

# РОССИЙСКИЙ РЫНОК БЫТОВОЙ ХИМИИ ВЫПУСК 3

**ДЕМОНСТРАЦИОННАЯ ВЕРСИЯ**

Данное исследование подготовлено MA Step by Step исключительно в информационных целях. Информация, представленная в исследовании, получена из открытых источников или собрана с помощью маркетинговых инструментов. MA 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. MA 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 MA Step by Step.

**Дата выпуска отчета:  
сентябрь 2010 г.**

**г. Москва**

**STEP BY STEP**



<b>Содержание</b>	
<b>Аннотация.....</b>	<b>4</b>
<b>Полное содержание исследования.....</b>	<b>5</b>
<i>Список диаграмм.....</i>	<i>8</i>
<i>Список таблиц.....</i>	<i>9</i>
<i>Список схем.....</i>	<i>9</i>
<i>Список приложений.....</i>	<i>9</i>
<b>Выдержки из исследования.....</b>	<b>10</b>
<b>Описание отрасли.....</b>	<b>11</b>
<i>Рынок косметики и парфюмерии.....</i>	<i>11</i>
Сегментация Рынка.....	11
Объемы рынка.....	11
<b>Описание влияющих Рынков.....</b>	<b>12</b>
<i>Рынок упаковки.....</i>	<i>12</i>
<i>Государственная политика.....</i>	<i>12</i>
<b>Сегментация рынка.....</b>	<b>13</b>
<i>Определение продукции.....</i>	<i>13</i>
<b>Основные количественные характеристики Рынка.....</b>	<b>14</b>
<i>Объемы Рынка.....</i>	<i>14</i>
Объем рынка в натуральном выражении.....	14
Объем Рынка в денежном выражении.....	14
<i>Объемы российского производства.....</i>	<i>14</i>
<b>Сбытовая структура Рынка.....</b>	<b>17</b>
<i>Цепочка движения товара.....</i>	<i>17</i>
<i>Краткое описание основных сегментов участников Рынка.....</i>	<i>17</i>
Производители Продукции.....	17
Дистрибьюторы продукции.....	17
Розничный сектор.....	17

Наценка оптовых компаний/посредников .....	17
<b>Конкурентный анализ.....</b>	<b>18</b>
<i>Основные компании-производители .....</i>	<i>18</i>
<i>Основные параметры конкуренции .....</i>	<i>18</i>
<i>Сравнительная характеристика компаний-производителей .....</i>	<i>18</i>
<b>Анализ потребителей.....</b>	<b>19</b>
<i>Описание потребителей.....</i>	<i>19</i>
<b>Обобщающие выводы по отчету .....</b>	<b>20</b>
<i>Факторы, влияющие на развитие Рынка.....</i>	<i>20</i>
STEP–анализ факторов, влияющих на Рынок.....	20
Риски, связанные с Рынком, способы избежать рисков.....	20
<i>Основные тенденции рынка.....</i>	<i>21</i>
<i>Ситуация на рынке и прогнозы развития.....</i>	<i>21</i>
<b>Общие выводы по отчету .....</b>	<b>22</b>
<b>Список приложений .....</b>	<b>23</b>
<i>Приложение 1. Изменение цен на продукцию Unilever.....</i>	<i>23</i>
<i>Приложение 2. Изменение цен на продукцию Procter&amp;Gamble .....</i>	<i>23</i>
<i>Приложение 3. Проект технического регламента "О безопасности синтетических моющих средств и товаров бытовой химии".....</i>	<i>23</i>
<i>Приложение 4. Проект технического регламента "О безопасности химической продукции, процессов ее хранения, перевозки, реализации, применения и утилизации".....</i>	<i>23</i>

## АННОТАЦИЯ

Цель исследования: **анализ текущей ситуации на рынке бытовой химии в России.**

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

**Кол-во страниц:** 98 стр.

**Язык отчета:** русский

**Отчет содержит:** 19 диаграмм, 11 таблиц, 1 схема, 4 приложения

## ПОЛНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

1	<b>Содержание</b>		
2	<b>Введение</b>		<b>6</b>
3	<b>Методологическая часть</b>		<b>7</b>
	3.1	<i>Описание типа исследования</i>	7
	3.2	<i>Объект исследования</i>	7
	3.3	<i>Цели и задачи исследования</i>	7
	3.4	<i>География исследования</i>	7
	3.5	<i>Время проведения исследования</i>	7
	3.6	<i>Методы сбора данных</i>	7
4	<b>Макроэкономические факторы, влияющие на Рынок</b>		<b>9</b>
	4.1	<i>Общая экономическая ситуация</i>	9
		4.1.1 <i>Динамика валового внутреннего продукта</i>	9
		4.1.2 <i>Промышленное производство</i>	10
		4.1.3 <i>Уровень инфляции</i>	12
		4.1.4 <i>Уровень доходов населения</i>	12
		4.1.5 <i>Оборот розничной торговли</i>	13
5	<b>Описание отрасли</b>		<b>14</b>
	5.1	<i>Рынок косметики и парфюмерии</i>	14
		5.1.1 <i>Сегментация Рынка</i>	14
		5.1.2 <i>Объемы рынка</i>	15
		5.1.3 <i>Основные игроки</i>	16
		5.1.4 <i>Потребители</i>	17
6	<b>Описание влияющих Рынков</b>		<b>20</b>
	6.1	<i>Рынок упаковки</i>	20
		6.1.1 <i>Сегментация. Определение товара.</i>	20
		6.1.2 <i>География рынка</i>	21
		6.1.3 <i>Особенности производства</i>	22
		6.1.4 <i>Основные тенденции упаковочной отрасли</i>	25
	6.2	<i>Государственная политика</i>	26
		6.2.1 <i>Общие правила</i>	27
		6.2.2 <i>Процедура подтверждения соответствия</i>	28
7	<b>Сегментация рынка</b>		<b>32</b>
	7.1	<i>Определение продукции</i>	32
	7.2	<i>Структура рынка бытовой химии</i>	33
		7.2.1 <i>Синтетические моющие средства</i>	33

		7.2.2	Чистящие средства	35
	7.3	<i>Сегментация рынка бытовой химии</i>		36
		7.3.1	Сегментирование Продукции по технологии производства	36
		7.3.2	Сегментирование Продукции по видам упаковки	37
	7.4	<i>Ценовое сегментирование Продукции</i>		38
8	<b>Основные количественные характеристики Рынка</b>			<b>39</b>
	8.1	<i>Объемы Рынка</i>		39
		8.1.1	Объем рынка в натуральном выражении	39
		8.1.2	Объем Рынка в денежном выражении	39
	8.2	<i>Объемы российского производства</i>		40
	8.3	<i>Темпы роста Рынка</i>		42
	8.4	<i>Влияние сезонности на Рынок</i>		43
9	<b>Сбытовая структура Рынка</b>			<b>44</b>
	9.1	<i>Цепочка движения товара</i>		44
	9.2	<i>Краткое описание основных сегментов участников Рынка</i>		44
		9.2.1	Производители Продукции	44
		9.2.2	Дистрибьюторы продукции	47
		9.2.3	Розничный сектор	48
	9.3	<i>Основные принципы ценообразования</i>		48
		9.3.1	Наценка производителя	48
		9.3.2	Наценка оптовых компаний/посредников	49
		9.3.3	Наценка розницы	50
		9.3.4	Особенности ценообразования во время кризиса	50
10	<b>Конкурентный анализ</b>			<b>53</b>
	10.1	<i>Основные компании-производители</i>		53
		10.1.1	Основные параметры конкуренции	53
		10.1.2	Описание профилей крупнейших компаний-производителей	53
		10.1.3	Сравнительная характеристика компаний-производителей	56
		10.1.4	Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими производителями	59
		<i>Конкуренция между крупнейшими компаниями розничного сектора</i>		59
11	<b>Анализ потребителей</b>			<b>62</b>

1				
	11.1	<i>Описание потребителей</i>		62
		11.1.1	Уровень потребления	62
	11.2	<i>Сегментация потребителей с описанием и количественной оценкой сегментов</i>		62
		11.2.1	B2C рынки	62
		11.2.2	B2B рынки	63
	11.3	<i>Структура потребления Продукции</i>		64
		11.3.1	Используемые средства	64
		11.3.2	Используемые марки	65
		11.3.3	Мотивации и потребительское поведение	66
		11.3.4	Выбор потребителей	67
		11.3.5	Факторы, влияющие на выбор ТБХ	67
1	2	<b>Обобщающие выводы по отчету</b>		<b>69</b>
		12.1	<i>Факторы, влияющие на развитие Рынка</i>	69
		12.1.1	STEP-анализ факторов, влияющих на Рынок	69
		12.1.2	Риски, связанные с Рынком, способы избежать рисков	70
		12.2.	<i>Основные тенденции рынка</i>	71
		12.2.	<i>Ситуация на рынке и прогнозы развития</i>	72
1	3	<b>Общие выводы по отчету</b>		<b>74</b>
1	4	<b>Список приложений</b>		<b>75</b>
		14.1	<i>Приложение 1. Изменение цен на продукцию Unilever</i>	75
		14.2	<i>Приложение 2. Изменение цен на продукцию Procter&amp;Gamble</i>	76
		14.3	<i>Приложение 3. Проект технического регламента "О безопасности синтетических моющих средств и товаров бытовой химии"</i>	76
		14.3.1	Приложение 1. Синтетические моющие средства и товары бытовой химии в соответствии с Общероссийским классификатором продукции	83
		14.3.2	Приложение 2. Перечни ингредиентов и сведения о количественном и качественном составе синтетических моющих средств и товаров бытовой химии, которые обязательно включают в информацию для приобретателя	83

	14.3.3	Приложение 3. Предельно-допустимые значения показателей безопасности синтетических моющих средств и товаров бытовой химии	84
	14.3.4	Приложение 4. Минимальные требования к составу, содержанию и форме информации, включаемой в соответствующие разделы паспорта безопасности	85
14.4		<i>Приложение 4. Проект технического регламента "О безопасности химической продукции, процессов ее хранения, перевозки, реализации, применения и утилизации"</i>	86

## СПИСОК ДИАГРАММ

Диаграмма 1. Динамика изменения объема ВВП, 2004 – II кв. 2010 гг., млрд. руб.

Диаграмма 2. Динамика изменения индекса промышленного производства, 2008 - 2010 гг., % к соответствующему периоду предыдущего года

Диаграмма 3. Уровень инфляции 2003 – 2010 (прогноз) гг., %

Диаграмма 4. Доля в объеме продаж косметических средств, %

Диаграмма 5. Структура потребления косметики по брендам

Диаграмма 6. Структура производства бумажной и картонной упаковки на предприятиях, %

Диаграмма 7. Структура производства твердой пластиковой упаковки и мягких пленочных материалов для упаковки на предприятиях, %

Диаграмма 8. Структура рынка бытовой химии

Диаграмма 9. Структура рынка бытовой химии, %

Диаграмма 10. Структуры сегмента СМС

Диаграмма 11. Структура сегмента чистящих средств

Диаграмма 12. Темпы роста отдельных категорий ТБХ, 2009 год, %

Диаграмма 13. Доля иностранных компаний-производителей СМС на российском рынке, %

Диаграмма 14. Доля компаний-производителей ТБХ, %

Диаграмма 15. Численность населения РФ, 2001-2009гг.

Диаграмма 16. Используемые моющие и чистящие средства по уходу за домом, %

Диаграмма 17. Используемые средства для стирки в хозяйстве, %

Диаграмма 18. Используемые марки моющих средств для стирки белья, %

Диаграмма 19. Факторы, влияющие на выбор ТБХ, %



## СПИСОК ТАБЛИЦ

Таблица 1. Продажа чистящих, моющих и полирующих средств, 2009, 1 пол. 2010, тыс. руб.

Таблица 2. Объемы производства ТБХ в натуральном выражении, 2005-2009гг

Таблица 3. Объемы производства ТБХ в натуральном выражении, I полугодие 2010 года

Таблица 4. Сравнительная характеристика игроков рынка по основным параметрам

Таблица 5. Сравнительная характеристика основных розничных сетей

Таблица 6. STEP-анализ рынка

Таблица 7. Возможные риски, связанные с Рынком

Таблица 8. Повышение цен на продукцию Unilever

Таблица 9. Повышение цен на продукцию Procter&Gamble

Таблица 10. Предельно-допустимые значения показателей безопасности синтетических моющих средств и товаров бытовой химии

Таблица 11. Минимальные требования к составу, содержанию и форме информации, включаемой в соответствующие разделы паспорта безопасности

## СПИСОК СХЕМ

Схема 1. Цепочка движения товара

## СПИСОК ПРИЛОЖЕНИЙ

Приложение 1. Изменение цен на продукцию Unilever

Приложение 2. Изменение цен на продукцию Procter&Gamble

Приложение 3. Проект технического регламента "О безопасности синтетических моющих средств и товаров бытовой химии"

Приложение 4. Проект технического регламента "О безопасности химической продукции, процессов ее хранения, перевозки, реализации, применения и утилизации"

## Маркетинговое Агентство Step by Step

г. Москва, ул. Николаямская, дом 29, 3 этаж  
Тел./ Факс (495) 915-39-69, 760-5073, [www.step-by-step.ru](http://www.step-by-step.ru)



### ВЫДЕРЖКИ ИЗ ИССЛЕДОВАНИЯ

## ОПИСАНИЕ ОТРАСЛИ

### РЫНОК КОСМЕТИКИ И ПАРФЮМЕРИИ

Рынок бытовой химии являются частью парфюмерно-косметического Рынка России.

...

Рынок парфюмерии и косметики считается одним из самых быстрорастущих в мире.

...

Высокий уровень жизни населения до недавнего времени позволял формировать производство высококачественной и дорогой косметики.

...

### СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА

Традиционно парфюмерно-косметический рынок делится на три части:

- Косметика
- Парфюмерия
- Средства личной гигиены

...

### ОБЪЕМЫ РЫНКА

В последние годы рынок ПКТ неуклонно рос. Исходя из тенденции последних пяти лет, можно предположить, что объем рынка в 2009 году составил порядка \$... млрд.

...

## ОПИСАНИЕ ВЛИЯЮЩИХ РЫНКОВ

### РЫНОК УПАКОВКИ

Сейчас упаковочный рынок России входит в десятку ведущих рынков мира. Количественный и качественный состав экспонентов постоянно повышается. Около ...% направлено на производство бытовой химии и косметики.

...

### ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОЛИТИКА

Рассмотрим, как происходит получение документов на продукцию бытовой химии, и каким образом подтверждается ее соответствие.

...



## СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА

### ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПРОДУКЦИИ

Современный российский рынок бытовой химии можно подразделить на два субрынка:

...

## ОСНОВНЫЕ КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РЫНКА

### ОБЪЕМЫ РЫНКА

#### ОБЪЕМ РЫНКА В НАТУРАЛЬНОМ ВЫРАЖЕНИИ

...

Отечественный рынок СМС эксперты ... оценивают в ... тыс. тонн в год. При этом мощности занятых в отрасли около ... отечественных крупных предприятий позволяют достичь такого объема производства.

...

#### ОБЪЕМ РЫНКА В ДЕНЕЖНОМ ВЫРАЖЕНИИ

...

Согласно данным Федеральной службы государственной статистики, по итогам 2009 года объем продаж синтетических чистящих, моющих и полирующих средств в России сократился в сопоставимых ценах на ...% и составил около ... млрд. руб.

...

**Таблица 1. Продажа чистящих, моющих и полирующих средств, 2009, 1 пол. 2010, тыс. руб.**

	2009	2010

...

### ОБЪЕМЫ РОССИЙСКОГО ПРОИЗВОДСТВА

...

В 2009 году сильно возросло производство ароматизирующих и дезодорирующих средств.

**Таблица 2. Объемы производства ТБХ в натуральном выражении, 2005-2009гг**

Наименование товара	2005	2006	Прирост, %	2007	Прирост, %	2008	Прирост, %	2009	Прирост, %

Источник: ...

**ТАБЛИЦА 3. ОБЪЕМЫ ПРОИЗВОДСТВА ТБХ В НАТУРАЛЬНОМ ВЫРАЖЕНИИ, I  
ПОЛУГОДИЕ 2010 ГОДА**

Наименование товара	I полугодие 2010 года

*Источник: ....*

...



## СБЫТОВАЯ СТРУКТУРА РЫНКА

### ЦЕПОЧКА ДВИЖЕНИЯ ТОВАРА

Товар на пути к потребителю может проходить несколько звеньев.

#### СХЕМА 1. ЦЕПОЧКА ДВИЖЕНИЯ ТОВАРА

...

## КРАТКОЕ ОПИСАНИЕ ОСНОВНЫХ СЕГМЕНТОВ УЧАСТНИКОВ РЫНКА

### ПРОИЗВОДИТЕЛИ ПРОДУКЦИИ

В структуре рынка средств бытовой химии около ... продукции принадлежит отечественным производителям и ...% - зарубежным.

...

### ДИСТРИБЬЮТОРЫ ПРОДУКЦИИ

Дистрибьюторы бытовой химии на российском рынке представлены в большом количестве. Крупные компании работают на национальном рынке, более мелкие – в определенных регионах. К наиболее крупным дистрибьюторским компаниям относятся:

...

### РОЗНИЧНЫЙ СЕКТОР

Гипермаркеты и супермаркеты остаются наиболее выгодным каналом сбыта для игроков рынка чистящих средств. Отмечается рост доли супермаркетов и специализированных хозяйственных магазинов в продажах категории чистящих средств и продолжающееся сокращение доли открытых рынков, хотя они по-прежнему остаются одним из основных каналов сбыта чистящих средств.

...

### НАЦЕНКА ОПТОВЫХ КОМПАНИЙ/ПОСРЕДНИКОВ

Соответственно оптовые компании также продают товар с наценкой, которая зависит от двух причин:

...

## КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ

### ОСНОВНЫЕ КОМПАНИИ-ПРОИЗВОДИТЕЛИ

#### ОСНОВНЫЕ ПАРАМЕТРЫ КОНКУРЕНЦИИ

Среди основных параметров конкуренции компаний производителей можно выделить:

...

#### СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА КОМПАНИЙ-ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ

Приведем данные в табличный вид.

...

## АНАЛИЗ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

### ОПИСАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Бытовая химия пользуется у населения устойчивым спросом. В связи с этим потребителей данного продукта можно разделить на две большие группы:

...

## ОБОБЩАЮЩИЕ ВЫВОДЫ ПО ОТЧЕТУ

### ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА РАЗВИТИЕ РЫНКА

#### СТЕП–АНАЛИЗ ФАКТОРОВ, ВЛИЯЮЩИХ НА РЫНОК

Для анализа факторов внешней среды, оказывающих влияние на развитие Рынка целесообразно воспользоваться методикой STEP-анализа. STEP – это аббревиатура названия факторов: социальных (**S** - social), технологических (**T** - technological), экономических (**E** - economic), политических (**P** - political). Эта методика анализа помогает сформулировать целостную, системную картину внешнего окружения при поэтапном движении от одного класса факторов к другому.

ТАБЛИЦА 4. STEP-АНАЛИЗ РЫНКА

Факторы внешней среды	Степень влияния факторов

*Источник: МА Step by Step*

...

#### РИСКИ, СВЯЗАННЫЕ С РЫНКОМ, СПОСОБЫ ИЗБЕЖАТЬ РИСКОВ

В бизнес-практике рассматривается большая типология рисков: политические, экономические, финансовые, производственно–технические, информационные, маркетинговые. Мы будем говорить в основном о маркетинговых рисках.

...

Маркетинговый риск - это риск убытков вследствие неверной стратегии или тактики на рынке сбыта.

...

ТАБЛИЦА 5. ВОЗМОЖНЫЕ РИСКИ, СВЯЗАННЫЕ С РЫНКОМ

Риски	Способы избежать рисков

Риски	Способы избежать рисков

*Источник: МА Step by Step*

## ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РЫНКА

На рынке чистящих средств наметилась тенденция постепенного замещения дешевых товаров более качественными. Производители делают акцент в продвижении на уникальные потребительские свойства продукции:

...

## СИТУАЦИЯ НА РЫНКЕ И ПРОГНОЗЫ РАЗВИТИЯ

...

---

## ОБЩИЕ ВЫВОДЫ ПО ОТЧЕТУ

...

## СПИСОК ПРИЛОЖЕНИЙ

### ПРИЛОЖЕНИЕ 1. ИЗМЕНЕНИЕ ЦЕН НА ПРОДУКЦИЮ UNILEVER

...

### ПРИЛОЖЕНИЕ 2. ИЗМЕНЕНИЕ ЦЕН НА ПРОДУКЦИЮ PROCTER&GAMBLE

...

### ПРИЛОЖЕНИЕ 3. ПРОЕКТ ТЕХНИЧЕСКОГО РЕГЛАМЕНТА "О БЕЗОПАСНОСТИ СИНТЕТИЧЕСКИХ МОЮЩИХ СРЕДСТВ И ТОВАРОВ БЫТОВОЙ ХИМИИ"

...

### ПРИЛОЖЕНИЕ 4. ПРОЕКТ ТЕХНИЧЕСКОГО РЕГЛАМЕНТА "О БЕЗОПАСНОСТИ ХИМИЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИИ, ПРОЦЕССОВ ЕЕ ХРАНЕНИЯ, ПЕРЕВОЗКИ, РЕАЛИЗАЦИИ, ПРИМЕНЕНИЯ И УТИЛИЗАЦИИ"

.....

По поводу приобретения готовых аналитических отчетов МА Step by Step обращайтесь к менеджерам отдела развития (e-mail: [info@step-by-step.ru](mailto:info@step-by-step.ru)) или по телефонам (495) 760-50-73, 8 (903) 240-00-88