Маркет Аналитика

ДЕМО-ВЕРСИЯ.
РОССИЙСКИЙ РЫНОК СРЕДСТВ ПО УХОДУ ЗА ВОЛОСАМИ.
МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ И АНАЛИЗ РЫНКА

Москва, ноябрь 2012

Телефон: (495) 720-13-80
E-mail: info@marketanalitika.ru
www.marketanalitika.ru

СОДЕРЖАНИЕ

I. ВВЕДЕНИЕ

II. ХАРАКТЕРИСТИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

III. АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА СРЕДСТВ ПО УХОДУ ЗА ВОЛОСАМИ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНКА

1.1. Понятие продукции

1.2. Показатели социально-экономического развития

1.3. Влияющие рынки

1.4. Резюме по разделу

2.СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА СРЕДСТВ ПО УХОДУ ЗА ВОЛОСАМИ

2.1. Сегментация Рынка по видам продукции

2.2. Сегментация Рынка по потребительским характеристикам

2.3. Резюме по разделу

3.ОСНОВНЫЕ КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РЫНКА

3.1. Производство на Рынке

3.2. Импорт и экспорт на Рынке

3.3. Объем Рынка

3.4. Емкость Рынка

4.КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ РЫНКА СРЕДСТВ ПО УХОДУ ЗА ВОЛОСАМИ

4.1. Уровень конкуренции, параметры конкуренции

4.2. Сегментация игроков рынка

4.3. Описание профилей крупнейших игроков Рынка

4.4. Резюме по разделу

5.КАНАЛЫ ПРОДАЖ НА РЫНКЕ СРЕДСТВ ПО УХОДУ ЗА ВОЛОСАМИ

5.1. Особенности сбытовой политики на Рынке

5.2. Резюме по разделу

6.АНАЛИЗ КОНЕЧНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ РЫНКА СРЕДСТВ ПО УХОДУ ЗА ВОЛОСАМИ

6.1. Описание потребителей на Рынке

6.2. Потребительские предпочтения на Рынке

Телефон: (495) 720-13-80
E-mail: info@marketanalitika.ru
www.marketanalitika.ru

6.3. Нормативные документы, регулирующие деятельность на рынке

6.4. Резюме по разделу

7.ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ

7.1. Основные тенденции Рынка

7.2. PEST-анализ Рынка

7.3. Риски и барьеры при выходе на Рынок

7.4. Перспективы развития Рынка

IV. РЕЗЮМЕ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ

Приложение 1

Телефон: (495) 720-13-80
E-mail: info@marketanalitika.ru
www.marketanalitika.ru

ХАРАКТЕРИСТИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

Цель исследования

Изучение и анализ российского рынка средств по уходу за волосами: текущей ситуации, тенденций и перспектив его развития с учётом влияния кризиса.

Задачи исследования

- Определить количественные показатели рынка
- Провести сегментацию и описать структуру рынка
- Дать характеристику сегментам рынка
- Провести конкурентный анализ рынка
- Провести анализ потребителей рынка
- Описать тенденции рынка, а также факторы, влияющие на развитие рынка
- Выявить перспективы развития рынка

Предмет исследования

Российский рынок средств по уходу за волосами (далее Рынок).

Методы сбора данных

Данное исследование было проведено кабинетным методом, который предполагает получение вторичной информации о рынке из открытых источников, а также консолидации уже имеющихся сведений об изучаемом рынке.

Источники информации

В качестве источников информации об изучаемом рынке были использованы следующие открытые источники:

- информационно-аналитические порталы, посвященные изучаемому рынку
- открытые статистические данные
- аналитические обзоры, включая профессиональные издания (СМИ)
- сайты поставщиков изучаемых услуг

Телефон: (495) 720-13-80
E-mail: info@marketanalitika.ru
www.marketanalitika.ru

III. АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА СРЕДСТВ УХОДА ЗА ВОЛОСАМИ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНКА

1.1. Показатели социально-экономического развития

Внутренний валовой продукт (ВВП). Промышленное производство

Объем ВВП России за I квартал 2012г. в текущих ценах составил … млрд. рублей. Индекс его физического объема относительно I квартала 2011г. составил *****%, относительно IV квартала 2011г. - ****%. Индекс-дефлятор ВВП за I квартал 2012г. по отношению к ценам I квартала 2011г. составил *****%.

Диаграмма. Динамика ВВП за период 2005- июнь 2012 гг. в текущих ценах, млрд. руб.

…….

Источник: …….

Индекс промышленного производства в январе-июле 2012г. по сравнению с январем-июлем 2011г. составил - *****%, в июле 2012г. по сравнению с июлем 2011г. - *****%, по сравнению с июнем 2012г. - *****%.

1.2. Влияющие рынки

Российский рынок парфюмерно-косметической продукции

Российский рынок парфюмерно-косметической продукции - один из самых больших рынков в Европе по уровню потребительского спроса. Россияне самые активные потребители косметической продукции. Более **% россиян заявляют, что регулярно покупают косметическую продукцию, и количество таких потребителей постоянно растёт.

В 2011 году объем рынка вырос до отметки в … млрд. долл., а темпы роста составили около **-**% по отношению к 2010 году.

воды не являются предметом первой необходимости. И рост цен может способствовать снижению спроса на продукцию.

……..

2. СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА СРЕДСТВ ПО УХОДУ ЗА ВОЛОСАМИ

Телефон: (495) 720-13-80
E-mail: info@marketanalitika.ru
www.marketanalitika.ru

2.1. Сегментация Рынка по видам продукции

По видам продукции Рынок подразделяется на три группы:

- шампуни
- средства для укладки
- краски для волос

…….

2.2. Сегментация Рынка по потребительским характеристикам

По потребительским характеристикам продукцию Рынка принято разделять на следующие группы:

- по типу волос потребителей:
  - ……
- по цвету волос потребителей:
  - …….
- по половозрастным признакам потребителей:
  - …….

Наряду с женщинами активными потребителями на рынке шампуня являются мужчины. Однако компания Euromonitor доказала, что производители ориентируются исключительно на женщин-потребителей. Так, доля мужского сегмента на мировом рынке косметики и парфюмерии занимает *%, на российском ***%. Учитывая этот факт, отечественному производителю следует обратить большее внимание на потенциальные возможности заполнения данного сегмента.

2.3. Ценовая сегментация

Диаграмма. Ценовая сегментация на рынке шампуней России

…….

Источник: ……..

Телефон: (495) 720-13-80
E-mail: info@marketanalitika.ru
www.marketanalitika.ru

Распределение долей найболее крупных брендов шампуней по данным компании Unilever, представленных в России, выглядит следующим образом: Fructis – ***%, Pantene - ***%, Syoss –***%, Head&Shoulders - ***% рынка, NIVEA- ***% рынка. Премиум сегмент представлен … основными игроками Elseve и Gliss Kur, занимающие ***% и ***% соответственно. Массовый сегмент в основном представлен российскими производителями(Калина и прочие). Среди иностанных представителей данного сегмента можно выделить бренды Timotei и Sunsilk с долей ***% и ***% соответственно .

3. ОСНОВНЫЕ КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РЫНКА

3.1. Производство на Рынке

Согласно данным РБК, объем российского производства шампуней и прочих средств для ухода за волосами в 2011 году составил … млн. шт., что на *** % больше, чем в 2010 году.

Диаграмма. Динамика объема российского производства средств по уходу за волосами, 2009-2011 гг., млн. шт.

…….

Источник: ……

3.2. Импорт и экспорт на Рынке

Объем импорта средств для ухода за волосами составил в 2011 году около … млрд. долларов, что на *** % выше значения предыдущего года.

Диаграмма. Динамика объема импорта средств по уходу за волосами, 2010-2011 гг., млн. долл.

…….

Источник: РБК

В структуре российского экспорта средств для волос подавляющую долю занимают шампуни. По итогам 2011 года шампуни заняли более **%. Лаки для волос занимают около *%, лосьоны и средства для перманентной завивки или распрямления волос в общем объеме российского экспорта средств по уходу за волосами занимают долю меньше *%.

Телефон: (495) 720-13-80
E-mail: info@marketanalitika.ru
www.marketanalitika.ru

Диаграмма. Структура экспорта средств для волос из России в 2011 году

…….

Источник: ……

3.3. Объем Рынка

По оценкам аналитиков Discovery Research Group, объем розничных продаж на парфюмерно-косметическом рынке России средств по уходу за волосами в 2011 году составил около … млрд. долларов, что составляет **% от общего объема российского рынка парфюмерии и косметики.

Диаграмма. Динамика объема российского рынка средств по уходу за волосами

……

Источник: …….

В 2011 году незначительно изменился объем рынка средств по уходу за волосами и рост его объема составил … млрд. долл.

Диаграмма. Доля сегмента средств по уходу за волосами в общей структуре российского рынка парфюмерии и косметики, 2011 г.

……..

Источник: ……

3.4. Емкость Рынка

……..

4. КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ РЫНКА СРЕДСТВ ПО УХОДУ ЗА ВОЛОСАМИ

4.1. Сегментация игроков рынка

По оценке РБК, лидером на российском рынке также является американская компания Procter & Gamble, долю которой РБК оценивает в **% рынка средств по уходу за волосами.

Диаграмма. Распределение долей на российском рынке средств по уходу за волосами

…….

Источник: …….

4.2. Описание профилей крупнейших игроков Рынка

Телефон: (495) 720-13-80
E-mail: info@marketanalitika.ru
www.marketanalitika.ru

"Unilever"

Сайт: http://www.unilever.ru

О компании

Компания Unilever является одним из мировых лидеров по производству потребительских товаров повседневного спроса. Во многих сегментах рынка, где представлена продукция, компания занимает первое место на глобальном уровне.

На российском рынке компания работает с 1992 года. В настоящее время Unilever принадлежит 7 крупных российских предприятий, в т.ч. маргариновый завод в Москве, соусная, чаеразвесочная фабрика и парфюмерно-косметическая фабрики в Санкт-Петербурге, пищевая фабрика в Туле, а также заводы по производству мороженого в Туле и Омске. С 2009 года Unilever - компания "Балтимор". В конце 2011 приобретение ОАО Концерна "Калина". Общий объем инвестиций компании в российскую экономику приближается к 1.5 млрд. евро, а число сотрудников в России, Украине и Беларуси составляет порядка 7000 человек.

В 1994 году в состав производственных предприятий компании Unilever в России вошла парфюмерно-косметическая фабрика в Санкт-Петербурге. Благодаря развитию и модернизации существующей производственной базы это предприятие в 1997 году было признано крупнейшим среди фабрик Unilever в Европе. На предприятии установлено современное, инновационное, высокотехнологичное оборудование, отвечающее самым современным требованиям производственной безопасности и эффективности.
По итогам 2011 года Unilever признан лучшим иностранным инвестором в России (по версии одного из крупнейших и влиятельнейших банков России "Альфа-Банка" и Школы бизнеса Оксфордского Университета (Oxford Said Business School)).

Ассортимент выпускаемой продукции

……..

Телефон: (495) 720-13-80
E-mail: info@marketanalitika.ru
www.marketanalitika.ru

Стратегия развития

……..

Показатели деятельности

……

Основные показатели первой половины 2012 года:

- ……

География деятельности

……..

Преимущества

- ……..

ОАО Концерн «Калина»

Сайт: http://www.kalina.org

Адрес: Екатеринбург, ул. Комсомольская, 80

Тел./факс: 8 800 5003798, (343) 365 83 38

О компании

82% акции было куплено компанией Unilever, которая за счет крупного национального бренда укрупнила свои позиции на рынке средств по уходу за волосами.

ОАО Концерн «Калина» занимается разработкой, производством и сбытом на территории России и стран СНГ широкого круга средств по уходу за кожей (кремы, лосьоны, гели, тоники и т.д.), средств по уходу за волосами (шампуни, бальзамы), средств по уходу за полстью рта (зубные пасты, ополаскиватели для полости рта), детской косметики (шампуни, пены для ванн, кремы, духи и т.д.), парфюмерии, моющих средств и ряда других продуктов.

Телефон: (495) 720-13-80
E-mail: info@marketanalitika.ru
www.marketanalitika.ru

Штаб-квартира и основные производственные мощности Концерна «Калина» расположены в Екатеринбурге (Россия).

В состав Концерна, помимо головного предприятия в Екатеринбурге, входят предприятия «Паллада-Украина», «Главсказка Интернешнл», «Dr. Scheller Beauty Center», «Калина Финанс», Kalina International SA (Швейцария), Kalina Overseas Holding B.V. (Нидерланды) и DSN Cosmetics GmbH (Германия).

ОАО Концерн «Калина» является публичной компанией, следующей передовым стандартам корпоративного управления. Акции Концерна находятся в свободном обращении на российских фондовых биржах и на внебиржевом (ОТС) рынке за рубежом (в виде американских и глобальных депозитарных расписок).

Ассортимент выпускаемой продукции

……..

Стратегия развития

……..

Планы развития

……..

Показатели деятельности

……..

География деятельности

- ……

Преимущества

……

Телефон: (495) 720-13-80
E-mail: info@marketanalitika.ru
www.marketanalitika.ru

5. КАНАЛЫ ПРОДАЖ НА РЫНКЕ СРЕДСТВ ПО УХОДУ ЗА ВОЛОСАМИ

5.1. Особенности сбытовой политики на Рынке

Формы розничной продажи

В секторе прямых продаж наибольшей популярностью пользуется продукция следующих брендов: Oriflame, Avon, Faberlic, Mary Kay, Amway и другие. По данным 2010 года, число активных дистрибьюторов увеличилось с 2008 года на ***% и составило порядка … млн. человек.

Диаграмма. Распределение парфюмерно-косметической продукции по каналам сбыта

…….

Источник: ……..

В настоящее время **% парфюмерно-косметической продукции распространяется в России через парфюмерные магазины и сети, **% через супермаркеты, **% через открытые рынки, **% - через остальные каналы сбыта, включая прямые продажи, интернет, торговлю по почте.

Диаграмма. Доли рынка парфюмерно-косметических специализированных розничных сетей

……

Источник: ……

Что касается показателей выручки парфюмерно-косметических сетей и их долей в объеме продаж, то первое место занимает сеть Л'Этуаль с долей рынка в **% (от общего объема продаж парфюмерно-косметических специализированных розничных сетей). Далее следуют – Ile de Beaute (**%), Рив Гош (**%), Douglas Rivoli (*%).

6. АНАЛИЗ КОНЕЧНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ РЫНКА СРЕДСТВ ПО УХОДУ ЗА ВОЛОСАМИ

6.1. Описание потребителей на Рынке

……..

6.2. Потребительские предпочтения на Рынке

Телефон: (495) 720-13-80
E-mail: info@marketanalitika.ru
www.marketanalitika.ru

……..

6.3. Нормативные документы, регулирующие деятельность на рынке

……

7. ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ

7.1. Основные тенденции Рынка

- ……..

7.2. PEST-анализ Рынка

Таблица. PEST-анализ российского рынка средств по уходу за волосами

Факторы внешней среды	Влияние факторов
Политические	
Социальные	
Технологические	
Факторы внешней среды	**Влияние факторов**
Экономические	

Источник: ……..

7.3. Риски и барьеры при выходе на Рынок

Таблица. Возможные риски, связанные с Рынком

Риски	Способы избежать рисков

Телефон: (495) 720-13-80
E-mail: info@marketanalitika.ru
www.marketanalitika.ru

Источник: ……

7.4. Перспективы развития Рынка

- ……..