

# АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОТЧЕТ ПО МАРКЕТИНГОВОМУ ИССЛЕДОВАНИЮ

## РОССИЙСКОГО РЫНКА КОСМЕТИКИ

### ДЕМОНСТРАЦИОННАЯ ВЕРСИЯ

**Дата выпуска отчета:  
апрель 2006 г.**

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.



**STEP BY STEP  
МАРКЕТИНГОВОЕ  
АГЕНТСТВО**

---

**ОГЛАВЛЕНИЕ ДЕМО - ВЕРСИИ**

<b>Аннотация .....</b>	<b>3</b>
Цель исследования.....	3
Описание исследования.....	3
<i>География исследования.....</i>	<i>3</i>
<i>Методы сбора информации .....</i>	<i>3</i>
<b>Полное содержание исследования .....</b>	<b>5</b>
<b>Список диграмм .....</b>	<b>7</b>
<b>Список таблиц .....</b>	<b>9</b>
<b>Выдержки из исследования.....</b>	<b>10</b>
Сегментирование косметики по основным видам .....	10
Основные страны-импортёры косметики .....	12

## АННОТАЦИЯ

### Цель исследования

Анализ российского рынка косметики

### ОПИСАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

В исследовании содержится информация следующего характера:

- Описана ситуация на российском рынке косметики
- Определен объем и темпы роста рынка косметики
- Описаны основные сегменты продукции рынка косметики и ценовые сегменты
- Определена сбытовая структура рынка, и описаны основные её участники
- Охарактеризованы альтернативные каналы дистрибьюции косметики
- Проанализировано российское производство косметики, его проблемы
- Описан импорт/экспорт косметики, тенденции в импорте/экспорте
- Проведён конкурентный анализ крупнейших участников рынка косметики
- Дан анализ потребителей косметики
- Рассмотрены основные тенденции российского рынка косметики

### ГЕОГРАФИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

Российская Федерация

### МЕТОДЫ СБОРА ИНФОРМАЦИИ

Кабинетное исследование.

**Исследование представляет интерес для:**

- производителей сырья для производства косметики
- производителей косметической продукции
- оптовых и розничных дистрибьюторов косметики
- компаний, планирующих стать частью рынка косметики
- инвестиционных, страховых, финансовых компаний



- консалтинговых, маркетинговых, рекламных агентств

**Кол-во страниц:** 152 стр.

**Язык отчета:** русский

**Отчет содержит:** 30 диаграмм, 9 таблиц.

## ПОЛНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Введение

Методологическая часть

Описание типа исследования

Объект исследования

Цели и задачи исследования

География исследования

Время проведения исследования

Методы сбора данных

Макроэкономические факторы, влияющие на российский рынок косметики

Описание российского парфюмерно-косметического рынка

Сегментация и структура рынка косметики по основным видам

Сегментирование косметики по основным видам

Ценовое сегментирование косметики

Основные количественные характеристики рынка косметики

Объём рынка

Темпы роста рынка

Сбытовая структура рынка

Цепочка движения товара

Краткое описание основных сегментов участников рынка

Альтернативные каналы дистрибьюции

Основные принципы ценообразования

Объёмы российского производства, импорта и экспорта косметики

Импорт продукции

Российское производство

Экспорт продукции

Основные тенденции в структуре импорта-экспорта

Конкурентный анализ

Конкуренция между крупнейшими производителями косметики

Конкуренция между крупнейшими дистрибьюторами и оптовыми компаниями

Конкуренция между крупнейшими компаниями розничного сектора

Анализ потребителей

Описание потребителей

B2C рынки

B2B рынки

Сравнительное резюме по обоим рынкам

Потребительские предпочтения по: видам, маркам косметики

Потребительские мотивации и поведение при покупке косметики

Зависимость спроса на косметику от различных характеристик потребителя.

Эластичность спроса

Медиа-предпочтения потребителей (отношение к источникам и формам рекламы косметики)

Обобщающие выводы и рекомендации

Факторы, благоприятствующие развитию рынка

Сдерживающие факторы рынка

Инвестиционная привлекательность/пустующие ниши на рынке

Тенденции рынка

Общие выводы по отчёту

Приложение 1. Страны и компании-импортёры

Приложение 2. Страны и компании-экспортёры

## СПИСОК ДИГРАММ

Диаграмма 1. Динамика объёмов российского парфюмерно-косметического рынка в 1993-2004 гг., \$ млрд

Диаграмма 2. Соотношение объёмов российского, европейского и мирового рынков косметики и парфюмерии в 2003 г.

Диаграмма 3. Структура рынка косметических средств по уходу, %

Диаграмма 4. Объём рынка косметики в некоторых европейских странах, млрд евро в год

Диаграмма 5. Доля розничных продаж различных секторов рынка косметики в общем объёме продаж в 2004-2005 гг., %

Диаграмма 6. Рост расходов российских женщин в возрасте 15-64 лет на косметику, долл. США

Диаграмма 7. Соотношение иностранных и отечественных производителей сырья на российском рынке косметики, %

Диаграмма 8. Лидеры российского рынка косметики, %

Диаграмма 9. Соотношение иностранных и российских производителей косметики, %

Диаграмма 10. Доля компаний прямых продаж в различных секторах рынка косметики, %

Диаграмма 11. Наиболее популярные косметические средства, приобретаемые в аптеках, %

Диаграмма 12. Доли основных стран-импортёров косметики в общей структуре импорта в % в денежном выражении

Диаграмма 13. Доли основных стран-импортёров косметики в общей структуре импорта в % по количеству сделок

Диаграмма 14. Доли основных компаний-импортёров косметики в общей структуре импорта в % в денежном выражении

Диаграмма 15. Доли основных компаний-импортёров косметики в общей структуре импорта в % по количеству сделок

Диаграмма 16. Доли основных стран-экспортёров косметики в общей структуре экспорта в % в денежном выражении

Диаграмма 17. Доли основных стран-экспортёров косметики в общей структуре экспорта в % по количеству сделок

Диаграмма 18. . Доли основных компаний-экспортёров косметики в общей структуре экспорта в % в денежном выражении

Диаграмма 19. Доли основных компаний-экспортёров косметики в общей структуре экспорта в % по количеству сделок

Диаграмма 20. Доли импорта и экспорта косметики в общей структуре в % в денежном выражении

Диаграмма 21. Доли импорта и экспорта косметики в общей структуре в % по количеству сделок

Диаграмма 22. Насыщенность московского рынка парфюмерно-косметическими магазинами (наиболее заметные игроки), количество магазинов

Диаграмма 23. Доля российских женщин-потребителей декоративной косметики, %

Диаграмма 24. Доля россиян-потребителей косметики по уходу за кожей, %

Диаграмма 25. Структура потребления косметики за 2003 год, %

Диаграмма 26. Расходы на приобретение косметики в год в различных странах, долл. США

Диаграмм 27. Доля женщин, регулярно красящих губы, в различных странах, %

Диаграмма 28. Осведомлённость российских потребителей косметики о марках (наиболее частые упоминания), %

Диаграмма 29. Покупка косметики женщинами и мужчинами, %

Диаграмма 30. Доверие к источникам информации при выборе косметики, %



## СПИСОК ТАБЛИЦ

Таблица 1. Объем розничных продаж косметики в России по секторам в 2004-2005 гг., млн долл. США

Таблица 2. Потребление косметики по некоторым секторам, % от общего числа россиян

Таблица 3. Конкурентные преимущества и сравнительная динамика различных каналов сбыта косметики

Таблица 4. Сравнительная характеристика крупнейших производителей косметики по основным параметрам

Таблица 5. Сравнительная характеристика крупнейших дистрибьюторов косметики по основным параметрам

Таблица 6. Сравнительные характеристика парфюмерно-косметических сетей

Таблица 7. Сравнительная характеристика крупнейших розничных компаний по основным параметрам

Таблица 8. Использование видов декоративной косметики, % от населения

Таблица 9. Предпочтения марок декоративной косметики, % от населения

## ВЫДЕРЖКИ ИЗ ИССЛЕДОВАНИЯ

### Сегментирование косметики по основным видам

Основные товарные сегменты российского рынка косметики:

- ü Сегмент декоративной косметики;
- ü Сегмент средств ухода за кожей;
- ü Сегмент средств ухода за волосами;
- ü Сегмент солнцезащитной косметики.

К вышеперечисленным основным товарным сегментам российского рынка косметики можно добавить ещё **три перспективных «демографических» сегмента**, а именно:

- ü Сегмент мужской косметики;
- ü Сегмент детской косметики;
- ü Сегмент антивозрастной косметики.

### Краткая характеристика сегментов

**Сегмент декоративной косметики** включает такие средства как помада, пудра, тональный крем, тушь для ресниц, лак для ногтей и т.д.

Особенности сегмента:

- **Целевую группу потребительниц**, регулярно покупающих декоративную косметику составляют 12% российских женщин. Наиболее активными из них являются женщины 20-34 лет, более трети которых совершают регулярные покупки.
- Декоративная косметика является **наиболее трудным сегментом рынка косметики для продвижения**, потому что лояльность покупателя к той или иной марке довольно низкая. Так, всего 5% российских потребительниц



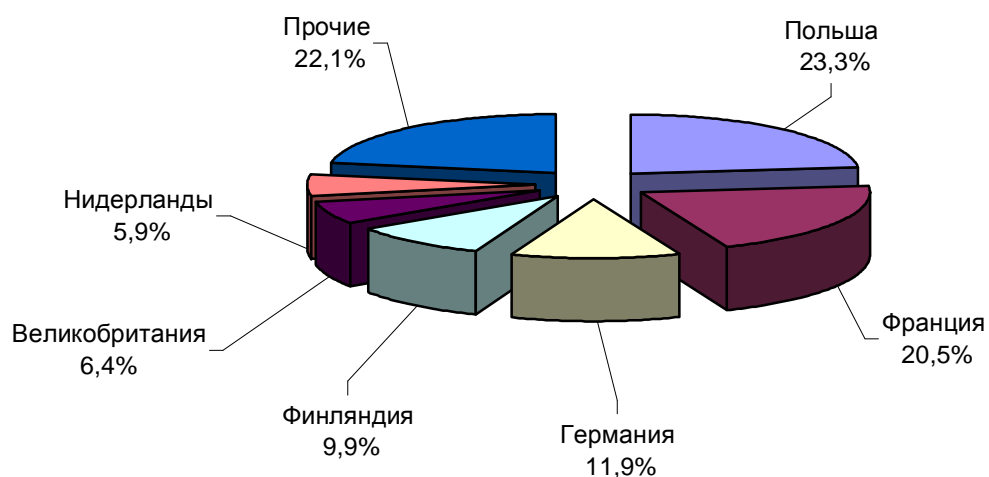
предпочитают пользоваться одной маркой, а остальные покупают продукты как минимум пяти разных марок.

- Декоративная косметика чаще других попадает в разряд так называемых импульсивных покупок, когда решение принимается под воздействием промо-, POS-материалов или рекомендации консультанта на местах продаж. Поэтому **реклама и маркетинговые мероприятия играют ключевую роль в данном сегменте.**

## ОСНОВНЫЕ СТРАНЫ-ИМПОРТЁРЫ КОСМЕТИКИ

Больше всего косметики в стоимостном выражении было ввезено из Польши (\$105,9 млн.), Франции (\$93,4 млн.) и Германии (\$54,2 млн.). Доли от всего объема импорта: 23,3%, 20,5% и 11,9% соответственно.

### ДИАГРАММА 12. ДОЛИ ОСНОВНЫХ СТРАН-ИМПОРТЁРОВ КОСМЕТИКИ В ОБЩЕЙ СТРУКТУРЕ ИМПОРТА В % В ДЕНЕЖНОМ ВЫРАЖЕНИИ



**Источник: Таможенная база, 2005**



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 по 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

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, Медialog, Алькотрейдинг, ассоциации экспортеров Бразилии (APEX), ЗАО «Детский мир», АРТ-Билдинг и многие другие.