АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОТЧЕТ ПО МАРКЕТИНГОВОМУ ИССЛЕДОВАНИЮ РОССИЙСКОГО РЫНКА СРЕДСТВ ДЛЯ ОКРАШИВАНИЯ ВОЛОС

ДЕМОНСТРАЦИОННАЯ ВЕРСИЯ

Дата выпуска отчета:
февраль 2006 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 ДЕМО - ВЕРСИИ

ОГЛАВЛЕНИЕ Демо - версии 2

Аннотация 3

Цель исследования.....3

Описание исследования.....3

Полное содержание исследования 5

Список диграмм 7

Список таблиц 9

Выдержки из исследования.....10

Описание отрасли.....10

Сегментирование средств для окрашивания волос по основным наименованиям11

Компания Wella 12

www.pdffactory.com

Аннотация

Цель исследования

Описать состояние российского рынка средств для окрашивания волос.

Описание исследования

Данный отчёт будет представлять интерес для существующих и потенциальных игроков рынка:

- Производителей на рынке средств для окрашивания волос
- Компаний-дистрибьюторов
- Розничных сетей на рынке
- Инвесторов на рынке

Метод проведения исследования:
Кабинетное исследование. Сбор вторичной информации.

Методы сбора информации: поиск по открытым источникам: общие аналитические издания, отраслевые аналитические издания, открытые исследования (других маркетинговых компаний и организаций), интернет-сайты основных игроков рынка и другие электронные источники информации, статистические организации (Росстат, отраслевые статистические органы), таможенные базы по экспорту/импорту продукции

В исследовании содержится актуальная информация по объему рынка, его структуре, долях различных сегментов, тенденциях рынка.

Проведен анализ баз таможенной статистики. В результате чего получены данные по крупнейшим странам- импортерам/ экспортерам средств для окрашивания волос, объему импорта/ экспорта и по поставщикам красок для волос.

В отчете описаны крупнейшие зарубежные и российские производители средств для волос, потребительские предпочтения покупателей средств для волос, сбытовая структура рынка.

www.pdffactory.com

Достоинством исследования является собранная в едином документе информация, содержащаяся в открытых источниках. Это позволяет увидеть общую структуру российского журнального рынка, очищенную от рекламной и PR информации, составить представление о тенденциях и динамике развития рынка.

Кол-во страниц: 111 стр.

Язык отчета: русский

Отчет содержит: 28 диаграмм, 14 таблиц.

www.pdffactory.com

ПОЛНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Введение

Методологическая часть

Макроэкономические факторы, влияющие на Рынок

Описание отрасли

Сегментация и структура Рынка по основным видам Продукции

Сегментирование средств для окрашивания волос по основным наименованиям

Основные тенденции в различных сегментах Продукции

Основные количественные характеристики Рынка

Объем Рынка средств для окрашивания волос

Темпы роста Рынка

Сбытовая структура Рынка

Цепочка движения товара

Краткое описание основных сегментов участников Рынка

Объемы российского производства, импорта и экспорта**Ошибка! Закладка не определена.**

Импорт средств для окрашивания волос

Российское производство

Экспорт средств для окрашивания волос

Конкурентный анализ

Конкуренция между крупнейшими производителями и поставщиками Продукции**Ошибка! Закладка не определена.**

Конкуренция между крупнейшими дистрибьюторами и оптовыми компаниями

Конкуренция между крупнейшими компаниями розничного сектора

Анализ потребителей

Описание потребителей

Структура потребления Продукции по видам средств для окрашивания волос

Степень активности в потреблении средств для окрашивания волос

Структура осведомленности потребителей о марках средств для окрашивания волос

Потребительские предпочтения по видам, маркам средств для окрашивания волос

www.pdffactory.com

Потребительские мотивации и поведение при покупке средств для окрашивания волос

Основные тенденции в потребительском сегменте

Обобщающие выводы и рекомендации

Факторы, благоприятствующие развитию Рынка

Сдерживающие факторы Рынка/анализ рисков

Инвестиционная привлекательность/пустующие ниши на Рынке

Общие тенденции Рынка

Общие выводы по отчету

www.pdffactory.com

Список диграмм

Диаграмма 1. Доли различных видов средств для окрашивания волос на Рынке в % по отношению к натуральному выражению

Диаграмма 2. . Доли различных видов средств для окрашивания волос на Рынке в % по отношению к денежному выражению

Диаграмма 3. Соотношение различных ценовых сегментах в % по отношению к натуральному выражению

Диаграмма 4. Соотношение различных ценовых сегментах в % по отношению к денежному выражению

Гистограмма 5. Динамика рынка средств для окрашивания волос за период 2002-03 гг

Диаграмма 6. Доли основных производителей средств для окрашивания волос на Рынке

Диаграмма 7. Охват магазинов дистрибьюторами (Москва, апрель 2005 г.), % от опрошенных

Диаграмма 8. Охват магазинов дистрибьюторами (Санкт-Петербург, апрель 2005 г.), % от опрошенных

Диаграмма 9. Распределение парфюмерии и косметики по каналам дистрибуции в 2004 году, %

Диаграмма 10. Доли основных стран-импортеров средств для окрашивания волос в общей структуре импорта в % в натуральном выражении

Диаграмма 11. Доли основных стран-импортеров средств для окрашивания волос в общей структуре импорта в % в денежном выражении

Диаграмма 12. Доли основных компаний-импортеров средств для окрашивания волос в общей структуре импорта в % в натуральном выражении

Диаграмма 13. Доли основных компаний-импортеров средств для окрашивания волос в общей структуре импорта в % в денежном выражении

Гистограмма 14. Сравнительное соотношение объемов импорта и российского производства средств для окрашивания волос за период 2002-2005 гг в натуральном выражении, %

Гистограмма 15. Сравнительное соотношение объемов импорта и российского производства средств для окрашивания волос за период 2002-2003 гг в денежном выражении

www.pdffactory.com

Диаграмма 16. Доли основных стран-экспортеров средств для окрашивания волос в общей структуре импорта в % в натуральном выражении
Диаграмма 17. Доли основных стран-экспортеров средств для окрашивания волос в общей структуре импорта в % в денежном выражении
Диаграмма 18. Доли основных компаний-экспортеров средств для окрашивания волос в общей структуре российского экспорта в % в натуральном выражении
Диаграмма 19. Доли основных компаний-экспортеров средств для окрашивания волос в общей структуре российского экспорта в % в натуральном выражении
Диаграмма 20. Динамика объемов продаж компании «Schwarzkopf&Henkel» в 1999-2004 гг, млн. долларов
Диаграмма 21. Динамика объемов продаж компании «Роколор» в 1999-2004 гг, млн. долларов
Диаграмма 22. Динамика объемов продаж компании «Арбат Престиж», млн. долларов
Диаграмма 23. Динамика объемов продаж компании Ile de Beaute, млн. долларов
Диаграмма 24. Динамика потребления красок для волос среди женщин старше 16 лет (по России в целом), %
Диаграмма 25. Динамика потребления стойких красок для волос среди женщин старше 16 лет (по России в целом), %
Диаграмма 26. Динамика знания краски для волос Palette среди потребителей категории, Россия в целом, %
Гистограмма 27. Соотношение импортной и отечественной продукции по потреблению (Россия), %
Диаграмма 28. Уровень лояльности торговым маркам на рынке средств для окрашивания волос, %

www.pdffactory.com

Список таблиц

Таблица 1. Алгоритмы расчета объема сегментов рынка средств для окрашивания волос в денежном выражении

Таблица 2. Алгоритмы расчета объема ценовых сегментов рынка срелств для окрашивания волос в денежном выражении

Таблица 3. Объемы различных сегментов Рынка в денежном выражении

Таблица 4. Алгоритмы расчета доли международных производителей в продажах красок для волос в 2004 году (в объемном выражении)

Таблица 5. Алгоритмы расчета доли международных производителей в продажах красок для волос в 2004 году (в денежном выражении)

Таблица 6. Алгоритмы расчета доли российских производителей в продажах красок для волос в 2004 году (в объемном выражении)

Таблица 7. Алгоритмы расчета доли российских производителей в продажах красок для волос в 2004 году (в денежном выражении)

Таблица 8. Сравнительная характеристика крупнейших производителей по основным параметрам

Таблица 9. Сравнительная характеристика крупнейших дистрибьюторов и оптовых компаний по основным параметрам

Таблица 10. Сравнительная характеристика крупнейших розничных компаний по основным описательным параметрам

Таблица 11. Объемы импорта по странам-импортерам

Таблица 12. Объемы импорта по компаниям-импортерам

Таблица 13. Объемы экспорта по странам экспортерам

Таблица 14. Объемы экспорта по компаниям-экспортерам

www.pdffactory.com

Выдержки из исследования

Описание отрасли

Российский косметический рынок является одним из самых перспективных в мире: этот сегмент растет на 15-20% ежегодно (для сравнения – в Европе на 1-2% в год).

Лидерами рынка являются транснациональные компании: Colgate-Palmolive, Johnson & Johnson, L'Oreal, Procter&Gamble, Schwarzkopf&Henkel, Unilever Group. Большинство из них производит часть продукции в России (организация собственного производства, контрактное производство).

Российское производство в отрасли представлено 150 предприятиями, крупнейшие из которых: «Калина», «Невская косметика», «Новая заря», «Свобода». Производство косметики в России сопряжено с массой трудностей: недостаточная государственная поддержка в области налогообложения, привлечения инвестиций, поддержки малых предприятий; низкие финансовые ресурсы по сравнению с западными компаниями снижают конкурентные преимущества российской продукции перед западной.

Ключевые факторы, определяющие основную тенденцию косметического рынка на ближайшую перспективу – качество и бренд. Именно по этим параметрам будет разворачиваться конкуренция на рынке косметических средств. Прогноз для российских компаний неутешителен: у большинства из них нет необходимых финансовых ресурсов.

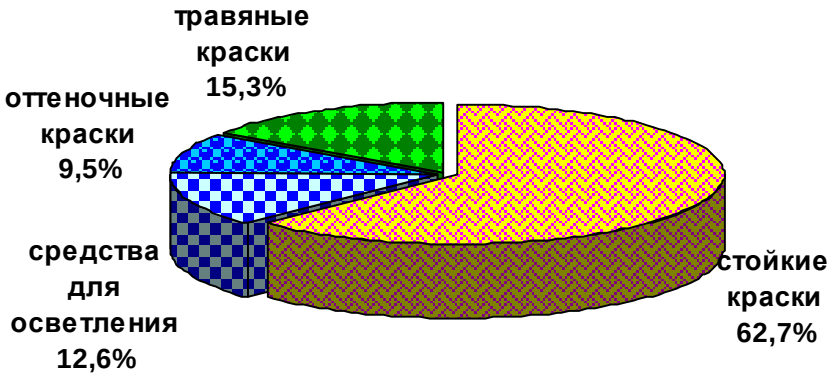
www.pdffactory.com

Сегментирование средств для окрашивания волос по основным наименованиям

Доли основных сегментов на рынке средств для окрашивания волос составляют:

- Стойкие краски для волос (объемная доля - 62,7%; стоимостная доля – 76%);
- Средства для осветления (12,6% и 13,1% соответственно);
- Нестойкие и оттеночные краски для волос (9,5% и 9,2%);
- Травяные краски (15,3% и 1,7%)

Диаграмма 1. Доли различных видов средств для окрашивания волос на Рынке в % по отношению к натуральному выражению



Источник: ACNielsen, 2004

www.pdffactory.com

50,7% основного капитал Wella принадлежит компании **Procter&Gamble**. Деятельность Wella в России осуществляется в трех направлениях:

- профессиональная косметика для волос под брендами Wella и Londa (ООО «Руссвелл» и ООО «Лонда косметика»)
- косметика для волос для конечного потребителя (розничное направление) под брендами Wella и Londa (ООО «Руссвелл» и ООО «Лонда косметика»)
- парфюмерия (ООО «Космополитен косметикс»).

Виды и типы продукции

Розничный ассортимент:

- Краски для волос:
  - Стойкие краски
  - Средства для осветления волос
  - Оттеночные средства
  - Краска для бровей и ресниц
- Средства для укладки волос
- Средства для ухода за волосами

Профессиональный ассортимент:

- Краски для волос:
  - Стойкие краски
  - Средства для осветления волос
  - Интенсивное тонирование
  - Краска для бровей и ресниц
  - Оксидация
- Средства для укладки волос
- Средства для ухода за волосами
- Средства для химической завивки

География продаж

www.pdffactory.com

Российский рынок обеспечивает 50% продаж подразделению Londa. При этом в Западной Европе марка не представлена.

Доля Компании на Рынке

По данным журнала «Эксперт» доля компании **Londa** составляет 18% российского рынка средств для окрашивания волос (***журнал «Эксперт» №16 (463), 2005***). По данным COMCON Group, компания Londa занимает в денежном выражении – 21,3% долю рынка.

По данным журнала «Эксперт» доля компании **Wella** составляет 5% российского рынка средств для окрашивания волос (***журнал «Эксперт» №16 (463), 2005***). По данным COMCON Group, компания Wella занимает в объемном выражении – 4% рынка, а в денежном – 6,3%.

Стратегии развития (бизнес стратегии)

Londa планирует сократить удельный вес красок для волос в своем обороте и активно развивает другие категории средств для волос под «зонтом» бренда Londa, для того, чтобы уйти от имиджа компании, специализирующейся исключительно на выпуске красок для волос. Стратегия строится таким образом, чтобы при сокращении доли красок не снижалась завоеванная компанией доля рынка».

Ближайшие конкуренты

Средний ценовой сегмент: Schwarzkopf&Henkel, L'Oreal&Garnier, Роколор

Верхний ценовой сегмент: Schwarzkopf&Henkel, L'Oreal

Степень активности продвижения на Рынке (реклама, PR)

Для продвижения красок компания Wella и ее подразделение Londa все чаще комбинирует промо-акции на местах продаж с анонсами акций в СМИ. По данным журнала «Компания» рекламный бюджет Londa в 2003 году составил $5 млн.

Основные бренды средств для окрашивания волос компании

www.pdffactory.com

Розничный ассортимент Londa

- Стойкая крем-краска: Londacolor Single, Londacolor Color Cream, Londacolor Magic Colors
- Средства для осветления волос: Londacolor Средство для мелирования, Londacolor Суперосветлитель, Londacolor Суперобесцвечивающий препарат
- Оттеночные средства: Londeston Оттеночная пенка, Londoren Оттеночный бальзам, Londeston Оттеночный гель, Shiny Colors Мягкая крем-краска

Розничный ассортимент Wella

- Крем-краска для волос: Decore, Wellaton, Viva Color (на гелевой основе)
- Интенсивное тонирование: Wellaton Soft Color
- Оттеночная пена: Viva Mousse
- Блондирование: Viva Blonde (2х степеней), Wellaton Blonde
- Мелирование: Viva, Decore

Профессиональный ассортимент Londa:

- Стойкая крем-краска Londacolor
- Средства для осветления волос Blondoran
- Интенсивное тонирование Londacolor

Профессиональный ассортимент Wella:

- Краска для волос: Koleston Perfect, Color Touch, Color Fresh, Blondor

Основные бренды средств для окрашивания волос компании по ценовым сегментам

- В нижнем ряду среднего ценового сегмента Londacolor Single (Londa), Wellaton tube (Wella)
- В среднем ценовом сегменте Londacolor Set (Londa), Wellaton Set (Wella)
- В верхней части среднего ценового сегмента Wellaton (Wella)
- В верхнем ценовом сегменте представлены такие марки: Viva Color (Wella), Londacolor Magic Colors (Londa).

www.pdffactory.com

Маркетинговое Агентство Step by Step работает на рынке маркетинговых услуг 5 лет. Сегодня мы активные участники следующих **рынков**:

- Рынок недвижимости
- Рынок торговой недвижимости
- Рынок торговых предприятий
- Рынок промышленных предприятий
- Рынок HoReCa
- ИТ-рынок

Готовые инициативные исследования занимают в портфеле нашего Агентства значительную долю. На сегодняшний день мы являемся лидерами рынка инициативных исследований. В портфеле Маркетингового Агентства 100 готовых исследований (с каждым днем их количество увеличивается) по ключевым направлениям работы Агентства, а так же по многим перспективным и развивающимся рынкам.

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

www.pdffactory.com

Для обеспечения качественного и быстрого сбора количественной информации, в структуру нашего агентства интегрировано подразделение **Call center**. Благодаря этому, мы предлагаем:

- Услугу «Бесплатный вызов» из регионов (8-800)
- Актуализация и формирование баз данных.
- Исходящий и входящий телемаркетинг
- Интервьюирование потребителей
- Оценку эффективности рекламы
- Информационную поддержку рекламных и PR-акций
- Маркетинговое Агентство Step by Step предлагает своим Заказчикам услуги по разработке бизнес-планов, по проведению экспертизы уже существующих бизнес-планов у сертифицированных специалистов и лидеров рынка
- Наши специалисты помогут вам в кратчайшие сроки ввести на предприятии систему бизнес-планирования, подготовят необходимые документы и обоснования, проведут специализированные тренинги, минимизируют издержки

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-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