в различных рыночных сегментах* *42*
6.2 *Основные принципы ценообразования* *43*
6.2.1 Ценовое сегментирование Продукции 43
6.2.2 Тенденции в ценовых сегментах 43
6.3 *Государственная регистрация, требования к безопасности и другие меры регулирования рынков* *44*
6.3.1 Требования к безопасности 44
6.3.2 Стандарты 44
7 **Основные количественные характеристики рынка** **45**
7.1 *Основные показатели российского производства* *45*
7.2 *Динамика развития рынка. Объем и темпы роста* *46*
7.2.1 Объём рынка 46
7.2.2 Основные тенденции рынка 46
7.3 *Прогноз развития рынка до 2020 года* *46*
7.4 *Влияние сезонности на Рынок* *46*
7.5 *Анализ внешней торговли* *47*
7.5.1 Структура внешней торговли 47
7.5.2 Импорт 48
7.5.3 Экспорт 49
7.5.4 Основные тенденции во внешней торговле 50
8 **Сбытовая структура Рынка** **51**
8.1 *Цепочка движения товара* *51*
8.2 *Краткое описание основных сегментов участников Рынка* *51*
8.2.1 Производители Продукции 51
8.2.2 Дистрибьюторы продукции 51
8.2.3 Розничный сектор 52
9 **Конкурентный анализ** **53**
9.1 *Конкуренция между крупнейшими производителями на рынке* *53*
9.1.1 Основные производители 53
9.1.2 Основные параметры конкуренции 55
9.1.3 Описание профилей крупнейших компаний 55
9.1.4 Сравнительная характеристика основных производителей на рынке 57
9.1.5 Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими производителями 70
9.2 *Конкуренция между крупнейшими дистрибьюторами и оптовыми компаниями* *71*
9.2.1 Основные дистрибьюторы и оптовые компании 71
9.2.2 Описание профилей крупнейших компаний 72
9.2.3 Сравнительная характеристика основных оптовых компаний на рынке 73
9.2.4 Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими дистрибьюторами и оптовыми компаниями 77
9.3 *Конкуренция между крупнейшими компаниями розничного сектора* *78*
9.3.1 Основные аптечные сети 78

9.3.2 Описание профилей крупнейших аптечных сетей 79
9.3.3 Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими аптечными сетями 82
9.3.4 Основные сетевые ритейлеры 83
9.3.5 Описание профилей крупнейших сетевых ритейлеров 84
9.3.6 Основные параметры конкуренции 85
9.3.7 Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими сетевыми ритейлерами 94
10 **Анализ потребителей** **96**
10.1 *Сегментация потребителей* *96*
10.1.1 Потребители в сегменте B2C 96
10.2 *Структура потребления Продукции* *96*
10.3 *Потребительские предпочтения* *97*
11 **Обобщающие выводы по отчету** **98**
11.1 *Факторы, влияющие на развитие Рынка* *98*
11.1.1 Step-анализ Рынка 99
11.1.2 Факторы, благоприятствующие развитию Рынка 100
11.2 *Анализ рисков* *100*
11.2.1 Сдерживающие факторы Рынка/анализ рисков 100
11.2.2 *Прогнозы развития рынка* *101*
11.2.3 Потребление 101
11.2.4 Продукция 101
11.2.5 Основные игроки 101
11.3 *Текущая ситуация и перспективы развития рынка* *102*

Количество и названия таблиц, диаграмм, графиков

Диаграмма 1. Динамика ВВП в 2002-2013 гг., трлн. RUR
Диаграмма 2. Темпы прироста ВВП в текущих ценах и ценах 2008 года в 2003-2013 гг., %
Диаграмма 3. Динамика ВВП и темпы прироста ВВП (%) в текущих ценах с 2011 г. по I квартал 2014 г., млрд. RUR
Диаграмма 4. Индексы промышленного производства в 2013-2014 гг.,в % к соответствующему периоду предыдущего года
Диаграмма 5. Динамика темпов прироста цен на потребительские товары в 2002-2013 гг., %
Диаграмма 6. Динамика темпов прироста квартальных цен на потребительские товары в 2011-2014 гг., %
Диаграмма 7. Динамика темпов прироста цен на промышленные товары в 2002-2013 гг., %
Диаграмма 8. Динамика номинальной среднемесячной заработной платы с 2002 по 2013 гг., тыс. руб.
Диаграмма 9. Динамика объема инвестиций в основной капитал в 2002-2013гг., трлн. руб.
Диаграмма 10. Инвестиции в основной капитал в 2013-2014 гг., трлн. руб.
Диаграмма 11. Динамика оборотов розничной торговли в 2013-2014 гг., млрд. руб.
Диаграмма 12. Структура отрасли парфюмерии и косметики
Диаграмма 13. Структура российского рынка карбоната кальция
Диаграмма 14. Основные сектора поставщики глицерина в мире, 2011 г.
Диаграмма 15. Мировое потребление глицерина в 2011 г. (в пересчете на 100%)
Диаграмма 16. Импорт очищенного глицерина в РФ, тыс. тонн
Диаграмма 17. Количество торговых точек на 01.10.2013
Диаграмма 18. Количество торговых точек аптечных ассоциаций на 01.10.2013

	Диаграмма 19. Выручка крупнейших розничных сетей в 2011 г. Таблица 1. Оценка возможного влияния макроэкономических факторов на российский рынок зубной пасты Таблица 2. Производство парфюмерных и косметических средств в России в 2010-2013 гг. Таблица 3. Производство абразивного сырья для зубной пасты и глицерина, тонн Таблица 4. Географическое размещение балансовых запасов мела в России Таблица 5. Объем и динамика рынка, тыс. тонн Таблица 6. Производство диоксида кремния в России в 2010-2014 гг., тонн Таблица 7. Производство диоксида кремния в России по округам, тонн Таблица 8. Производство глицерина в России, тонн Таблица 9. Производство глицерина в России по федеральным округам, тонн Таблица 10. Средние цены производителей зубных паст, руб. за шт. (без торговой наценки) Таблица 11. Производство зубной пасты в России, тубов, тыс. шт Таблица 12. Производство зубной пасты в разрезе федеральных округов РФ, тыс. штук Таблица 13. Производство зубной пасты с 2010-2014 гг. по месяцам, тыс. штук Таблица 14. Таможенные коды продукции Таблица 15. Объем импорта и экспорта в 2013 г. Таблица 16. Основные страны-импортеры зубной пасты в 2013 г. Таблица 17. Основные страны-производители зубной пасты в 2013 г. Таблица 18. Основные страны назначения российского экспорта зубной пасты в 2013 г. Таблица 19. Основные производители зубной пасты Таблица 20. Сравнительная характеристика основных производителей на рынке Таблица 21. Основные дистрибьюторы и оптовые компании на рынке Таблица 22. Сравнительная характеристика основных производителей на рынке Таблица 23. Основные аптечные сети РФ Таблица 24. Топ-15 аптечных сетей по доле на розничном коммерческом рынке лекарственных препаратов в денежном выражении Таблица 25. Основные компании розничного сектора по сбыту зубной пасты Таблица 26. Бренды и форматы крупнейших розничных сетей в 2013 г. Таблица 27. Выручка розничных сетей в 2011, 2012 гг. Таблица 28. Сравнение розничных сетей по числу магазинов Таблица 29. Рейтинг: по общей торговой площади по итогам 1-го полугодия 2013 г. Таблица 30. Сравнительная характеристика основных компаний розничного сектора на рынке Таблица 31. Факторы, влияющие на развитие рынка Таблица 32. Step-анализ Рынка
Способ предоставления отчета (в электронном / печатном виде/ оба)	В печатном/ электронном формате
Название файла (если отчет предоставлен в электронном виде)	ГИ_рынок зубной пасты.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.**