



Маркет
Аналитика

ДЕМО-ВЕРСИЯ
РОССИЙСКИЙ РЫНОК КОСМЕТИКИ ДЛЯ НОГ.

Москва, июль 2011

I. ВВЕДЕНИЕ

II. ХАРАКТЕРИСТИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

III. АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА КОСМЕТИКИ ДЛЯ НОГ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНКА

- 1.1. Понятие услуги
- 1.2. Показатели социально-экономического развития
- 1.3. Описание отрасли
- 1.4. Влияющие и смежные рынки
- 1.5. Резюме по разделу

2. СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА

- 2.1. Сегментация Рынка по основным наименованиям
- 2.2. Ценовая сегментация Рынка
- 2.3. Сезонность на Рынке
- 2.4. Резюме по разделу

3. ОСНОВНЫЕ КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РЫНКА КОСМЕТИКИ ДЛЯ НОГ

- 3.1. Объем производства
- 3.2. Данные по импорту
- 3.3. Объем и темпы роста рынка
- 3.4. Резюме по разделу

4. КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ РЫНКА

- 4.1. Уровень конкуренции, параметры конкуренции
- 4.2. Описание профилей крупнейших игроков Рынка

Eduard Gerlach GmbH (Gehwol)

Scholl

Концерн Калина

Компания Невская косметика

Компания Свобода

Первое решение

Oriflame

Avon

4.3. Резюме по разделу

5. КАНАЛЫ ПРОДАЖ НА РЫНКЕ

5.1. Особенности сбытовой политики на Рынке

5.2. Описание оптового сегмента

5.3. Описание розничного сегмента

5.4. Нормативные документы, регулирующие деятельность на рынке

5.5. Резюме по разделу

6. АНАЛИЗ КОНЕЧНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ НА РЫНКЕ

6.1. Описание потребителей на Рынке

6.2. Объем потребления на Рынке

6.3. Потребительские предпочтения на Рынке

6.4. Резюме по разделу

7. ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ

7.1. Основные тенденции Рынка

7.2. STEERL-анализ рынка

7.3. Риски и барьеры при выходе на рынок

IV. РЕЗЮМЕ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНКА

На сегодняшний день отечественные производители косметики для ног занимают уверенные позиции в низком и частично в среднем ценовом сегменте, в то время как продукция крупных зарубежных производителей доминирует в более дорогих сегментах рынка.

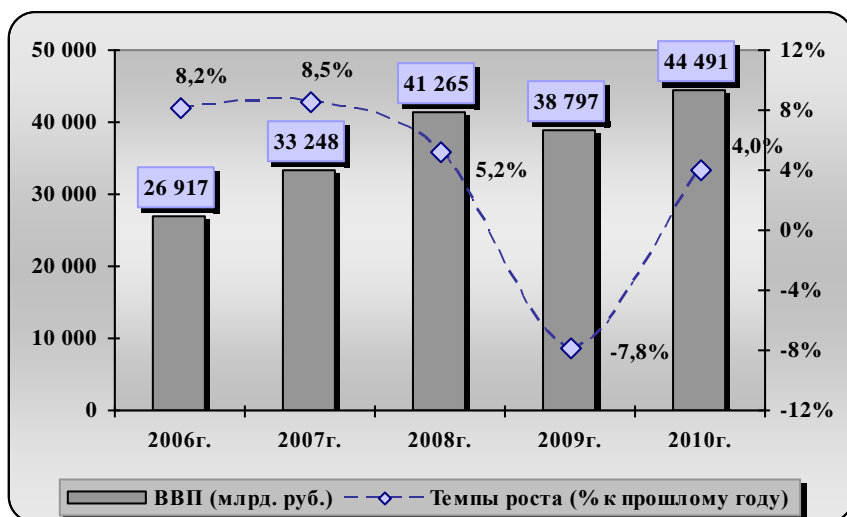
Косметика – средства и способы ухода за кожей, волосами и ногтями, применяемые с целью улучшения внешности человека, а также вещества, применяемые для придания свежести и красоты лицу и телу.

Косметика для ног – средства, предназначенные специально для ухода за ногами, отличающиеся от остальной косметики по составу, способу воздействия и ожидаемому эффекту.

Рынок косметики для ног, как одна из составляющих российской экономики, находится под влиянием основных социально-экономических показателей

Внутренний валовой продукт (ВВП)

Диаграмма 1. Динамика ВВП за период 2006-2010гг., в текущих ценах, млрд. руб.



Источник: ФСГС, Минэкономразвития РФ, 2010 г.

.....

Оборот розничной торговли по итогам 2010г. увеличился на 12,6% и составил **16,4 трлн. руб.**, хотя еще год назад темпы роста были на уровне 5%. Таким образом, после спада, вызванного экономическим кризисом, темпы роста розничной торговли постепенно приближаются к докризисным показателям.

.....

В структуре парфюмерно-косметического рынка, наибольшую долю занимает косметика – около ...% в денежном выражении. Соответственно на долю парфюмерной продукции приходится чуть более ...% рынка.

.....

СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА

По **виду товара**, косметика для ног делится на:

- Бальзамы
- Дезодоранты
- Кремы
- ...
- ...
- ...
- ...
- ...

Структура рынка в рамках данной сегментации выглядит следующим образом:

Диаграмма2. Структура рынка парфюмерии и косметики, %

...

Наиболее распространенным видом косметики является **крем**, на долю которого приходится ...% рынка.

На рынке косметики для ног представлена как дешевая, так и дорогая продукция. Продукцию отечественных производителей отличают более низкие цены, в то время как зарубежные марки косметики представлены в дорогом сегменте.

- **Низкий ценовой сегмент**

Данный сегмент сочетает в себе невысокую цену и приемлемое качество. Продукцию данного сегмента предпочитает население с невысоким уровнем дохода. Наиболее известными производителями дешевой косметики являются российские фабрики:

.....

- **Среднеценовой сегмент**

.....

В данном ценовом сегменте представлена продукция следующих компаний: Garnier,

...

- **Высокий ценовой сегмент**

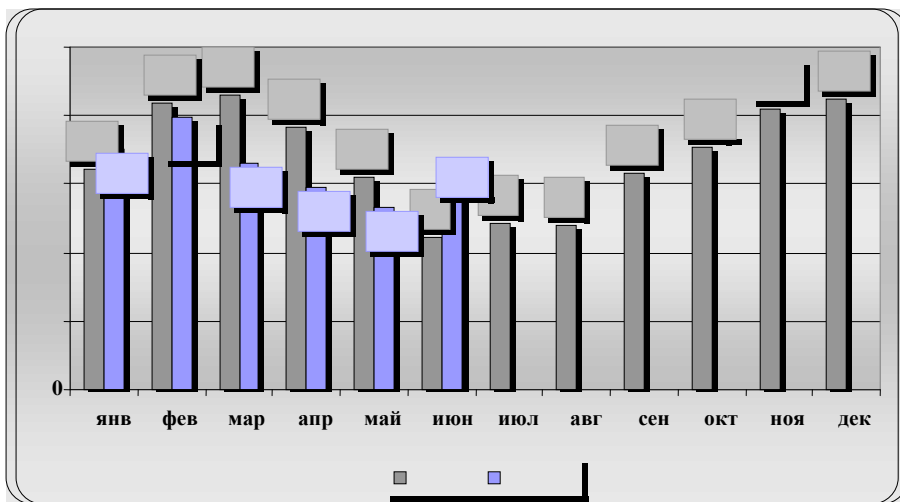
В данном сегменте в основном представлена продукция зарубежных производителей
(...)

.....

КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РЫНКА

По итогам 2010г. в России было произведено ... средств для **ухода за кожей тела**: лосьонов, кремов (в том числе и для ног).

. Диаграмма. Объем производства средств для ухода за кожей тела в 2010-2011г.г., млн.шт.



Источник: «...», 2011г.

.....

Наиболее популярным средством для ухода за ногами, является **крем для ног**, производство которого в 2010г. достигло отметки в В общем объеме производства средств по уходу за кожей тела данный сегмент занимает долю в ...%.

.....

Доля импорта косметики для ног составляет % от общего количества импортированных средств косметики и парфюмерии, что в денежном выражении составляет примерно ... долл..

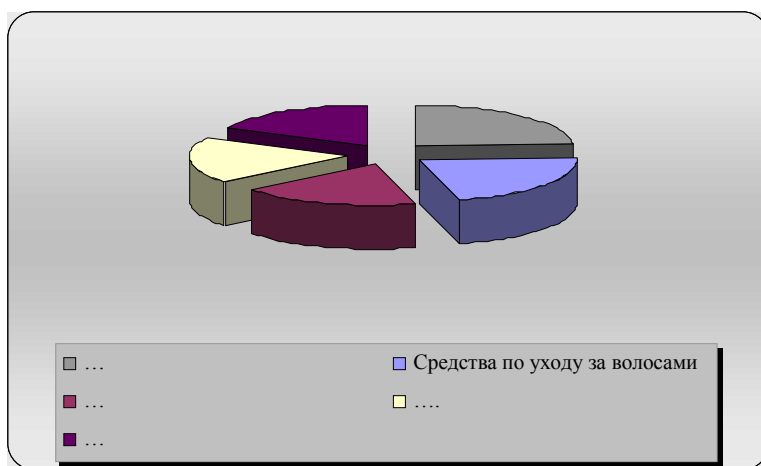
В перечне импортируемых средств для ног более 70% занимают

.....

Таким образом, наиболее представлена в стране продукция компаний, реализующих свою продукцию на основе сетевого маркетинга с использованием прямых продаж. Также в группу лидеров вошли компании ... и ..., специализирующиеся на производстве косметики для ног.

Рынок косметики для ног является частью рынка средств по уходу за кожей. По данным ... на долю **средств по уходу за кожей** приходится около ...% (... млрд.долл.) рынка парфюмерно-косметических средств России.

Диаграмма 3. Структура парфюмерно-косметического рынка, % (в стоимостном выражении)



Источник:

.....

В результате чего было определено, что **рынок косметики для ног** занимает порядка ...% от общего рынка косметики, что составляет в 2010 г. примерно ... млрд. руб.

КОНКУРЕНЦИЯ НА РЫНКЕ

.....

Приведем, в качестве ориентира, данные о положении производителей в сегментах средств по уходу за кожей тела, рук, а также кожей лица.

Таблица. Крупнейшие производители на российском рынке косметики (в натуральном выражении)

Сегмент	Компания	Доля
<i>Средства по уходу за кожей тела и рук</i>	Концерн «Калина»	
	«Невская Косметика»	
	Beiersdorf (Nivea)	
	L'Oreal & Garnier	
	«Первое решение»	
<i>Средства по уходу за кожей лица</i>	Концерн «Калина»	
	L'Oreal & Garnier	
	«Свобода»	
	Beiersdorf	

Источник: ... 2010г.

Таким образом, в число крупнейших игроков Рынка входят следующие производители:

- ...
- ...
- Концерн «Калина»
- «Невская косметика»
- «Свобода»
- ...
- ...
- ...

ОПИСАНИЕ ПРОФИЛЕЙ КРУПНЕЙШИХ ИГРОКОВ РЫНКА

Концерн Калина

www.kalina.org

О компании

ОАО Концерн «Калина» является косметической компанией, выпускающей и предлагающей своим потребителям большое разнообразие косметической продукции и бытовой химии.

Концерн «Калина» является лидером в сегменте средств по уходу за кожей и одним из лидеров в сегменте средств по уходу за полостью рта на российском рынке и рынках стран СНГ.. Компания также активно работает в сегментах средств по уходу за волосами и косметики для мужчин.

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

История компании:

- 1942 г. – Парфюмерно-косметическая фабрика «Уральские самоцветы» была основана в Свердловске (в настоящее время Екатеринбург) на основе эвакуированных мощностей московской фабрики «Новая Заря».
- В 1974 году была выпущена первая партия парфюмерной продукции - «Тройной» одеколон.
- 1992г. – приватизация компании.
- 1996г. – Т.Р. Горяев консолидировал контрольный пакет акций Компании и возглавил молодую команду менеджеров.
- 1997г. – запуск бренда «Черный жемчуг», основного бренда Компании на рынке кремов. Запуск бренда «Лесной бальзам», первого бренда Компании на рынке зубных паст.
- 1998г. – компания становится лидером в России по объемам продаж. Приобретение Омского завода моющих средств.
- 1999г. – смена наименования на Концерн «КАЛИНА» и национальный ребрендинг
- 2000г. – Европейский Банк Реконструкции и Развития приобрел 19,24% акций Компании.
- 2005г. – приобретение контрольного пакета акций Dr.Scheller Cosmetics AG. Модернизация производственной площадки в Екатеринбурге.

- 2006г. – создание Kalina International SA для управления активами Группы в Европе
- 2007г. – запуск проекта сети красоты Dr. Scheller Beauty Center. Запуск проекта «Главсказка Интернешнл» для выхода на рынок детских товаров.
- 2009г. – переход на outsourcing производства в Германии и концентрация Dr.Scheller Cosmetics AG на развитии и продвижении брендов Компании.
- 2010г. – консолидация 100% акций Dr.Scheller Cosmetics AG
- 2011г. – продажа 100% акций Dr.Scheller Cosmetics AG группе компаний Coty Inc.

География деятельности

Продукция представлена в России, странах Европы и СНГ.

Ассортимент

Концерн производит широкий ассортимент косметических средств:

- Декоративная косметика
- Средства по уходу за кожей
- Мужская косметика
- СМС и мыло
- Бытовая химия
- Средства по уходу за полостью рта
- Парфюмерия
- Средства по уходу за волосами
- Детские товары

В сегменте косметики для ног представлены следующие бренды:

- «ДЕОконтроль»
- «Сто рецептов красоты»
- «Чистая линия»
- «Черный жемчуг»

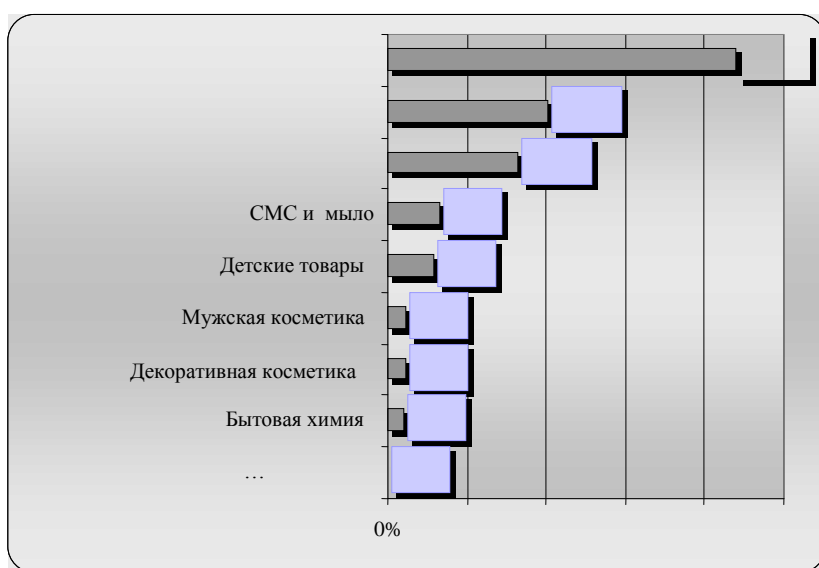
Показатели деятельности

По данным концерна «Калина», выручка компании в 2010г. составила ... млн. руб.

.....

Структура продаж концерна имеет следующий вид.

Диаграмма. Структура продаж концерна «Калина» в 2010г., %



Источник: ... 2011г.

.....

Преимущества

- Широкий ассортимент продукции
- ...
- ...

Планы развития

- Рост в ключевых продуктовых и географических сегментах рынка
- Создание лидирующих брендов на рынке косметики и парфюмерии

Компания Невская косметика

www.nevcos.ru

О компании

ОАО «Невская косметика» является одним из старейших предприятий России. Предшественник ОАО - Общество для производства стеариновых свечей, олеина и мыла – было создано в 1839 по указу Николая I. Общество приобрело завод, на базе которого была образована «Компания Невского стеаринового и мыловаренного завода». В 1868 году на базе двух компаний в Петербурге и Москве было создано «Невское стеариновое товарищество».

«Невская Косметика» на сегодняшний день входит в тройку сильнейших компаний-производителей косметики на российском рынке. В 2009 году компании исполнилось 170 лет.

География деятельности

Современная «Невская Косметика» имеет производственные площадки в трех городах: Санкт-Петербурге, Ангарске (Иркутская область) и Виннице (Украина) и реализует продукцию в России и странах СНГ.

Ассортимент

В ассортименте – более 50 видов косметических изделий, производимых на основе разнообразных натуральных компонентов:

- Средства по уходу за кожей и волосами
- Средства по уходу за полостью рта
- Детская косметика
- Мыло
- Средства для стрики и ухода за тканями
- Средства для ухода за домом

- Средства специального назначения для предприятий

Диаграмма. Структура продаж «Невская косметика» в 2010г., % (в стоимостном выражении)

.....

Источник: «...», 2010г.

В структуре продаж компании «Невская косметика», на долю косметических кремов приходится более ...%.

Серии косметики, включающие средства по уходу за ногами:

- «Ворожея»
- «Подорожниковый» крем
- «Можжевеловый» крем
- «Женьшенево-глицериновый» крем

Показатели деятельности

.....

Преимущества

-

Планы развития

-

Компания Свобода

www.svobodako.ru

О компании

В 1843 году была создана первая в России парфюмерная фабрика, которая в 1920 году получила название «Свобода». В 1992 году на базе комбината «Свобода» и Тубного завода было учреждено косметическое объединение «Свобода» (в соответствии с Указом Президента Российской Федерации «Об организационных мерах по преобразованию государственных предприятий, добровольных объединений государственных предприятий в акционерные общества» от 1 июля 1992 года №721).

Производственную структуру предприятия составляют Научный центр и 5 производств:

- Мыловаренное
- Глицериновое
- Тубное
- Косметическое производство
- Производство зубных паст и шампуней.

География деятельности

Филиалы компании расположены в Екатеринбурге, Красноярске, Перми, Казани. Компании-дистрибуторы работают в странах СНГ и Балтии.

Фирменные магазины расположены в Москве (7 магазинов) и Красноярске (1 магазин)

.....

Таблица. Сравнительная характеристика крупнейших игроков (производителей) российского рынка рыбы и морепродуктов

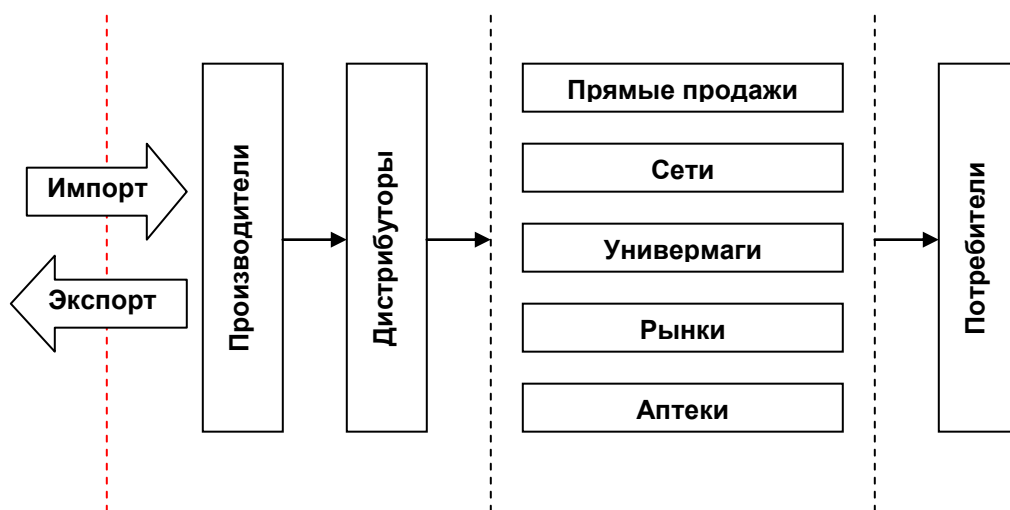
Название компании	Дата основания	География	Ассортимент	Бренды косметики для ног	Показатели	Преимущества
<i>Gehwol</i>						

Название компании	Дата основания	География	Ассортимент	Бренды косметики для ног	Показатели	Преимущества
<i>Scholl</i>						
<i>Калина</i>						
<i>Невская косметика</i>						
<i>Свобода</i>						
<i>«Первое решение»</i>						
<i>Oriflame</i>						
<i>Avon</i>						

Источник: «Маркет Аналитика»

КАНАЛЫ ПРОДАЖ НА РЫНКЕ

Схема 1. Цепочка движения товара на Рынке



Источник: «Маркет Аналитика»

В роли посредников могут выступать дилеры или дистрибьюторы.

.....

Среди дистрибьюторов можно отметить следующие компании:

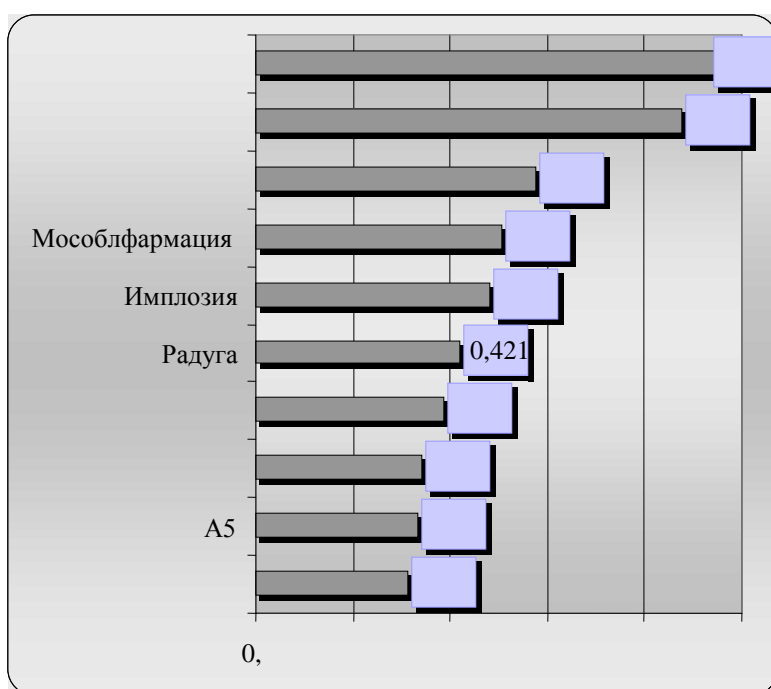
- «Градиент»
- Компания «Мак Дак»
- «Парфюм Палас Групп»

Среди основных типов торговых точек по продаже парфюмерно-косметической продукции можно выделить следующие:

- Прямые продажи
- Специализированные сети
- Универмаги
- Рынки
- Аптеки

.....

Диаграмма. ТОП-10 национальных аптечных сетей по объему продаж, 2010г.



Источник: ... 2011г.

- Интернет
- и др.

По итогам 2009г. наибольшее число продаж парфюмерии и косметики пришлось на долю ... – 32,2% от общего объема и на ... – 22%. Далее следуют



АНАЛИЗ КОНЕЧНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

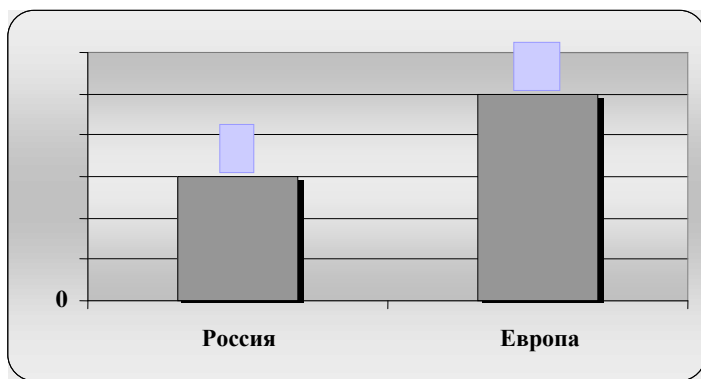
Рынок косметики для ног ориентируется только на потребителей сегмента B2C – сегмента физических лиц. Основными потребителями косметики для ног являются жители крупных городов и прилегающих к ним областей, что связано с доступностью торговых точек, а также более высоким уровнем доходов в городах. По данным Госкомстата численность населения России по состоянию на 1 января 2010г. – 141,9 млн. человек, из которых 103,73 млн. проживает в городе, а 38,22 млн. в сельской местности.

.....

Косметика для ног пользуется спросом у женщин и мужчин в возрасте

Однако значительная доля продаж косметики для ног приходится на людей старшего возраста.

Диаграмма. Траты на парфюмерию и косметику, евро/чел. в год.



Источник: «...», 2010г.



Для большинства потребителей, наиболее важными свойствами косметики для ног являются:

- ...
- Противовоспалительный эффект
- ...
- ...
- Ранозаживляющее действие
- ...
- Смягчение
- ...
- ...

.....

Что касается **мест совершения покупок**, то по данным «...», россиянки чаще всего приобретают косметику в небольших магазинах самообслуживания, а также В свою очередь наименьшей популярностью пользуются

STEEPL- АНАЛИЗ РЫНКА

STEEPL-анализ - маркетинговый инструмент, предназначенный для выявления политических (Political), экономических (Economic), социальных (Social), технологических (Technological), экологических (Ecology) и правовых (legal) аспектов внешней среды которые могут повлиять на стратегию компании. Каждый фактор имеет знак (-) или (+) – в зависимости от качества влияния его на рынок. Данный вид анализа выявляет значимые для развития рынка факторы, а также представляет оценку степени влияния этих факторов на изучаемую отрасль.

S	Социальные факторы
	<ul style="list-style-type: none">• ...



Т	Технологические факторы
•	...
Е	Экономические факторы
•	...
•	...
•	...
Е	Факторы окружающей среды
•	...
Р	
•	...
•	...
•	...
Л	Правовые факторы
•	...
•	...
•	...

Источник: «Маркет Аналитика»

РИСКИ И БАРЬЕРЫ РЫНКА

Среди **барьеров** для выхода на рынок нового игрока могут стать следующие факторы:

.....

Рисками для компаний, существующих на рынке, могут стать:

.....

Перечень таблиц и диаграмм

Диаграмма 4. Динамика ВВП за период 2006-2010гг., в текущих ценах, млрд. руб.

Диаграмма 5. Прогноз величины ВВП на 2010-2013г.г., %.

Диаграмма 6. Индекс потребительских цен, в 2010-2011г.г., % к предыдущему месяцу



Диаграмма 7. Уровень занятости в мае 2011г., %

Диаграмма 8. Уровень безработицы по федеральным округам в мае 2011г. (% от численности экономически активного населения)

Диаграмма 9. Динамика среднемесячной номинально начисленной заработной платы, руб.

Диаграмма 10. Оборот розничной торговли в 2006-2010г.г., трлн. руб.

Диаграмма 11. Динамика оборота розничной торговли за период 2010-2011 гг., млрд. руб.

Диаграмма 12. Структура оборота розничной торговли в мае 2011г., %

Диаграмма 13. Структура оборота розничной торговли в зависимости от места реализации товара, в мае 2011г., %

Диаграмма 14. Индекс химического производства РФ в 2010-2011г.г., в % к соответствующему периоду прошлого года

Диаграмма 15. Структура рынка производства тары и упаковки по видам материалов, % (в стоимостном выражении)

Диаграмма 16. Структура парфюмерно-косметического рынка, % (в денежном выражении)

Диаграмма 17. Динамика рынка парфюмерии и косметики 2008-2010 в млрд. руб.

Диаграмма 18. Структура рынка парфюмерии и косметики, %

Диаграмма 19. Объем производства средств для ухода за кожей тела в 2010-2011г.г., млн.шт.

Диаграмма 20. Объем производства крема для ног в 2010-2011г.г., млн.шт.

Диаграмма 21. Основные импортеры косметики для ног в Россию¹, тыс. долл.

Диаграмма 22. Структура парфюмерно-косметического рынка, % (в стоимостном выражении)

Диаграмма 23. Динамика рынка косметики для ног 2007-2008 г. в млрд. руб.

Диаграмма 24. Выручка концерна «Калина» в 2008-2010г.г., млн.руб.

Диаграмма 25. Структура продаж концерна «Калина» в 2010г., %

Диаграмма 26. Структура продаж «Невская косметика» в 2010г., % (в стоимостном выражении)

Диаграмма 27. Выручка «Невская косметика» в 2009-2010г.г., млн.руб.

¹ Без учета декоративной косметики (средства по уходу за ногтями)



Диаграмма 28. Удельный вес каналов дистрибуции на российском косметическом рынке, %
(в денежном выражении)

Диаграмма 29. Крупнейшие специализированные парфюмерно-косметические сети, % (по
объему выручки)

Диаграмма 30. ТОП-10 национальных аптечных сетей по объему продаж, 2010г.,
относительно лидера рейтинга

Диаграмма 31. ТОП-5 региональных аптечных сетей с наибольшим количественным
составом, 2010г.

Диаграмма 32. Структура населения России по территориальному признаку, %

Диаграмма 33. Структура населения по половому признаку, % от численности населения

Диаграмма 34. Структура потребительских расходов на непродовольственные товары в
2010г., %

Диаграмма 35. Траты на парфюмерию и косметику, евро/чел. в год.

Диаграмма 36. Структура рынка средств по уходу за телом (доли от натурального объема, в
штуках), %

Таблица 1. Стоимость крема для ног, руб.

Таблица 2. Крупнейшие производители на российском рынке косметики (в натуральном
выражении)

Таблица 3. Сравнительная характеристика крупнейших производителей рынка косметики для
ног

Схема 2. Цепочка движения товара на Рынке