|  |  |
| --- | --- |
| **Название отчета** | **РОССИЙСКИЙ РЫНОК туалетнойбумаги и другой бумажно-санитарной гигиенической продукции (тиссью) 2018 анализ рыночных показателей, импорта и экспорта, ценовой мониторинг (выпуск 8)** |
| Название компании-исполнителя | Маркетинговое Агентство Step by Step |
| Дата выхода отчета  | 15.01.2018 |
| Количество страниц | 172 стр. |
| Язык отчета | русский |
| Стоимость (руб.) | 50 000 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 бумажной санитарно-гигиенической продукции.**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

Описание типа исследования:Данный отчет написан по результатам кабинетного исследования. Кабинетное исследование представляет собой вид качественного маркетингового исследования, направленного на поиск и анализ данных, содержащихся в открытых источниках информации.**Выдержки из исследования:**…Наибольшую часть российского рынка бумажной санитарно-гигиенической продукции занимает туалетная бумага. Ее доля составляет …%. Последние несколько лет российское производство туалетной бумаги растет на …% в год. Аналитики рынка прогнозируют такой рост в течение еще нескольких лет. Объем производства бумажных салфеток снизился на …% в 2-17 году после резкого скачка производства в 2016 году.Основное количество производственных мощностей по выпуску бумажной санитарно-гигиенической продукции находится в Центральном, Северо-Западном и Приволжском федеральных округах.Во внешней торговле наблюдаются следующие тенденции:* ….

Среди производителей лидируют компании … («…..» – …%) и «…» («….» и «…» – ….%). ОАО «….» занимает ….% долю рынка с брендами «….» и «….», деля третье место с «….»\*. Доля частных торговых марок составляет почти …. часть рынка, что усиливает степень конкуренции. В европейских странах доля частных марок в категории СГИ достигает …%, поэтому можно прогнозировать дальнейшее увеличение доли частных марок на российском рынке СГИ.В результате конкурентного анализа было выявлено, что почти все производители стремятся к наращиванию, модернизации оборудования и увеличению производства, так как на рынке существует тенденция к росту нормы потребления бумажной санитарно-гигиенической продукции.В то же время компании сетуют на неразвитость дилерских сетей и необходимости развития каналов сбыта.Практические все основные категории бумажных санитарно-гигиенических изделий, и особенно туалетная бумага, являются предметом повседневного спроса. Потребность в данной продукции есть и будет постоянно. Именно поэтому большое число как иностранных, так и российских производителей стремятся увеличивать долю своего присутствия среди конкурентов, выделяясь среди них путем привнесения новизны в давно существующие решения.….. |
| Подробное оглавление/содержание отчета |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1 | **Содержание** |  |
| 2 | **Введение** | **6** |
| 3 | **Методологическая часть** | **7** |
|  | 3.1 | *Описание типа исследования* | *7* |
|  | 3.2 | *Объект исследования* | *7* |
|  | 3.3 | *Цели и задачи исследования* | *7* |
|  | 3.4 | *География исследования* | *7* |
|  | 3.5 | *Время проведения исследования* | *7* |
|  | 3.6 | *Методы сбора данных* | *8* |
| 4 | **Макроэкономические факторы, влияющие на Рынок** | **9** |
|  | 4.1 | *Общая экономическая ситуация* | *9* |
| 5 | **Влияющие рынки** | **17** |
|  | 5.1 | *Рынок древесной массы как часть целлюлозно-бумажного производства России* | *17* |
|  |  | 5.1.1 | Классификация древесной массы | 17 |
|  |  | 5.1.2 | Производство древесной массы | 18 |
|  |  | 5.1.3 | Ситуация в целлюлозно-бумажной промышленности | 20 |
|  | 5.2 | *Рынок макулатуры России* | *23* |
|  |  | 5.2.1 | Этапы переработки макулатуры | 24 |
|  |  | 5.2.2 | Основные тенденции рынка переработки макулатуры в России | 25 |
|  |  | 5.2.3 | Динамика цен | 27 |
|  |  | 5.2.4 | Динамика производства и потребления макулатуры | 27 |
|  | 5.3 | *Описание смежных рынков* | *28* |
|  |  | 5.3.1 | Рынок перевязочных средств | 29 |
| 6 | **Сегментация рынка бумажной санитарно-гигиенической продукции** | **34** |
|  | 6.1 | *Определение продукции* | *34* |
|  | 6.2 | *Сегментирование продукции по основным наименованиям* | *36* |
|  | 6.3 | *Сегментирование по слойности* | *38* |
|  | 6.4 | *Сегментирование по типу сложения* | *38* |
|  |  | 6.4.1 | Туалетная бумага | 39 |
|  |  | 6.4.2 | Салфетки бумажные | 42 |
|  |  | 6.4.3 | Носовые платки | 43 |
|  |  | 6.4.4 | Бумажные полотенца | 43 |
|  |  | 6.4.5 | Бумажная скатерть | 44 |
|  | 6.5 | *Сегментирование Продукции по применяемым технологиям* | *45* |
|  | 6.6 | *Сегментирование Продукции по использованию различными сегментами потребителей* | *45* |
|  | 6.7 | *Сегментирование Продукции по видам упаковки* | *46* |
|  | 6.8 | *Основные принципы ценообразования* | *46* |
|  | 6.9 | *Динамика цен на продукт* | *47* |
|  | 6.10 | *Ценовое сегментирование Продукции* | *48* |
|  | 6.11 | *Туалетная бумага* | *48* |
|  | 6.12 | *Бумажные салфетки* | *58* |
|  | 6.13 | *Бумажные полотенца* | *64* |
|  | 6.14 | *Бумажные платочки* | *68* |
|  | 6.15 | *Тенденции в различных сегментах Продукции* | *72* |
| 7 | **Основные количественные характеристики Рынка** | **74** |
|  | 7.1 | *Объем и емкость Рынка* | *74* |
|  |  | 7.1.1 | Объем Рынка | 74 |
|  |  | 7.1.2 | Емкость Рынка | 75 |
|  | 7.2 | *Объемы российского производства* | *75* |
|  | 7.3 | *Влияние сезонности на Рынок* | *79* |
| 8 | **Анализ внешней торговли** | **80** |
| 9 | **Структура внешней торговли** | 81 |
| 10 | **Импорт** | 81 |
| 11 | **Экспорт** | 87 |
|  |  | 11.1 | Основные тенденции во внешней торговле | 93 |
| 12 | **Сбытовая структура Рынка** | **94** |
|  | 12.1 | *Цепочка движения товара* | *94* |
|  | 12.2 | *Краткое описание основных сегментов участников Рынка* | *94* |
|  |  | 12.2.1 | Производители Продукции | 94 |
|  |  | 12.2.2 | Дистрибьюторы продукции и интернет-магазины | 99 |
|  |  | 12.2.3 | Розничный сектор | 101 |
| 13 | **Конкурентный анализ** | **102** |
|  |  | 13.1.1 | Основные производители. Описание профилей крупнейших компаний | 102 |
|  |  | 13.1.2 | ООО «ЭсСиЭй Хайджин продактс Раша» (Svenska Cellulosa Aktiebolaget) | 102 |
|  |  | 13.1.3 | ОАО «Сыктывкар Тиссью групп» | 107 |
|  |  | 13.1.4 | ОАО «Сясьский целлюлозно-бумажный комбинат» | 113 |
|  |  | 13.1.5 | ООО "ХАЯТ КИМЬЯ" (HAYAT KIMYA) | 117 |
|  |  | 13.1.6 | ЗАОР "НП Нч КБК им.С.П.Титова" | 120 |
|  |  | 13.1.7 | Основные параметры конкуренции между крупными производителями | 123 |
|  |  | 13.1.8 | Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими производителями | 126 |
| 14 | **Конкуренция между оптовыми компаниями** | **127** |
|  | 14.1 | *Сравнительная характеристика оптовых игроков рынка* | *127* |
|  | 14.2 | *Сравнительная характеристика интернет-игроков рынка* | *130* |
|  |  | 14.2.1 | Тенденции в направлении конкуренции между оптовыми компаниями и интернет-магазинами | 134 |
|  | 14.3 | *Конкуренция между крупнейшими компаниями розничного сектора* | *135* |
|  |  | 14.3.1 | Основные розничные компании рынка | 135 |
| 15 | **Основные параметры конкуренции** | 135 |
| 16 | **Описание профилей крупнейших компаний** | 137 |
| 17 | **Сравнительная характеристика основных розничных компаний на рынке** | 146 |
|  |  | 17.1.1 | Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими предприятиями розничного сектора | 153 |
| 18 | **Анализ потребителей** | **155** |
|  | 18.1 | *Описание потребителей* | *155* |
|  | 18.2 | *Потребительские предпочтения на Рынке (сегмент B2C)* | *155* |
| 19 | **Эластичность спроса** | **166** |
|  | 19.1.1 | *Основные тенденции в потребительском сегменте* | *167* |
| 20 | **Обобщающие выводы по отчету** | **168** |
|  | 20.1 | *STEP-анализ Рынка* | *168* |
|  | 20.2 | *Факторы, благоприятствующие развитию Рынка* | *169* |
|  | 20.3 | *Сдерживающие факторы Рынка* | *169* |
|  | 20.4 | *Анализ рисков* | *169* |
|  | 20.5 | *Выводы* | *171* |

 |
| Количество и названия таблиц, диаграмм, графиков | Диаграмма 1. Динамика ВВП в текущих ценах, 2014-2016 гг. и 2017 – 2019 гг прогноз, трлн. руб.Диаграмма 2. Темпы роста промышленного производства, 2011-2017 гг. (прогноз), %Диаграмма 3. Динамика объема инвестиций в основной капитал, 2010-2016 гг., трлн руб., %Диаграмма 4. Инфляция в 2011-2017 гг. (прогноз), %Диаграмма 5. Динамика оборота розничной торговли, 2011-2016 гг. и 9 мес. 2017 г., трлн руб.Диаграмма 6. Среднедушевые денежные доходы населения 2011 – 2016 гг., руб.Диаграмма 7. Среднедушевые денежные доходы населения январь-сентябрь 2017г. и прогноз до конца года, руб.Диаграмма 8. Производство массы древесной, получаемой механическим способом; полуцеллюлозы древесной; целлюлозы из прочих волокнистых материалов, кроме древесины с 2010 г. по 2016 г. (оперативные данные в соответствии с ОКПД), тыс. тоннДиаграмма 9. Динамика потребления макулатуры в РФ в 2010-2016 годах (тыс. тонн)Диаграмма 10. Производство ваты в натуральном выражении с 2012 г. по 2016 г., тоннДиаграмма 11. Производство ваты, марли и аналогичных изделий, пропитанных или покрытых лекарственными средствами или расфасованными в формы или упаковки для розничной продажи, в натуральном выражении с 2012 г. по 2016 г. (оперативные данные в соответствии с ОКПД), млн. уп.Диаграмма 12. Структура российского рынка тиссью 2016г., %Диаграмма 13. Структура рынка туалетной бумаги в соответствии с количеством слоев 2016г., %Диаграмма 14. Средние потребительские цены на санитарно-гигиенические изделия на декабрь 2013 – 2017гг., руб.Диаграмма 15. Распределение цены за 1 м туалетной бумаги в рамках товарно-ценового мониторинга (по возрастанию), руб.Диаграмма 16. Соотношение предложения в категории «туалетная бумага» по ценовым сегментам в рамках товарно-ценового мониторинга, % от объема предложенияДиаграмма 17. Распределение цены за 100 шт. салфеток в рамах товарно-ценового мониторинга (по возрастанию), руб.Диаграмма 18. Соотношение предложения в категории «салфетки» по ценовым сегментам в рамках товарно-ценового мониторинга, % от объема предложенияДиаграмма 19. Распределение цены за 1 рулон бумажных полотенец в рамах товарно-ценового мониторинга (по возрастанию), руб.Диаграмма 20. Соотношение предложения в категории «бумажные полотенца» по ценовым сегментам в рамках товарно-ценового мониторинга, % от объема предложенияДиаграмма 21. Распределение цены за 10 шт. бумажных платочков (1 упаковка) в рамах товарно-ценового мониторинга (по возрастанию), руб.Диаграмма 22. Соотношение предложения в категории «бумажные платочки» по ценовым сегментам в рамках товарно-ценового мониторинга, % от объема предложенияДиаграмма 23. Объем и темпы роста рынка бумажных санитарно-гигиенических изделий с 2012-2022 (прогноз), тыс. тон, %Диаграмма 24. Производство бумаги туалетной в натуральном выражении с 2010 г. по 2017 г. (оперативные данные в соответствии с ОКПД), млн. рул.Диаграмма 25. Производство туалетной бумаги по федеральным округам РФ, %Диаграмма 26. Производство салфеток бумажных для стола в натуральном выражении с 2010 г. по 2017 г. (оперативные данные в соответствии с ОКПД), млн. шт. (пачек)Диаграмма 27. Производство салфеток бумажных для стола по федеральным округам РФ, %Диаграмма 28. Основные страны-импортеры бумажной санитарно-гигиенической продукции в 2016 г. в натуральном выражении, %Диаграмма 29. Основные страны-производители бумажной санитарно-гигиенической продукции, 2016г. в натуральном выражении, %Диаграмма 30. Основные компании-производители импорта, 2016 г. в натуральном выражении, %Диаграмма 31. Основные импортируемые категории продукции в 2016 г. в натуральном выражении, %Диаграмма 32. Основные страны назначения российского экспорта бумажной санитарно-гигиенической продукции, 2016г. в натуральном выражении, %Диаграмма 33. Основные страны-производители экспорта бумажной санитарно-гигиенической продукции, 2016г.Диаграмма 34. Основные компании-производители экспорта, 2016 г. в натуральном выражении, %Диаграмма 35. Основные экспортируемые категории продукции в 2015 г. в натуральном выражении, %Диаграмма 36. Доли производителей на рынке туалетной бумаги (Санкт-Петербург), 2016г., %Диаграмма 37. ТОП-10 российских производителей тиссью по установленной мощности (2015), %Диаграмма 38.Каналы продаж средств по уходу за собой, 2017 г., %Диаграмма 39. Распределение ответов на вопрос о важности критериев при выборе продукции тиссью, %Диаграмма 40. Распределение ответов на вопрос о важности критериев при выборе продукции тиссью в разрезе «мужчины-женщины», %Диаграмма 41. Распределение ответов на вопрос о цене, по которой покупают салфетки (пачка 50 шт.), %Диаграмма 42. Распределение ответов на вопрос о цене, по которой покупают салфетки (пачка 50 шт.) в разрезе «мужчины – женщины», %Диаграмма 43. Распределение ответов на вопрос о цене, по которой покупают салфетки (пачка 50 шт.) по возрастам, %Диаграмма 44. Распределение ответов на вопрос о цене, по которой покупают туалетную бумагу (упаковка из 4 рулонов), %Диаграмма 45. Распределение ответов на вопрос о цене, по которой покупают туалетную бумагу (упаковка из 4 рулонов) в разрезе «мужчины – женщины», %Диаграмма 46. Распределение ответов на вопрос о цене, по которой покупают туалетную бумагу (упаковка из 4 рулонов) по возрастам, %Диаграмма 47. Распределение ответов на вопрос о объеме использования туалетной бумаги на семью за месяц, %Диаграмма 48. Распределение ответов на вопрос о знании марок продукции тиссью, %Диаграмма 49. Распределение ответов на вопрос о знании марок продукции тиссью в разрезе «мужчины-женщины», %Диаграмма 50. Распределение участников исследования по потреблению тиссью по полу, %Диаграмма 51. Распределение участников исследования по потреблению тиссью по возрасту, %Таблица 1. Код ОКВЭД для производства древесной массыТаблица 2. Объемы производства основной продукции целлюлозно-бумажной отрасли России по итогам 2017 годаТаблица 3. Марки макулатуры согласно ГОСТТаблица 4. Объем производства ваты и перевязочных средств для розничной продажи 2012-2016 гг.Таблица 5. Место бумажной санитарно-гигиенической продукции в классификаторе ОКВЭДТаблица 6. Коды бумажной санитарно-гигиенической продукции в классификаторе ОКВЭДТаблица 7. Сравнительная характеристика качественной и некачественной туалетной бумагиТаблица 8. Схематическое распределение продуктовых сегментов рынка по категориям потребления B2C и B2BТаблица 9. Данные товарно-ценового мониторинга розничных-интернет ресурсов по туалетной бумагеТаблица 10. Данные товарно-ценового мониторинга розничных-интернет ресурсов по бумажным салфеткамТаблица 11. Данные товарно-ценового мониторинга розничных-интернет ресурсов по бумажным полотенцамТаблица 12. Данные товарно-ценового мониторинга розничных-интернет ресурсов по бумажным платочкамТаблица 13. Таможенные коды продукцииТаблица 14. Объем импорта и экспорта в 2016 г.Таблица 15. Основные страны-импортеры бумажной санитарно-гигиенической продукции в 2016 г.Таблица 16. Основные страны-производители бумажной санитарно-гигиенической продукции, 2016г.Таблица 17. Основные компании-производители импорта, 2016 г.Таблица 18. Основные импортируемые категории продукции в 2016 г.Таблица 19. Основные страны назначения российского экспорта бумажной санитарно-гигиенической продукции, 2016г.Таблица 20. Основные страны-производители экспорта бумажной санитарно-гигиенической продукции, 2016 г.Таблица 21. Основные компании-производители экспорта, 2016г.Таблица 22. Основные экспортируемые категории продукции в 2016 г.Таблица 23. Производственные показатели крупнейших производителей СГИ, 2018г.Таблица 24. Выручка и прибыль ООО " ЭсСиЭй Хайджин Продактс Раша " по годамТаблица 25. Выручка и прибыль ОАО "СТГ" по годамТаблица 26. Выручка и прибыль ОАО "Сясьский ЦБК " по годамТаблица 27. Выручка и прибыль ООО "ХАЯТ КИМЬЯ" по годамТаблица 28. Выручка и прибыль ЗАОр "НП НЧ КБК им.С.П.Титова" по годамТаблица 29. Сравнительная характеристика игроков рынка по основным параметрамТаблица 30. Сравнительная характеристика оптовых игроков рынка по основным параметрамТаблица 31. Сравнительная характеристика интернет-игроков рынка по основным параметрамТаблица 32. Основные розничные торговые точкиТаблица 33. Анализ параметров конкуренции основных розничных сетейТаблица 34. Анализ параметров конкуренции основных розничных сетей по формату магазиновТаблица 35. Сравнительная характеристика основных компаний розничного сектора на рынкеТаблица 36. Распределение ответов на вопрос о важности критериев при выборе продукции тиссью в разрезе возрастов, %Таблица 37. Распределение ответов на вопрос о знании марок продукции тиссью в разрезе возрастов, %Таблица 38. STEP-анализ рынка бумажных санитарно-гигиенических изделийТаблица 39. Возможные риски, связанные с рынком бумажных санитарно-гигиенических изделийСхема 1. Классификация санитарно-гигиенических средствСхема 2. Схема ценообразования на рынке БСГСхема 3. Цепочка движения продукции БСГ изделий на рынке |
| Способ предоставления отчета (в электронном / печатном виде/ оба) | В печатном/ электронном формате |
| Название файла (если отчет предоставлен в электронном виде) | ГИ БСГИ 2018.pdf |

[Маркетинговое Агентство Step by Step](http://www.step-by-step.ru/) **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](http://www.step-by-step.ru/) 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](http://www.step-by-step.ru/) 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](http://www.step-by-step.ru/) – член **Национальной гильдии профессиональных консультантов, Гильдии маркетологов**, **Международной ассоциации ESOMAR.**