EVENTUS CONSULTING

Отчет маркетингового исследования

«Анализ рынка бумаги-основы для СГИ в РФ. Анализ рынка бумажных санитарно-гигиенических изделий (туалетная бумага, салфетки, полотенца, платочки) 2016 г. Прогноз развития рынка»

Разработчик:
Консалтинговая компания
«EVENTUS Consulting»

+7 (499) 340 -70 -12

www.bp-eventus.ru

info@bp-eventus.ru

market@bp-eventus.ru

Москва,

2017

СОДЕРЖАНИЕ

СОДЕРЖАНИЕ 2
СПИСОК ПРИЛОЖЕНИЙ 6
МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ 13
ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ИССЛЕДОВАНИЯ 13
ИНФОРМАЦИОННАЯ БАЗА И МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ 13

ГЛАВА 1. АНАЛИЗ РЫНКА БУМАГИ-ОСНОВЫ ДЛЯ СГИ В РФ 14
1.1. ОБЪЕМ И ДИНАМИКА РЫНКА 2015-2016 ГГ. 14
1.2. АНАЛИЗ ПРОИЗВОДСТВА БУМАГИ-ОСНОВЫ ДЛЯ СГИ 16
1.2.1. Объем и динамика производства бумаги-основы 2015-2016 гг. 16
1.2.2. География производства бумаги-основы 2016г. 16
1.3. ПРОИЗВОДИТЕЛИ БУМАГИ-ОСНОВЫ 18
1.3.1. Виды используемого сырья, годовое потребление, продукция 18
1.3.2. Объем и география производства по компаниям-производителям 20
1.3.3. Доли производителей бумаги-основы 21
1.3.4. Структура сбыта бумаги-основы 22
1.3.5. Ценовая политика компаний-производителей бумаги-основы 23
1.4. АНАЛИЗ ИМПОРТА И ЭКСПОРТА НА РЫНКЕ БУИАГИ-ОСНОВЫ 25
1.4.1. Объем и динамика импорта 2015-2016 гг. 25
1.4.2. География импорта 25
1.4.3. Структура импорта по производителям 26
1.4.4. Структура импорта по получателям 27
1.4.5. Объем и динамика экспорта 2015-2016 гг. 27
1.4.6. География экспорта 28
1.4.7. Структура экспорта по компаниям-производителям 29
1.4.8. Структура экспорта по компаниям-потребителям 30
1.5. ДОЛИ ИГРОКОВ НА РЫНКЕ БУМАГИ-ОСНОВЫ 31

ГЛАВА 2. АНАЛИЗ РЫНКА БУМАЖНЫХ САНИТАРНО-ГИГИЕНИЧЕСКИХ ИЗДЕЛИЙ 2015-2016 ГГ. 33
2.1. РЫНОК БУМАЖНЫХ СГИ В ЦЕЛОМ 33
2.1.1. Объем и динамика рынка 33
2.1.2. Структура рынка СГИ по видам 34
2.1.3. Доля импортной продукции на рынке 34
2.2. РЫНОК ТУАЛЕТНОЙ БУМАГИ 35
2.2.1. Объем и динамика рынка 35
2.2.2. Доля импортной продукции на рынке туалетной бумаги 36
2.2.3. Соотношение объемов производства на внутренний рынок и на экспорт 37
2.2.4. Соотношение экспорта и импорта на рынке туалетной бумаги 38
2.3. РЫНОК БУМАЖНЫХ САЛФЕТОК 38
2.3.1. Объем и динамика рынка 38
2.3.2. Доля импортной продукции на рынке бумажных салфеток 39
2.3.3. Соотношение объемов производства на внутренний рынок и на экспорт 39
2.3.4. Соотношение экспорта и импорта на рынке бумажных салфеток 40

2.4. РЫНОК БУМАЖНЫХ ПОЛОТЕНЕЦ 40
2.4.1. Объем и динамика рынка 40
2.4.2. Доля импортной продукции на рынке бумажных полотенец 41
2.4.3. Соотношение объемов производства на внутренний рынок и на экспорт 42
2.4.4. Соотношение экспорта и импорта на рынке бумажных полотенец 42
2.5 РЫНОК БУМАЖНЫХ ПЛАТОЧКОВ 43
2.5.1. Объем и динамика рынка 43
2.5.2. Доля импортной продукции на рынке бумажных платочков 43
2.5.3. Соотношение объемов производства на внутренний рынок и на экспорт 44
2.5.4. Соотношение экспорта и импорта на рынке бумажных платочков 45
2.6. ТЕНДЕНЦИИ РЫНКА 45

ГЛАВА 3. ПРОИЗВОДСТВО БУМАЖНЫХ САНИТАРНО-ГИГИЕНИЧЕСКИХ ИЗДЕЛИЙ 48
3.1. ОБЪЕМ И ДИНАМИКА ПРОИЗВОДСТВА СГИ 48
3.2. СТРУКТУРА ПРОИЗВОДСТВА ПО ВИДАМ 48
3.3. СТРУКТУРА ПРОИЗВОДСТВА ПО ПРЕДНАЗНАЧЕНИЮ (БЫТОВЫЕ, PROFESSIONAL) 50
3.5. ДОЛЯ СТМ В ПРОИЗВОДСТВЕ СГИ 50
3.6. АНАЛИЗ СЕГМЕНТОВ СГИ 51
3.6.1. Объем, динамика и география производства туалетной бумаги 51
3.6.2. Объем, динамика и география производства бумажных салфеток 53
3.6.3. Объем, динамика и география производства бумажных полотенец 56
3.6.4. Объем, динамика и география производства бумажных платочков 58
3.7. ПРОИЗВОДИТЕЛИ СГИ И ИХ ДОЛИ, 2016 Г. 59

ГЛАВА 4. АССОРТИМЕНТНЫЙ И ЦЕНОВОЙ АНАЛИЗ БУМАЖНЫХ СГИ 2016 ГГ. 61
4.1. АНАЛИЗ ЦЕН ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ 61
4.1.1. Анализ цен производителей туалетной бумаги 61
4.1.2. Анализ цен производителей бумажных салфеток 62
4.2. АНАЛИЗ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ЦЕН 64
4.3. СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ЦЕН ПО ВИДАМ ПРОДУКЦИИ, В ЗАВИСИМОСТИ ОТ СЛОЙНОСТИ И СЫРЬЯ 67
4.3.1. Анализ цен на туалетную бумагу 67
4.3.2. Анализ цен на салфетки бумажные 68
4.3.3. Анализ цен на полотенца бумажные 69
4.3.4. Анализ цен на платочки бумажные 70

ГЛАВА 5. АНАЛИЗ ИМПОРТА БУМАЖНЫХ СГИ 2015-2016 ГГ. 71
5.1. АНАЛИЗ ИМПОРТА БУМАЖНЫХ СГИ В ЦЕЛОМ 71
5.1.1. Объем и динамика импорта 71
5.1.2. Структура импорта по видам изделий 71
5.2. АНАЛИЗ ИМПОРТА ТУАЛЕТНОЙ БУМАГИ 72
Объем и динамика импорта 72
Структура импорта по странам 73
Структура импорта туалетной бумаги по производителям 73

5.3. АНАЛИЗ ИМПОРТА БУМАЖНЫХ САЛФЕТОК 74
Объем и динамика импорта 74
Структура импорта по странам 75
Структура импорта бумажных салфеток по производителям 75
5.4. АНАЛИЗ ИМПОРТА БУМАЖНЫХ ПЛАТОЧКОВ 76
Объем и динамика импорта 76
Структура импорта по странам 77
Структура импорта бумажных платочков по производителям 77
5.5. АНАЛИЗ ИМПОРТА БУМАЖНЫХ ПОЛОТЕНЕЦ 78
Объем и динамика импорта 78
Структура импорта по странам 79
Структура импорта рулонных бумажных полотенец по производителям 80
Структура импорта листовых бумажных полотенец по производителям 80

ГЛАВА 6. АНАЛИЗ ЭКСПОРТА БУМАЖНЫХ СГИ 2015-2016 ГГ. 82
6.1. АНАЛИЗ ЭКСПОРТА БУМАЖНЫХ СГИ В ЦЕЛОМ 82
6.1.1. Объем и динамика экспорта 82
6.1.2. Ассортиментная структура экспортных поставок 83
6.2. АНАЛИЗ ЭКСПОРТА ТУАЛЕТНОЙ БУМАГИ 83
Объем и динамика экспорта 83
Структура экспорта 84
Доли основных потребителей экспортной туалетной бумаги 84
Доли производителей, экспортирующих туалетную бумагу 85
6.3. АНАЛИЗ ЭКСПОРТА БУМАЖНЫХ САЛФЕТОК 86
Объем и динамика экспорта 86
Структура экспорта 87
Доли основных потребителей экспортных бумажных салфеток 87
Доли производителей, экспортирующих бумажные салфетки 88
6.4. АНАЛИЗ ЭКСПОРТА БУМАЖНЫХ ПЛАТОЧКОВ 89
Объем и динамика экспорта 89
Структура экспорта 89
Доли основных потребителей экспортных бумажных платочков 90
Доли производителей, экспортирующих бумажные платочки 91
6.5. АНАЛИЗ ЭКСПОРТА БУМАЖНЫХ ПОЛОТЕНЕЦ 92
Объем и динамика по видам полотенец 92
Структура экспорта 92
Доли основных потребителей экспортных бумажных полотенец 93
Доли производителей, экспортирующих бумажные полотенца 94

ГЛАВА 7. КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ НА РЫНКЕ СГИ 2016 Г. 96
7.1. СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА ПО ПРОИЗВОДИТЕЛЯМ, ДОЛИ КРУПНЕЙШИХ ИГРОКОВ 96
7.2. АНАЛИЗ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ ПРОДУКЦИИ 97
7.2.1. Объем производства продукции основными предприятиями по видам 97
7.2.2. Сводная информация по исследуемым компаниям (ТМ, основа, сырье, слойность, ассортимент/виды продукции потребительской и профессиональной, СТМ, ценовой сегмент) 100

7.2.3. Специализация по видам продукции (потребительская/профессиональная) 105
7.2.4. Сырьевая база (собственное производство бумаги основы/покупная основа, тип сырья) 108
7.2.5. Сегментация по слойности производимой продукции 111
7.2.6. Распределение по ценовым сегментам 113
7.2.7. Доля производящих под заказ СТМ 115
7.2.8. Ассортимент прочей продукции, не вошедшей в анализ 116
7.2.9. Выделение наиболее востребованной продукции по сегментам 119
7.2.10. Новая продукция, уникальные/инновационные решения 123
7.3. УРОВЕНЬ КОНЦЕНТРАЦИИ РЫНКА ПО ИССЛЕДУЕМЫМ СЕГМЕНТАМ 131
7.4. НАСЫЩЕННОСТЬ РЫНКА В ИССЛЕДУЕМЫХ СЕГМЕНТАХ 133

ГЛАВА 8. АНАЛИЗ СПРОСА И ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ СЕГМЕНТОВ 2015-2016 ГГ. 135
8.1. СООТНОШЕНИЕ СПРОС-ПРЕДЛОЖЕНИЕ НА РЫНКЕ ПО СЕГМЕНТАМ 135
8.2. СТРУКТУРА ПОТРЕБЛЕНИЯ ПО СЕГМЕНТАМ 136
8.3. АНАЛИЗ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ 137
8.3.1. Анализ сегмента – Население 137
8.3.2. Анализ сегмента офисов, бизнес-центров и торгово-развлекательный центров 144
8.3.3. Анализ гостинично-ресторанного сегмента 160
8.3.4. Анализ прочих сегментов "Professional" 176
8.4. ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ 179

ГЛАВА 9. АНАЛИЗ СБЫТА И ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОДУКЦИИ 182
9.1. ОСНОВНЫЕ СХЕМЫ СБЫТА 182
9.2. РАСПРЕДЕЛНИЕ ДОЛЕЙ КАНАЛОВ ПРОДАЖ СГИ 183
9.3. ПОПУЛЯРНОСТЬ КАНАЛОВ СБЫТА 184
9.3. ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ КАНАЛЫ СБЫТА, РЕГИОНЫ СБЫТА, ОСНОВНЫЕ КЛИЕНТЫ ПО ПРОИЗВОДИТЕЛЯМ 185
9.4. ПЕРСПЕКТИВНЫЕ РЫНКИ СБЫТА 191
9.5. ПРОДВИЖЕНИЕ ПРОДУКЦИИ НА РЫНКЕ
9.5.1. Особенности принципов продвижения продукции санитарно-гигиенического назначения 192
9.5.2. Используемые методы продвижения продукции санитарно-гигиенического назначения компаниями-производителями 194
9.5.3. Анализ наиболее эффективных методов продвижения 197

ГЛАВА 10. ПРОГНОЗ РАЗВИТИЯ РЫНКА 200
10.1. ПРОГНОЗ ОБЪЕМА РЫНКА БУМАЖНЫХ СГИ ПО ВИДАМ ДО 2020 ГОДА 200
10.2. ПЛАНЫ РАЗВИТИЯ ОСНОВНЫХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ БУМАЖНЫХ СГИ 201

ВЫВОДЫ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ 204

О КОМПАНИИ EVENTUS CONSULTING 215

СПИСОК ПРИЛОЖЕНИЙ

Список диаграмм

Диаграмма 1. Доля импорта на рынке бумаги-основы, 2016 г. % 21
Диаграмма 2. Динамика доли экспорта на рынке бумаги-основы, 2015-2016 гг., % 21
Диаграмма 3. Структур рынка бумаги-основы % 21
Диаграмма 4. Объем производства бумаги-основы, 2015-2016 гг., тонн 22
Диаграмма 5. География производства бумаги-основы в 2016 г., % 23
Диаграмма 6. Доли производителей бумаги-основы в 2016 г, % 28
Диаграмма 7. Структура сбыта бумаги-основы в 2016 г., % 29
Диаграмма 9. Структура импорта основы по странам в натуральном выражении, 2015 г., % 32
Диаграмма 10. Структура импорта основы по производителям в натуральном выражении, 2015 г., % 33
Диаграмма 11. Структура импорта основы по компаниям-получателям в натуральном выражении, 2015 г., % 33
Диаграмма 12. Структура экспорта основы по странам в натуральном выражении, 2015 г., % 35
Диаграмма 8. Доли игроков на рынке бумаги-основы, % 38
Диаграмма 13. Объем и динамика рынка бумажных СГИ, тонн2015-2016 гг. 40
Диаграмма 14. Структура российского рынка бумажной санитарно-гигиенической продукции по видам, 2016 год, в натуральном выражении (тонны), % 40
Диаграмма 15. Доля импортной продукции на рынке бумажных СГИ, 2016 год, в натуральном выражении (тонны), % 41
Диаграмма 16. Динамика российского рынка туалетной бумаги, 2015-2016 гг., в натуральном выражении, тонн 42
Диаграмма 17. Доля импортной продукции на рынке туалетной бумаги, 2016 год, в натуральном выражении (тонны), % 42
Диаграмма 18. Динамика доли импортной продукции на рынке туалетной бумаги, 2015-2016 год, в натуральном выражении (тонны), % 43
Диаграмма 19. Доля экспортной продукции от общероссийского объема производства туалетной бумаги 43
Диаграмма 20. Динамика соотношения импорта и экспорта на рынке туалетной бумаги 44
Диаграмма 21. Динамика российского рынка бумажных салфеток, 2015-2016 гг., в натуральном выражении, тонн 44
Диаграмма 22. Доля импортной продукции на рынке бумажных салфеток, 2016 год, в натуральном выражении (тонны), % 45
Диаграмма 23. Динамика доли импортной продукции на рынке бумажных салфеток, 2016 год, в натуральном выражении (тонны), % 45
Диаграмма 24. Доля экспортной продукции от общероссийского объема производства бумажных салфеток 46
Диаграмма 25. Динамика соотношения импорта и экспорта на рынке бумажных салфеток 46
Диаграмма 26. Динамика российского рынка бумажных полотенец, 2015-2016 гг., в натуральном выражении, тонн 47
Диаграмма 27. Доля импортной продукции на рынке бумажных полотенец, 2016 год, в натуральном выражении (тонны), % 47
Диаграмма 28. Динамика доли импортной продукции на рынке бумажных полотенец, 2015-2016 год, в натуральном выражении (тонны), % 48

Диаграмма 29. Доля экспортной продукции от общероссийского объема производства бумажных полотенец 48
Диаграмма 30. Динамика соотношения импорта и экспорта на рынке бумажных полотенец, 2015-2016 гг. 49
Диаграмма 31. Динамика российского рынка бумажных платочков, 2015-2016 гг., в натуральном выражении, тонн 49
Диаграмма 32. Доля импортной продукции на рынке бумажных полотенец, 2016 год, в натуральном выражении (тонны), % 50
Диаграмма 33. Динамика доли импортной продукции на рынке бумажных полотенец, 2015-2016 гг., в натуральном выражении (тонны), % 50
Диаграмма 34. Доля экспортной продукции от общероссийского объема производства бумажных платочков 51
Диаграмма 35. Динамика соотношения импорта и экспорта на рынке бумажных платочков, 2015-20163 гг. 51
Диаграмма 36. Динамика объема производства бумажных СГИ в 2015-2016 гг., тонн 54
Диаграмма 37. Структура производства бумажных СГИ по видам, 2016 год 55
Диаграмма 38. Динамика структуры производства бумажных СГИ по видам, 2015- 2016 год, % 55
Диаграмма 48. Структура производства по назначению продукции (бытовая/профессиональная) 2016 год, % 56
Диаграмма 49. Доля СТМ в производстве СГИ 2016 год, % 57
Диаграмма 39. Динамика объема производства туалетной бумаги в 2015-2016 гг. 57
Диаграмма 40. Региональная структура производства туалетной бумаги, в натуральном выражении, % 58
Диаграмма 41. Динамика производства бумажных салфеток в 2015-2016 гг., тонн 60
Диаграмма 42. Региональная структуры производства бумажных салфеток, в натуральном выражении, % 61
Диаграмма 43. Динамика объема производства бумажных полотенец в 2015-2016 гг. 62
Диаграмма 44. Региональная структура производства бумажных полотенец, в натуральном выражении, % 2016 г. 63
Диаграмма 45. Динамика объема производства бумажных платочков в 2015-2016 гг. 64
Диаграмма 46. Региональная структура производства бумажных платочков, в натуральном выражении, % 65
Диаграмма 47. Доли основных предприятий в производстве бумажных СГИ, в натуральном выражении (тонн), 2016 год, % 66
Диаграмма 50. Динамика цен производителей на туалетную бумагу, 2010-2016гг., руб./тыс. рул. 67
Диаграмма 51. Помесячная динамика цен производителей на туалетную бумагу , 2014-2016 гг., руб./тыс. рул. 68
Диаграмма 52. Динамика средних цен производителей на салфетки, 2010-2016 гг., руб./ шт. 69
Диаграмма 53. Помесячная динамика средних цен производителей на салфетки, 2014-2016 гг., руб./ шт. 69
Диаграмма 54. Динамика средних потребительских цен на туалетную бумагу, 2014-2016 гг., руб./ рул. 70
Диаграмма 55. Помесячная динамика средних потребительских цен на туалетную бумагу, 2015-2016 гг., руб./ рул. 71
Диаграмма 56. Динамика объема импорта бумажных СГИ, 2012-2016 гг., тонн 77
Диаграмма 57. Структура объема импорта бумажных СГИ по видам, 2015 г., тонн 78
Диаграмма 58. Структура импорта туалетной бумаги по производителям, 2015, %. 80
Диаграмма 59. Структура импорта бумажных салфеток по производителям, 2015 г., %. 82

Диаграмма 60. Географическая структура импорта бумажных платочков по странам в натуральном выражении 2015 г., % 83
Диаграмма 61. Структура импорта бумажных платочков в РФ по производителям в натуральном выражении, 2015 г.% 84
Диаграмма 62. Структура импорта рулонных бумажных полотенец по производителям, 2015, %. 86
Диаграмма 63. Структура импорта листовых бумажных полотенец по производителям, 2015, %. 87
Диаграмма 64. Динамика объема экспорта бумажных СГИ, 2012-2016 гг., тонн 88
Диаграмма 65. Структура объема экспорта бумажных СГИ по видам, 2015 г., тонн 89
Диаграмма 66. Структура экспорта туалетной бумаги по странам в натуральном выражении, % 90
Диаграмма 67. Доли основных потребителей экспортной туалетной бумаги, 2015 г.% 91
Диаграмма 68. Доли производителей, экспортирующих туалетную бумагу, 2015 г.% 92
Диаграмма 69. Структура экспорта скатертей и салфеток по странам в натуральном выражении, % 93
Диаграмма 70. Доли основных потребителей экспортных бумажных салфеток, 2015 г.% 94
Диаграмма 71. Доли основных производителей, экспортирующих салфетки, 2015 % 95
Диаграмма 72. Доли основных потребителей экспортных платочков, 2015 г. % 97
Диаграмма 73. Доли производителей, экспортирующих бумажных платочки, 2015 г.% 98
Диаграмма 74. Структура экспорта рулонных бумажных полотенец по странам в натуральном выражении, % 99
Диаграмма 75. Структура экспорта листовых бумажных полотенец по странам в натуральном выражении, % 99
Диаграмма 76. Доли основных потребителей экспортных рулонных бумажных полотенец, 2015 г.% 100
Диаграмма 77. Доли основных потребителей экспортных листовых бумажных полотенец, 2015 г.% 100
Диаграмма 78. Доли производителей, экспортирующих рулонные бумажные полотенца, 2015 г.% 101
Диаграмма 79. Доли производителей, экспортирующих листовые бумажные полотенца, 2015 г.% 101
Диаграмма 80. Доли компаний производителей в производстве СГИ, % 103
Диаграмма 81. Специализация по виду продукции потребительская/профессиональная – количество производителей 111
Диаграмма 82. Специализация по виду продукции потребительская/профессиональная – распределение производителей 112
Диаграмма 83. Наличие отдельного бренда под профессиональную линейку продукции 112
Диаграмма 84. Распределение предприятий по наличию производства бумаги основы 114
Диаграмма 85. Специализация по виду сырья – количество производителей 115
Диаграмма 86. Распределение предприятий используемому сырью, % 116
Диаграмма 87. Специализация по слойности – количество производителей 117
Диаграмма 88. Распределение предприятий по специализации – слойность продукции 118
Диаграмма 89. Ценовые сегменты – количество производителей 119
Диаграмма 90. Распределение производителей по ценовым сегментам, % 120
Диаграмма 91. Распределение производителей по наличию производства торговых марок под заказ 121

Диаграмма 92. Доля производителей, занимающихся производством салфеток косметических, % 124
Диаграмма 93. Доля производителей, занимающихся производством платочков, % 124
Диаграмма 94. Прочая профессиональная продукция – количество производителей по видам, % 125
Диаграмма 95. Соотношение спроса и предложения на рынке туалетной бумаги, 2015-2016 141
Диаграмма 96. Соотношение спроса и предложения на рынке бумажных салфеток, 2015-2016 141
Диаграмма 97. Соотношение спроса и предложения на рынке бумажных полотенец, 2015-2016 142
Диаграмма 98. Соотношение спроса и предложения на рынке бумажных платочков, 2015-2016 142
Диаграмма 99. Структура потребления бумажных СГИ 143
Диаграмма 100. Компоненты изменения численности населения в РФ , 2015-2016 143
Диаграмма 101. Склонность к сбережениям и изменение задолженности по кредитам в РФ , 2015-2016 144
Диаграмма 102. Динамика оборота розничной торговли и располагаемых доходов населения в реальном выражении 2013-2016 гг. 146
Диаграмма 103. Индекс предпринимательской уверенности в РФ , 2010-2016 147
Диаграмма 104. Динамика оборота продуктов питания и непродовольственных товаров, % 2009-2016 148
Диаграмма 105. Объем инвестиций в недвижимость, основные индикаторы рынка в РФ , 2015-2016 151
Диаграмма 106. Территориальное распределение инвестиций в РФ , 2007-2016 152
Диаграмма 107. Основные индикаторы рынка офисной недвижимости Москвы, динамика ввода офисных площадей в РФ , 2011-2016 153
Диаграмма 108. Объемы ввода офисных площадей и спрос , 2015-2016 154
Диаграмма 109. Динамика ввода офисных площадей в Санкт-Петербурге, 2007-2016 гг. 155
Диаграмма 110. Динамика и структура ввода торговых площадей в городах РФ, 2006-2016 гг. 156
Диаграмма 111. Обеспеченность населения качественными торговыми площадями в российских городах-миллионниках и европейских столицах 158
Диаграмма 112. Динамика ввода торговых площадей в качественных ТЦ московского региона, 2007-2016 гг. 160
Диаграмма 113. Прогноз ввода торговых площадей и динамика обеспеченности торговыми площадями до 2020 г. 162
Диаграмма 114. Динамика открытия точек общественного питания в ЦАО по типу заведений 2015-2016 гг. 164
Диаграмма 115. Новое строительство и общее предложение торговой недвижимости в Санкт-Петербурге, 2005-2016 гг. 165
Диаграмма 116. Динамика объема выручки от продаж гостинично-ресторанного бизнеса, 2007-2015 167
Диаграмма 117. Структура гостинично-ресторанного рынка по виду деятельности в 2014-2015 году, % 167
Диаграмма 118.Региональная структура гостинично-ресторанного рынка в РФ в 2014 г. и 2015 г., млн. руб. 168
Диаграмма 119. Динамика объема инвестиций в гостинично-ресторанный бизнес, 2007-2015., млн. руб. 171

Диаграмма 120. Региональное распределение инвестиций в гостинично-ресторанном секторе, % 172
Диаграмма 121. Выручка гостиниц в городах РФ, тыс. руб. 174
Диаграмма 122. Доли городов в выручке от деятельности гостиниц, % 175
Диаграмма 123. Структура рынка общественного питания в РФ по видам деятельности, млн. руб., % 177
Диаграмма 124. Региональная структура рынка ресторанов в 2015 г., млн. руб., % 177
Диаграмма 125. Динамика объема инвестиций в ресторанный сегмент, 2007-2015 гг. 179
Диаграмма 126. Региональная структура рынка столовых в 2015 году, % 180
Диаграмма 127. Структура рынка автосервисных услуг по типу сервисов 2015 г., % 182
Диаграмма 128. Наиболее важные характеристики, при выборе туалетной бумаги 186
Диаграмма 129. Доли каналов сбыта в общем объеме, % 190
Диаграмма 130. Популярность каналов сбыта 191
Диаграмма 131. Потребители в сегменте Б2Б, популярность сегментов 191
Диаграмма 132. Активность компаний в продвижении продукции 205
Диаграмма 133. Прогноз прироста сегментов СГИ в 2020 к 2016 году, % 207

Список таблиц

Таблица 1. Объем, динамика и темпы роста рынка бумажной основы для производства санитарно-гигиенической продукции по видам, 2015-2016 гг. 17
Таблица 2. Виды используемого сырья, регионы расположения, производимая продукция производителей 23
Таблица 3. Объем производства производителей бумаги-основы в 2016 году, тонн 24
Таблица 4. Схемы сбыта бумаги-основы 26
Таблица 5. Ценовая политика производителей бумаги основы из целлюлозы, октябрь 2016 г. 27
Таблица 6. Ценовая политика производителей бумаги основы из макулатуры, октябрь 2016 г. 28
Таблица 7. Объем, динамика и темпы роста импорта бумаги-основы, 2015-2016 гг. 28
Таблица 8. Объем, динамика и темпы роста экспорта бумажной основы, 2015-2016 гг. 31
Таблица 9. Месячная динамика экспорта бумажной основы, 2015-2016 гг., тонн 31
Таблица 10. Объем экспорта бумаги-основы по компаниям-производителям 2015 г., тонн 33
Таблица 11. Объем экспорта бумаги-основы по потребителям 2015 г., тонн 34
Таблица 14. Объем, динамика и темпы роста рынка бумажной санитарно-гигиенической продукции по видам, 2015-2016 гг. 36
Таблица 15. Объемы производства туалетной бумаги по регионам РФ, тонн 56
Таблица 16. Объемы производства бумажных салфеток по регионам РФ, тонн 59
Таблица 17. Объемы производства бумажных полотенец по регионам РФ, тонн 61
Таблица 18. Объемы производства бумажных платочков по регионам РФ, тонн 62
Таблица 19. Средние цены производителей на туалетную бумагу по ФО с 2010 по 2016 гг., руб./тыс. рул. 65
Таблица 20. Средние цены производителей на салфетки бумажные по ФО России в 2012-2016 гг.. руб./пачка 67
Таблица 21. Средние потребительские цены на туалетную бумагу в регионах РФ (за 2014 - 2016 гг.), руб./ рул. 70
Таблица 22. Сравнительный анализ цен на туалетную бумагу 71
Таблица 23. Сравнительный анализ цен на салфетки бумажные 72
Таблица 24. Сравнительный анализ цен на полотенца бумажные 73
Таблица 25. Сравнительный анализ цен на платочки бумажные 73

Таблица 26. Динамика объема импорта туалетной бумаги в стоимостном и натуральном выражении, 2012-2016 гг. 75
Таблица 27. Структура импорта туалетной бумаги по странам в стоимостном и натуральном выражении, тонн, тыс. долл., % 76
Таблица 28. Динамика объема импорта бумажных скатертей и салфеток в стоимостном и натуральном выражении, 2012-2016 гг. 77
Таблица 29. Структура импорта скатертей и салфеток по странам в стоимостном и натуральном выражении 2015-2016 гг., тонн, тыс. долл., % 78
Таблица 30. Динамика объема импорта бумажных платков в стоимостном и натуральном выражении, 2012-2016 гг. 79
Таблица 31. Динамика объема импорта бумажных полотенец в стоимостном и натуральном выражении 81
Таблица 32. Структура импорта бумажных полотенец по странам в стоимостном и натуральном выражении, тонн, тыс. долл., 2015, % 82
Таблица 33. Динамика объема экспорта туалетной бумаги в стоимостном и натуральном выражении, 2012-2016 гг. 86
Таблица 34. Динамика объема экспорта скатертей и салфеток в стоимостном и натуральном выражении, 2012-2016 гг. 89
Таблица 35. Динамика объема экспорта бумажных платочков в стоимостном и натуральном выражении, 2012-2016 гг. 92
Таблица 36. Объем и структура экспорта бумажных платочков в натуральном и стоимостном выражении по странам, 2015 гг. 93
Таблица 37. Динамика объема экспорта бумажных полотенец в стоимостном и натуральном выражении 2012-2016 гг. 95
Таблица 38. Объем производства продукции основными предприятиями по видам, 2016 г, тонн 102
Таблица 39. Сводная информация по компаниям-конкурентам: ТМ, производство бумаги-основы, слойность, сырье, ассортимент, ценовой сегмент, СТМ, потребительская/профессиональная продукция) 107
Таблица 40. Потребительские и профессиональные торговые марки производителей 110
Таблица 41. Наличие собственного производства бумаги-основы 112
Таблица 42. Данные по типу сырья, на котором работают производители 114
Таблица 43. Данные по слойности производимой предприятиями продукции 116
Таблица 44. Распределение предприятий по ценовым сегментам 118
Таблица 45. Ассортимент прочей потребительской и профессиональной продукции у производителей 120
Таблица 46. Наиболее востребованная продукция производителей 126
Таблица 47. Новая/инновационная продукция предприятий, конкурентные преимущества, планы по выпуску новой продукции 133
Таблица 48. Основные тенденции в области новой/инновационной/уникальной продукции 134
Таблица 49. Уровень концентрации рынка СГИ 135
Таблица 50. Уровень концентрации рынка туалетной бумаги 135
Таблица 51. Уровень концентрации рынка бумажных полотенец 135
Таблица 52. Уровень концентрации рынка профессиональной продукции 136
Таблица 53. Динамика оборота розничной торговли 2016г. 142
Таблица 54. Динамика оборота розничной торговли 2015-2016г. 143
Таблица 55. Динамика продаж отдельных товаров 2015-2016гг. 144
Таблица 56. Доля оборота розничных сетей в объеме оборота розничной торговли, % 2015-2016 гг. 146

Таблица 57. Основные индикаторы рынка офисной недвижимости Санкт-Петербурга в 1 пол. 2016г. 152
Таблица 58. Основные индикаторы рынка торговой недвижимости в России 1 пол. 2016 г. 154
Таблица 59. Основные индикаторы рынка торговой недвижимости Москвы 1 пол. 2016 г. 157
Таблица 60. Основные индикаторы рынка торговой недвижимости в Санкт-Петербурге 1 пол. 2016 г. 162
Таблица 61. Динамика выручки гостинично-ресторанного бизнеса в регионах РФ и по ФО, тыс. руб. 167
Таблица 62. Региональное распределение инвестиций в гостинично-ресторанном секторе 2014-2015 гг. 171
Таблица 63. Объем рынка общественного питания, тыс. руб. 2014-2015 гг. 174
Таблица 64. Динамика объемов выручки ресторанов в регионах РФ и по ФО тыс. руб. 176
Таблица 65. Объемы выручки в секторе общественного питания, 2014-2015 гг. тыс. руб. 178
Таблица 66. Объемы рынка услуг по ТО и ремонту у официальных дилеров, независимых СТО в Московском регионе, потенциал рынка, млрд. руб. 179
Таблица 67. Емкость рыка автосервисов в регионах РФ 181
Таблица 68. Рейтинг городов по приросту автосервисов в 2016 г. 182
Таблица 70. Используемые каналы сбыта, регионы сбыта и основные клиенты российских производителей СГИ 194
Таблица 71. различные новые и инновационные решения, которые привлекают внимание потребителя 196
Таблица 72. Методы продвижения продукции производители СГИ 200
Таблица 73. Прогноз развития основных сегментов рынка СГИ 203
Таблица 74. Планы по развитию производителей СГИ 206

МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ИССЛЕДОВАНИЯ

Цели исследования:

Собрать, систематизировать, проанализировать и представить актуальную информацию по рынку бумаги-основы и бумажных санитарно-гигиенических изделий. Представить количественные и качественные показатели рынка: объем, динамика рынка, структура рынка, производство, основные игроки/производители, импорт, экспорт, цены, тенденции и т.д.

Продуктовые границы товарного рынка:

Продуктовые границы рынка определены следующими товарными группами и услугами:

- Бумага-основа
- Туалетная бумага
- Бумажные салфетки
- Бумажные полотенца
- Бумажные платочки

Географические границы товарного рынка и период исследования:

Географическими границами рынка является Россия в целом.
Период исследования 2015- 2016 гг.

ИНФОРМАЦИОННАЯ БАЗА И МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

Методы проведения исследования и источники исходной информации:

При проведении исследования использовались комплексные методики, включающие сбор и анализ первичной информации (качественные и количественные методы сбора данных) и вторичной информации.

1) Опрос производителей, интервью с экспертами рынка (всего 50 телефонных интервью)
2) Данные с интернет-сайтов производителей, тематических порталов и отраслевых журналов
3) Прайс-листы производителей и поставщиков продукции
4) Данные глубинных интервью с участниками и экспертами рынка
5) Исследуемые отраслевые финансово-экономические и прогнозные показатели рассчитаны исходя из полученных данных по полевым исследованиям, а также методом математического моделирования и статистического анализа
6) Официальные статистические данные, данные таможенной службы и таможенных деклараций, данных отраслевых министерств и ведомств, отраслевых бюллетеней и специализированных журналов
7) Открытые источники интернета

ГЛАВА 1. АНАЛИЗ РЫНКА БУМАГИ-ОСНОВЫ ДЛЯ СГИ В РФ

1.1. ОБЪЕМ, ДИНАМИКА И СТРУКТУРА РЫНКА 2015-2016 ГГ.

Объем рынка бумаги-основы для производства бумажных санитарно-гигиенических изделий по итогам 2015 года составил *** тыс. тонн. В 2016 году рост рынка составил почти **%. Объем рынка достиг *** тыс. тонн.

	2015	2016 (О)	темпы роста, %
Экспорт, тонн			
Импорт, тонн			
Производство, тонн			
Объем рынка, тонн			

Таблица 1. Объем, динамика и темпы роста рынка бумажной основы для производства санитарно-гигиенической продукции по видам, 2015-2016 гг.[1]

Можно обозначить несколько ключевых тенденций рынка:

1. ********** **** ******* ****** ******, ** ********** ****** 2016 **** **** ******* ******** 281%. *******, *** ******* ********** ******** ******* *** * ******** 2015 ****, ********* * ***** 2016 ****** *********.
2. ********** ********* ******** ******* ******. ***** ********** ******* * ***** ***** *****, ********** ********** *** ***** ******** ******* ****** ** *******.
3. ********** ******-****** ******* * ******* ** 2016 *** ** 9%. ******* ****** ***** ********** * ****** *******, ********** ******* ******* ******** ** *******. *** ******* ****** ***** ********* ********** ********** * * ********* * ******* ** 5%.
4. ***** ** ***** ***** ******* ********** ******* (**** *****) ******** ***** ********** ********/***** ********** ******* ***** (***, ********* ****** *****)

Доля импорта на рынке бумаги-основы незначительная, по итогам 2016 года составила порядка ***%.

[1] *Источники: По расчетам компании «EVENTUS Consulting», данные Росстат, ФТС РФ (здесь и далее без учета стран таможенного союза), производителей*

Диаграмма 1. Доля импорта на рынке бумаги-основы, 2016 г. %[2]

Доля экспорта на рынке основы для бумажных санитарно-гигиенических изделий по итогам 2016 года увеличилась на 4%, с 2% в 2015 году до 6% в 2016 году.

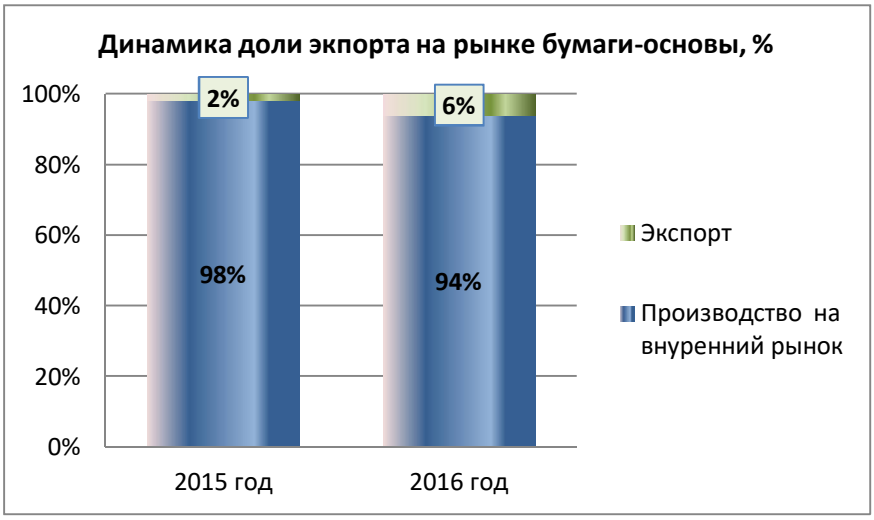

Диаграмма 2. Динамика доли экспорта на рынке бумаги-основы, 2015-2016 гг., %[3]

***% произведенной на территории РФ бумажной основы идет на собственную переработку компаний-производителей, ***% производители продают компаниям, занимающимся конвертингом, ***% (по предварительным итогам 2016 года) пойдет на экспорт.

[2] *Источники: По расчетам компании «EVENTUS Consulting», данные Росстат, ФТС РФ (здесь и далее без учета стран таможенного союза), производителей*

[3] *Источники: По расчетам компании «EVENTUS Consulting», данные Росстат, ФТС РФ (здесь и далее без учета стран таможенного союза), производителей*

Диаграмма 3. Структур рынка бумаги-основы %[4]

Игроками был отмечен ряд факторов, оказывающих влияние на их деятельность:

- запрет на экспорт макулатуры
- рост цен на энергоресурсы, транспортные расходы
- демпинг со стороны конкурентов-производителей, большое предложение на рынке основы
- **** *** ** ***** (******** * ***** *****), *** * ***** ****** ********** ******** *********
- ****** *** ** **********
- ********** ***** ********** ***

1.2. АНАЛИЗ ПРОИЗВОДСТВА БУМАГИ-ОСНОВЫ ДЛЯ СГИ

1.2.1. Объем и динамика производства бумаги-основы 2015-2016 гг.

Как отмечалось ранее, производство бумаги основы по итогам 2016 года увеличилось на ***% и составило порядка *** тыс. тонн. В настоящее время отечественным производителям стало выгодно отправлять свою продукцию на экспорт, в связи с разницей курсов валют, с чем, и связан такой рост производства.

[4] *Источники: По расчетам компании «EVENTUS Consulting», данные Росстат, ФТС РФ (здесь и далее без учета стран таможенного союза), производителей*

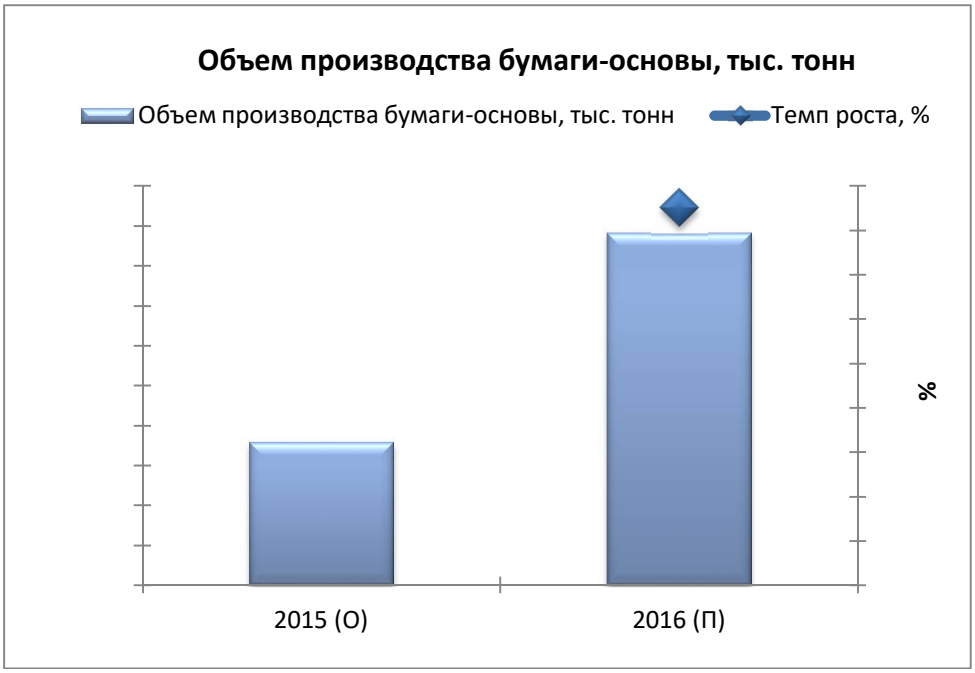

Диаграмма 4. Объем производства бумаги-основы, 2015-2016 гг., тонн[5]

1.2.2. География производства бумаги-основы 2016г.

Основной объем в производстве основы для СГИ приходится на Ленинградскую область, где расположены крупнейшие заводы по производству бумаги основы и СГИ, доля Ленинградской области по итогам 2016 года составит порядка ***%.

На втором месте следует республика Татарстан, где за последнее время открылось несколько заводов по производству основы и СГИ, среди которых транснациональная компания «Хаят Кимья», открывшая завод в Елабуге в 2015 году, мощностью по основе 70 000 тонн. Доля Татарстана составляет порядка ***%.

Третье место занимает Тульская область с долей ***%, здесь расположены мощности SCA. **% по основе приходятся на республику Коми. Костромская область занимает ***%.

5% ********** ** ********** *******, ***** * 2015 **** ******* ****** «********* ****** *****», ** ********** ****** * *** ** ********** ********** *** ******* ********** ********, * ****** ***** *** ********** ********** ********* ** ********** ********** _ *** *** * *********. ***** 5% ********** ** * ********** ****, *** ********** ******** ******-*****.

[5] *Источники: По расчетам компании «EVENTUS Consulting», данные Росстат, производителей*

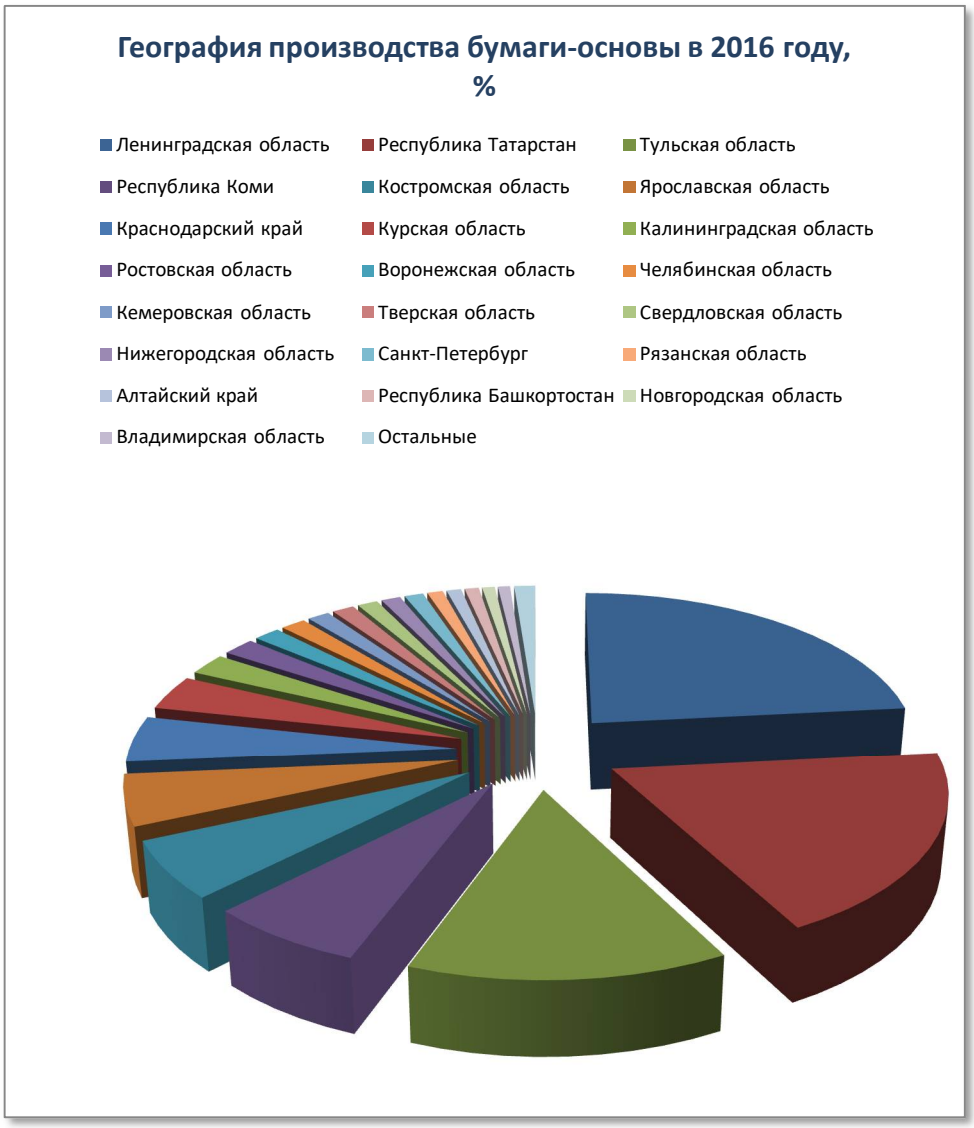

Диаграмма 5. География производства бумаги-основы в 2016 г., %[6]

1.3. ПРОИЗВОДИТЕЛИ БУМАГИ-ОСНОВЫ

1.3.1. Виды используемого сырья, годовое потребление, продукция

Далее в таблице представлены данные по компаниям, занимающимся производством бумаги-основы для СГИ, регионам присутствия, сырью, производимой продукции.

Компания	Регион	Сырье	Продукция
ООО «АТЛАС-МАРКЕТ» (бывш. Советский ЦБЗ)	Калининградская область		
ОАО «ВЕЛЬГИЙСКАЯ БУМАЖНАЯ ФАБРИКА»	Новгородская область		
ОАО «СЫКТЫВКАР ТИССЬЮ ГРУП»	Республика Коми	Целлюлоза (годовое потребление до 35 тыс. т), макулатура (до 40 тыс. т).	Основа, туалетная бумага, салфетки, полотенца
ООО «ЭС-СИ-ЭЙ ХАЙДЖИН ПРОДАКТС РАША», СВЕТОГОРСКИЙ ФИЛИАЛ	Ленинградская область, Тульская область		
ОАО «СЯСЬСКИЙ	Ленинградская		

[6] *Источники: По расчетам компании «EVENTUS Consulting», данные Росстат, производителей*

Компания	Регион	Сырье	Продукция
ЦЕЛЛЮЛОЗНО-БУМАЖНЫЙ КОМБИНАТ»	область		
ООО «АФАЛИНА» (LTD «AFALINA»)	Санкт-Петербург		
ООО Тверь Тиссью «ТРИТОН-М»	Тверская область		
РОСТОВСКИЙ ФИЛИАЛ ОАО «СЫКТЫВКАР ТИССЬЮ ГРУП»	Ярославская область		
ОАО «АЛЕКСАНДРОВБУМПРОМ» (бывш. КРАСНОПОЛЯНСКАЯ БФ)	Костромская область		
ООО «АДИЩЕВСКАЯ БУМАЖНАЯ ФАБРИКА»	Костромская область		
ООО «ЭС-СИ-ЭЙ ХАЙДЖИН ПРОДАКТС РАША», ФИЛИАЛ В Г. СОВЕТСКЕ	Тульская область		
ЗАО «МНОГООТРАСЛЕВАЯ ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ КОМПАНИЯ «КРЗ»» (бывш. Рязанский КРЗ)	Рязанская область		
ООО «БУПРОМ-ПОКРОВ»	Владимирская область		
ООО «ОСНОВА-ЦЕНТР» (бывш. ООО «Курская бумажная компания «БУТЕК»)	Курская область		
ООО «ХАРТИ»	Воронежская область		
ООО «БУМАГА ПЛЮС» (бывш. «Бумага-Холдинг»)	Нижегородская область		
ООО «АРЗАМАССКАЯ БУМАЖНАЯ ФАБРИКА АЭЛИТА» (бывш. «АРЗАМАССКИЙ ПИЩЕВИК»)	Нижегородская область		
ЗАО «АГРОТЕХМАШСТРОЙСЕРВИС»	Республика Татарстан	Беленая сульфатная целлюлоза, хвойная и лиственная (годовое потребление 6600 т).	Бумажная продукция санитарно-гигиенического и бытового назначения: туалетная бумага, бумажные салфетки, кухонные полотенца, бумажные платочки. Основа
ООО «ПАЛП ИНВЕСТ»	Республика Татарстан		
ЗАО «НАРОДНОЕ ПРЕДПРИЯТИЕ НАБЕРЕЖНОЧЕЛНИНСКИЙ КАРТОННО-БУМАЖНЫЙ КОМБИНАТ ИМЕНИ С.П. ТИТОВА»	Республика Татарстан		
ООО «ХАЯТ КИМЬЯ»	Республика Татарстан		
ООО «СИМБИРСКАЯ БУМАЖНАЯ МАНУФАКТУРА»	Ульяновская область		
ООО «БУМАЖНАЯ ФАБРИКА»	Ростовская область		
СП ООО «ТИССЮ-БУМАГА»	Краснодарский край		
ООО «КУБАНЬ-ПАПИР»	Краснодарский край		
ЗАО «УРАЛЬСКАЯ БУМАГА»	Свердловская		

Компания	Регион	Сырье	Продукция
	область		
ЗАО «ТУРИНСКИЙ ЦЕЛЛЮЛОЗНО-БУМАЖНЫЙ ЗАВОД»	Свердловская область		
ООО «КАРТОННО-БУМАЖНЫЙ КОМБИНАТ»	Республика Башкортостан		
ООО «Комфорт» (НИКМАС)	Челябинская область	Макулатура (годовое потребление 10 тыс. т).	Бумага туалетная, полотенца бумажные, салфетки. Основа
ЗАО «ОМСКИЙ БУМАЖНЫЙ ЗАВОД»	Омская область		
ЗАО «АЛТАЙКРОВЛЯ»	Алтайский край		
ООО «СОБОЛЁК»	Республика Саха		
ООО «КРЫМБУМАГА»	Республика Крым		
"СОФТИ", ЗАКРЫТОЕ АКЦИОНЕРНОЕ ОБЩЕСТВО	Кемеровская область		
ООО "Парнас"	Тверская область		

Таблица 2. Виды используемого сырья, регионы расположения, производимая продукция производителей[7]

1.3.3. Доли производителей бумаги-основы

**** ********** ********** ******** *******: ***% - «******** ***», ***% - «****** ******» ****** * ********, ***% - «********** ***», 8% - «****** ******» ****** * **********, 7% - ********* ****** ***** ****, 7% - **** *****, 5% - ********* ****** ***** ****** * ********** *******, 4% - ******-*****, 4% *** ****** – ***** *** *****, 3% - ********** ******** *******, ** 2% ******** ***** ******** ***, *****-******, **** ******, ******** *******, *****. **** ********* ********** * ********** ********* 18%.

[7] *Источники: данные отраслевого журнала ЦБК*

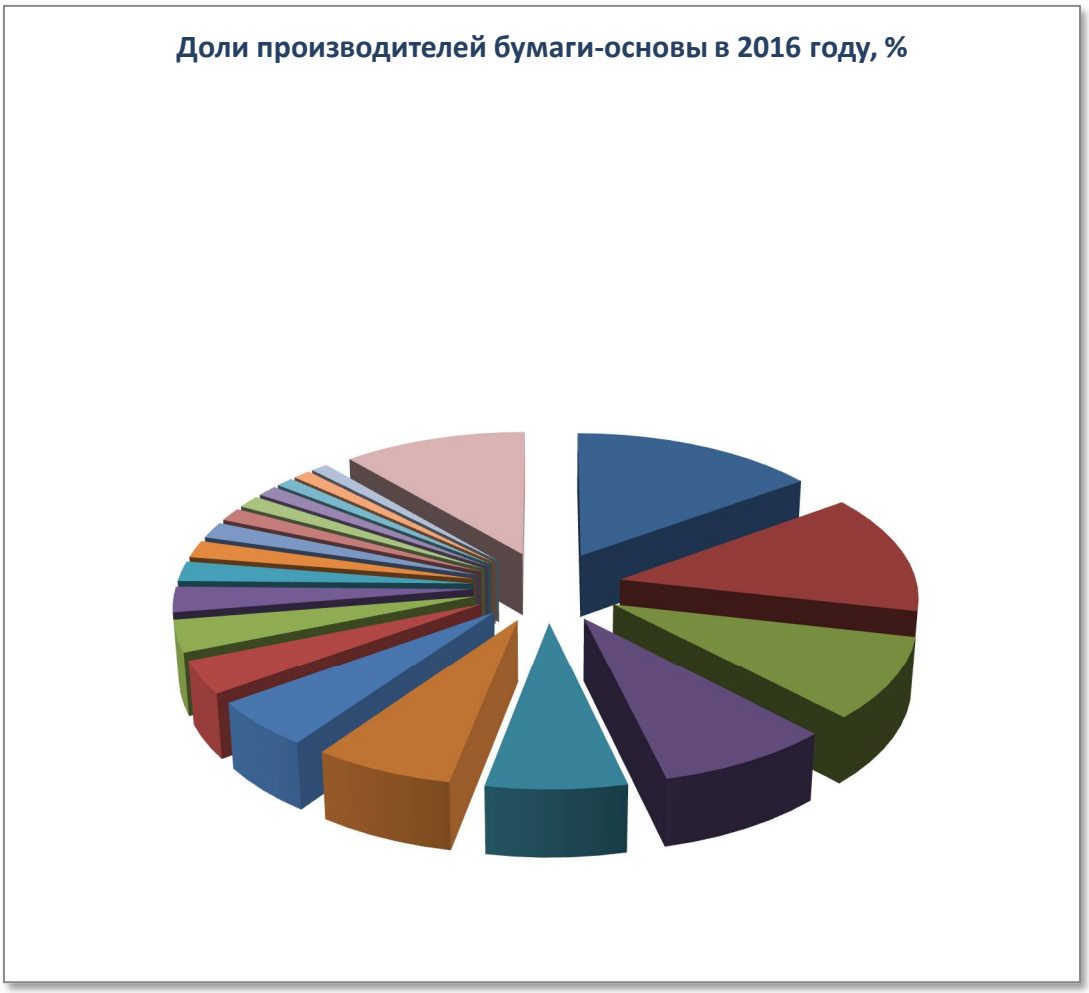

Диаграмма 6. Доли производителей бумаги-основы в 2016 г, %[8]

1.3.4. Структура сбыта бумаги-основы

Основные потребители бумаги основы – это отечественные и зарубежные производители бумажных СГИ. По нашей оценке, из общего объема, продукции произведенной на перепродажу ***% идет на внутренний рынок, при этом ***% идет на экспорт.

[8] *Источники: По расчетам компании «EVENTUS Consulting», данные ЦБК, производителей*

Диаграмма 7. Структура сбыта бумаги-основы в 2016 г., %[9]

Стоит отметить, что у крупных компаний доля бумаги-основы **идущей на перепродажу составляет порядка ***%**.

********** ********* ******* ***** *** ****** ******: ******** ********** ***, ***** **********, ***** *********/****** ********** ***, ***** ****, ** *******.

***** ********, *** ******** ********** ***** *** ****** ******** * ********** ***.

Таблица 3. Схемы сбыта бумаги-основы

Есть несколько возможностей по расширению рынков сбыта в настоящее время:

1. ***** ** ***** ***** ***** ** **** ********* ***** ******* ** ***** ***, ******* ***** ********* ********* ** ********** *****, *** **** ***** *** * *** ***
2. ********** * *** ********** ** ***** *********-********** ***
3. ***** ** ***** ***** *** * ********** ***** (*** ******** ********* * ***** * ******** ****** *****)

[9] *Источники: По расчетам компании «EVENTUS Consulting»*

1.3.5. Ценовая политика компаний-производителей бумаги-основы

Компания	Параметры основы	Целлюлоза, руб./т 1 , 2 слойная	Целлюлоза, руб./т	Влагопрочная основа для полотенец
		т.б.	салфетки	полотенца, платочки
ООО «ХАЯТ КИМЬЯ»	Бумажная основа из 100% целлюлозы	71 000	71 000	73 000

Таблица 4. Ценовая политика производителей бумаги основы из целлюлозы, октябрь 2016 г.[10]

Компания	Макулатура (серая), руб./т.	Макулатура повыш. белизны, руб./т.	Макулатура руб./т; смеш.: 75-80% целлюлоза	Макулатура (цветная), руб./т.
ООО «ХАРТИ»	28 000			

Таблица 5. Ценовая политика производителей бумаги основы из макулатуры, октябрь 2016 г.[11]

1.4. АНАЛИЗ ИМПОРТА И ЭКСПОРТА НА РЫНКЕ БУМАГИ-ОСНОВЫ

1.4.1. Объем и динамика импорта 2015-2016 гг.

По предварительным итогам 2016 года, объем импорта бумаги основы составил порядка *** тыс. тонн, что ниже уровня 2015 года на **%

В стоимостном выражении объем импорта снизится еще больше – на ***% и составит *** тыс. тонн.

	2015				Темпы роста, %
Бумажная основа					
Импорт, тонн	3 321				*-60,5%*
Импорт, тыс. долл.	4 152				*-70,7%*

Таблица 6. Объем, динамика и темпы роста импорта бумаги-основы, 2015-2016 гг.

1.4.2. География импорта

Основной объем ввозимой в РФ бумаги основы польского происхождения, доля этой страны в 2015 году составила 43% в натуральном выражении, доля основы украинского происхождения составила 22%. Далее следуют Финляндия и Швеция по 8% в объеме импорта.

[10] *Источники: Данные производителей*
[11] *Источники: Данные производителей*

Диаграмма 8. Структура импорта основы по странам в натуральном выражении, 2015 г., %

1.4.3. Структура импорта по производителям

***% импорта основы приходятся на польскую компанию Пакс, которая является поставщиком Пакс-Калининград. ***% ввозит HANKE TISSUE SP. Z O.O.. **% приходится на компанию ООО ТПГ АЛЬБАТРОС. ЧАО КАРТОННО-БУМАЖНАЯ КОМПАНИЯ завозит в Россию **% от импорта бумаги-основы.

Диаграмма 9. Структура импорта основы по производителям в натуральном выражении, 2015 г., %

1.4.4. Структура импорта по получателям

31% импорта основы импортного происхождения закупает ООО «Пакс-Калининград», ***% приходится на Торус-Калининград. **% импорта приходится на компанию ООО «Русская бумага Алл продукция». По **% закупают ООО «Основа» и ООО «Булгари Грин» (производитель салфеток).

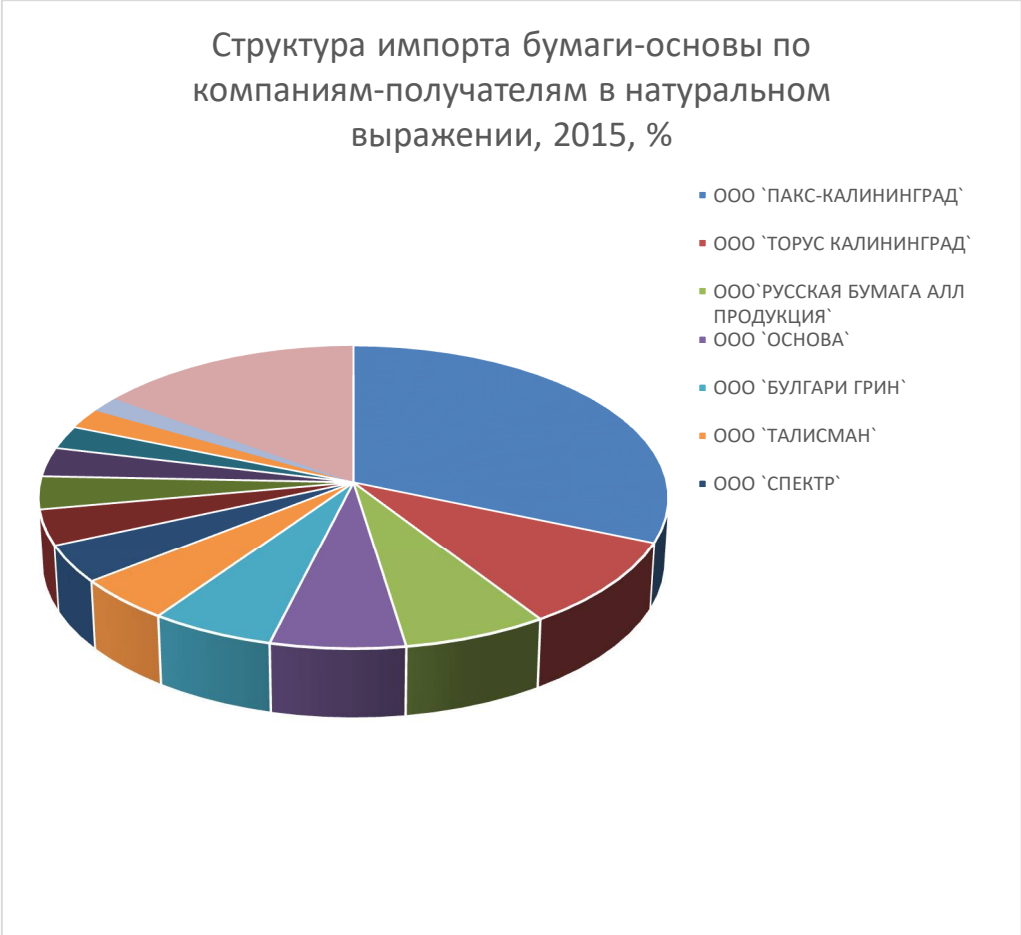

Диаграмма 10. Структура импорта основы по компаниям-получателям в натуральном выражении, 2015 г., %

1.4.5. Объем и динамика экспорта 2015-2016 гг.

1.4.6. География экспорта

1.4.7. Структура экспорта по компаниям-производителям

1.4.8. Структура экспорта по компаниям-потребителям

1.5. ДОЛИ ИГРОКОВ НА РЫНКЕ БУМАГИ-ОСНОВЫ

В совокупности производимой продукции на территории РФ, за вычетом продукции отправленной на экспорт мы получили доли компаний на рынке бумаги-основы. Стоит отметить, что доли присутствия зарубежных компаний (импортеров) на данном рынке ничтожно малы, поэтому рассмотрены не будут.

Таким образом, бесспорным лидером рынка является «ЭсСиЭй Хайджн», доля компании на рынке РФ составляет порядка ***%. Доля ***, по итогам 2015 года составила

%, доля «Сыктывкар Тиссью Групп» - ***%, доля «» составила ***%, доля *** – ***%.

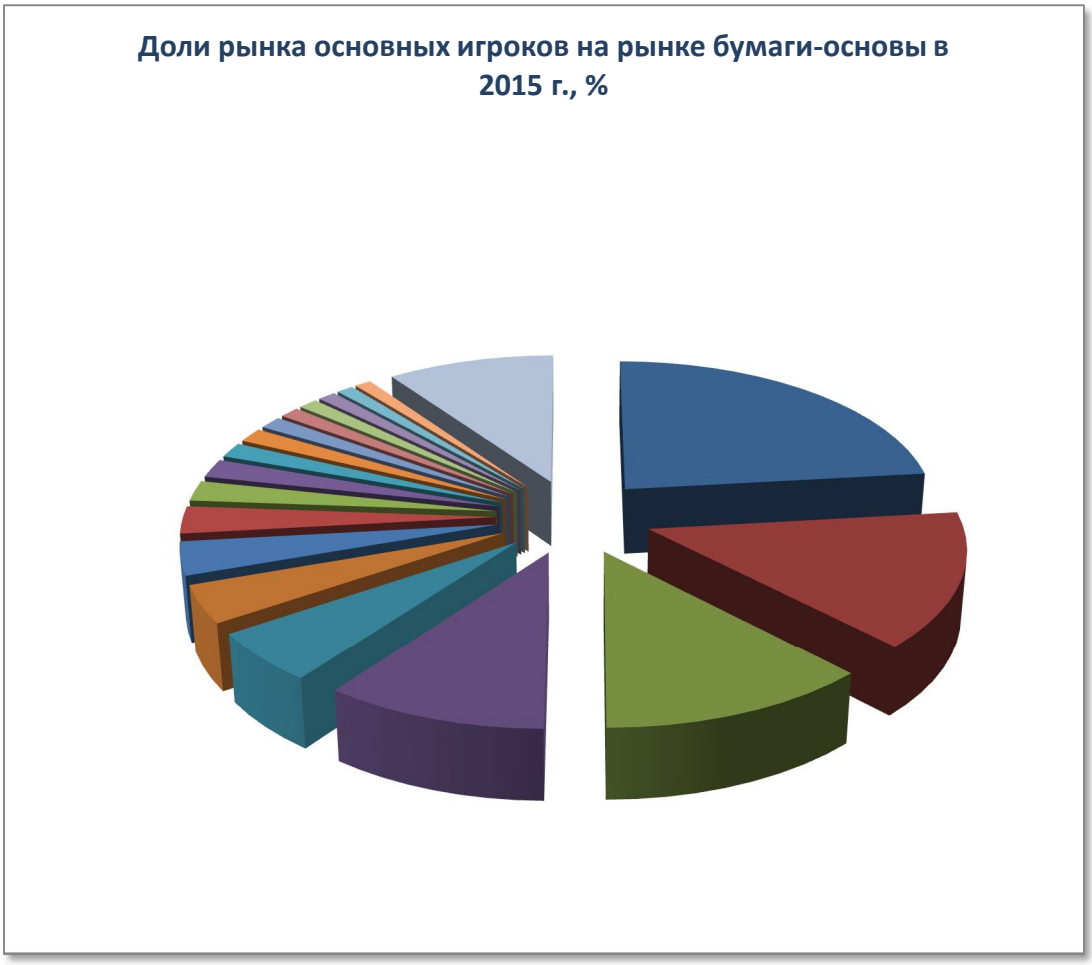

Диаграмма 11. Доли игроков на рынке бумаги-основы, %

ГЛАВА 3. ПРОИЗВОДСТВО БУМАЖНЫХ САНИТАРНО-ГИГИЕНИЧЕСКИХ ИЗДЕЛИЙ

3.1. ОБЪЕМ И ДИНАМИКА ПРОИЗВОДСТВА СГИ

Объем производства бумажных СГИ в 2016 году составил *** тонн. Темпы роста по отношению к 2015 году были на уровне ***%. Объем производства бумажных СГИ по итогам 2015 года составлял *** тонн.

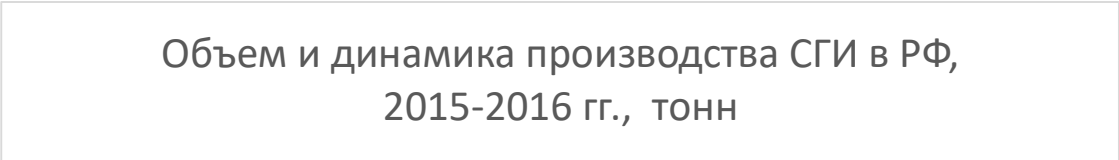

Диаграмма 12. Динамика объема производства бумажных СГИ в 2015-2016 гг., тонн

3.2. СТРУКТУРА ПРОИЗВОДСТВА ПО ВИДАМ

В структуре производства бумажных СГИ по видам в натуральном выражении наибольшая доля приходится на туалетную бумагу (***%). Доля бумажных полотенец в производстве составляет ***%, на долю бумажных салфеток приходится ***% от общего объема производства исследуемых сегментов. Платочки занимают небольшую долю на рынке – ***% в натуральном выражении.

Диаграмма 13. Структура производства бумажных СГИ по видам, 2016 год

В 2016 году можно отметить тенденцию к увеличению доли бумажных салфеток в российском производстве бумажных СГИ. По предварительным итогам 2016 года доля сегмента туалетной бумаги снизилась с ***% до ***%. Доля сегмента бумажных салфеток возросла с **% в 2015 году до ***% в 2016 году). Сокращение доли бумажных полотенец в общем объеме производства не говорит об уменьшении объемов производства, а только о более стабильном и не таком динамичном развитии сегмента по сравнению с сегментом бумажных салфеток. Доля бумажных платочков за исследуемый период оставалась примерно на одном уровне в общей структуре производства СГИ.

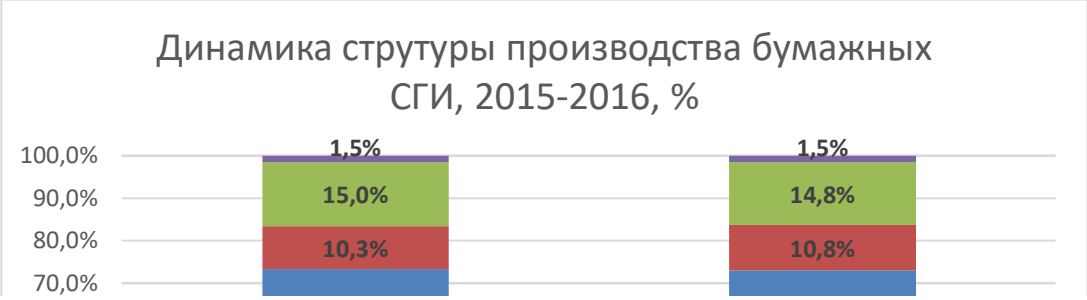

Диаграмма 14. Динамика структуры производства бумажных СГИ по видам, 2015- 2016 год, %

3.3. СТРУКТУРА ПРОИЗВОДСТВА ПО ПРЕДНАЗНАЧЕНИЮ (БЫТОВЫЕ, PROFESSIONAL)

Основной объем производства, по данным опроса производителей, приходится на продукцию для населения – ****%. Профессиональная продукция занимает порядка ****% в общем объеме производства бумажных СГИ. При этом многие производители отмечают, что в профессиональную сферу идет также потребительская продукция, но зачастую конечных потребителей они не знают, так как работают через дистрибьюторов/оптовиков/поставщиков.

Диаграмма 15. Структура производства по назначению продукции (бытовая/профессиональная) 2016 год, %[12]

3.5. ДОЛЯ СТМ В ПРОИЗВОДСТВЕ СГИ

По оценке экспертов, доля СТМ на рынке составляет **%. По данным опроса средних и крупных компаний доля СТМ в производстве в среднем составила ***%, при этом у лидеров рынка доля СТМ доходит до ***%.

Диаграмма 16. Доля СТМ в производстве СГИ 2016 год, %[13]

3.6. АНАЛИЗ СЕГМЕНТОВ СГИ

3.6.1. Объем, динамика и география производства туалетной бумаги

[12] *Источник: расчеты EVENTUS Consulting, данные производителей*
[13] *Источник: расчеты EVENTUS Consulting, данные производителей*

Объем производства туалетной бумаги в 2016 году составляет *** тонн. Темпы роста по отношению к предыдущему году составили ***%.

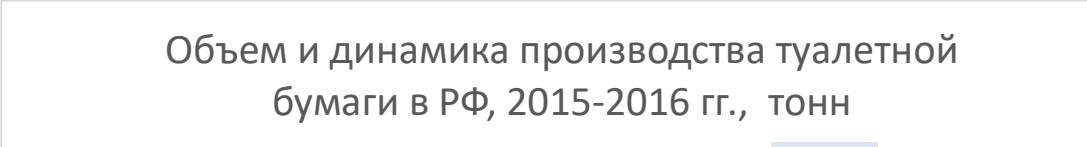

Диаграмма 17. Динамика объема производства туалетной бумаги в 2015-2016 гг.

В региональной структуре производства туалетной бумаги ***% приходится на Ленинградскую область. Доля Республики Татарстан составляет ***%, на Тульскую область приходится ***% в географической структуре исследуемого сегмента.

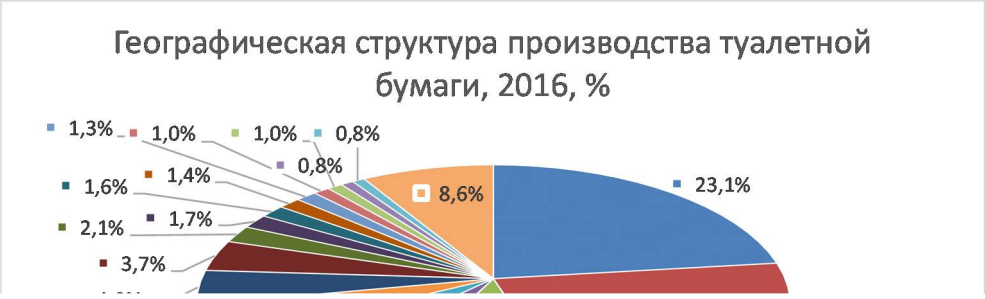

Диаграмма 18. Региональная структура производства туалетной бумаги, в натуральном выражении, %

Объемы производства туалетной бумаги по регионам России в 2016 году представлены в таблице:

Регион	Объем производства в 2016 году, тонн	Доля в общероссийском объеме производства, %
Россия		
Ленинградская область		
Татарстан, Республика		
Тульская область		
Коми, Республика		
Краснодарский край		
Курская область		
Ростовская область		
Ярославская область		
Костромская область		
Московская область		
Свердловская область		
Калужская область		
Рязанская область		
Башкортостан, Республика		
Кемеровская область		
Брянская область		
Алтайский край		
Адыгея, Республика		
Тверская область		
Омская область		
Новосибирская область		
Пермский край		
Ставропольский край		
Челябинская область		
Иркутская область		

Регион	Объем производства в 2016 году, тонн	Доля в общероссийском объеме производства, %
Санкт-Петербург		
Красноярский край		
Карачаево-Черкесская Республика		
Нижегородская область		
Крым, Республика		
Вологодская область		
Кировская область		
Приморский край		
Волгоградская область		
Калининградская область		
Пензенская область		
Смоленская область		
Владимирская область		
Марий Эл, Республика		
Оренбургская область		
Удмуртская Республика		
Тамбовская область		
Липецкая область		
Ивановская область		
Белгородская область		
Астраханская область		
Прочие		

Таблица 7. Объемы производства туалетной бумаги по регионам РФ, тонн[14]

3.6.2. Объем, динамика и география производства бумажных салфеток

3.6.3. Объем, динамика и география производства бумажных полотенец

3.6.4. Объем, динамика и география производства бумажных платочков

3.7. ПРОИЗВОДИТЕЛИ СГИ И ИХ ДОЛИ, 2016 Г.

[14] *Источник: расчеты EVENTUS Consulting, Росстат, данные производителей*

ГЛАВА 7. КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ НА РЫНКЕ СГИ 2016 Г.

7.1. СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА ПО ПРОИЗВОДИТЕЛЯМ, ДОЛИ КРУПНЕЙШИХ ИГРОКОВ

***** ********* **** ********** ** ***** *** ** 4 ******:

1. ******** ********: "***", **** *****, "*****", "******** *****". ****** ******** ************, *** ***** ******** *** *****", "******** *****" ****** ******** ** ********** *****, ** ****** ******** "***" ****** ****** ********** *******, **** ***** * ******** ********* ****** - ***% * ******** ********* ** ****** ******** "********". ***** "****" ******** ***** ***** 1 * ******. *** **** ******** ** ********** ***** * 2015 **** **** *****, ** ***** *******, *** * 2016 **** ****** **** * 7%.

2. ****** ****** – ********** ********** ******* ******, ***** *** "********** ****** *****", «******** ***» *** "** ********** ***". * **** ******** ****** **** ********** * ******, * *** ******* ********** *** ********** ******, *** * ******* ******** *****.

3. ****** ****** – **********, ******* ****** **** ********** * ******* ****** ** ********** (***** 15 000 **** * ***): * ***** ********* ********* «******-*****», «********** ******** *******», «******** *******» ******.

4. * ********* ****** – **********, ********** ****** ********** (********** ******** ******* ** ******* ******-******), ** ******** ******** ******* ******* ********* (** 1000 ** 10 000 **** * ***), * *** ********* «***** *****», «** ********», «***** * *******», «*****» * ******.

**** *** ***** ******, **********, ********** ***** 1000 **** * ***. * ******** *** ********* **** * ****** ******* ********, **** * ****** ***** (********** ****** ** *********, **** ** ***** ** ***** **** *********), ********** ****** * ***** * ********** ********.

**** ******** "***" * ***** ** ***** *** * ********** *********, ** ***** *******, ********* 21% (***** ******* ****** ***** * 2016 **** ****** ********** ********** * ** ****** **** ******** ***** ******* ** 22%). **** «********* ***» ** ****** 2016 **** ***** ********* ** ****** 12%, 10% ******** **** «********** ***», * ********** 2 ******** ********* ****** ***** ******** 9% ** *****.

Диаграмма 19. Доли компаний производителей в производстве СГИ, %

7.2. АНАЛИЗ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ ПРОДУКЦИИ

7.2.2. Сводная информация по исследуемым компаниям (ТМ, основа, сырье, слойность, ассортимент/виды продукции потребительской и профессиональной, СТМ, ценовой сегмент)

производитель	ТМ	основа	слои	сырье	продукция потребительская					продукция профессиональная				СТМ	сегмент
					т. б.	полотенца	салфетки	платочки	другая	т. б.	полотенца	салфетки	другая		
"АРАКС"	Style	-	1,2	ц, м	+	+	+			+	+	+	+	+	нижний
"Вельгийская бумажная фабрика", ОАО	Soft, Чистый дом, Вельгия	+	1	м	+	+	+			+	+	+	+	+	нижний
БК Феникс	«Облачко»		1,2	м, ц	+	+	+			+	+	+		+	нижний
"Картонно-Бумажный комбинат", Башкортостан	Хорошая марка	делают для себя	1	м	+									+	нижний
Росгигиена	Сыктывкарские	_	1,2	м, ц	+		+			+	+	+	+	+	нижний, средний

производитель	ТМ	основа	слои	сырье	продукция потребительская					продукция профессиональная				СТМ	сегмент
					т. б.	полотенца	салфетки	платочки	другая	т. б.	полотенца	салфетки	другая		
ООО " АДИЩЕВСКАЯ БУМАЖНАЯ ФАБРИКА "	"Островская стандарт 54", "Ромашка", "Красная Цена", "Квартал", "Дёшево надолго", "Новинка", "Divo","АЖУР". Snow Lama, под заказ СТМ (например, Толли для пятерочки)	+	1,2	м, ц	+	+								+	нижний, средний
ООО "ПОЛИСЕРВИС"	"Бумландия","Комильфо"," Новая линия","Гармония цвета",New Line-серии Classic, Fresco, Design, GOLD DECOR		1,2,3	м, ц	+	+	+			+					нижний, средний
ООО «КОМФОРТ» (Никмас)	«ПИКНИК» «Комфорт» выпускает продукцию под Private Label, специализируется на выпуске салфеток с логотипом различных фирм	делают для себя	1,2	м, ц	+	+	+							+	нижний, средний
Виво	Vivo, Vivo Professional		1,2	ц	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	нижний, средний
"Народное предприятие Набережночелнинский картонно-бумажный комбинат"															
ООО "Лилия" (ИП Китайкин)															
ООО ПК Снежинка															
Русбум															
ООО "СКОЛ КОМПАНИ"															
ОАО "УМ ЛАНБАТО" (ФЛОКС)															
Бумажная фабрика															

производитель	ТМ	основа	слои	сырье	продукция потребительская					продукция профессиональная				СТМ	сегмент
					т. б.	полотенца	салфетки	платочки	другая	т. б.	полотенца	салфетки	другая		
ООО «НРБ-ГРУПП»															
ООО "ГЛОРИЯ"															
ООО Белая полоса															
ООО "ПЕРМСКАЯ БУМАЖНАЯ ФАБРИКА"															
Папер торг профессионал															
ООО «Бумагароспром»															
"Сыктывкар Тиссью Групп", Открытое акционерное общество															
Терес-сервис	«Терес», без бренда (No name) или с брендом заказчика	делают для собственного производства	1,2,3	м, ц						+	+		+	+	нижний, средний, верхний
Семь и комфорт	"Семья и комфорт", "ЕВРО стандарт", Belux и Batist.	+	1,2,3	м, ц	+	+	+	+	+	+	+	+		+	нижний, средний, верхний
Кубань-Папир	PLUSHE	+	1,2,3	ц, м	+	+	+	+	+		+			+	нижний, средний, верхний
ООО «Торус» (ООО «Лайм»)															
Русская бумага АЛЛ Продукция, ООО															
Алтайкровля															
ООО "Компания "Эбису"															
ООО «МБФ» ООО "АРТ И КО"															
ТД Константа															
Констел групп	«Soft» и «Soft Luxe»	+	1,2,3	ц	+		+	+							средний

производитель	ТМ	основа	слои	сырье	продукция потребительская					продукция профессиональная				СТМ	сегмент
					т. б.	полотенца	салфетки	платочки	другая	т. б.	полотенца	салфетки	другая		
русоргавтоматика ООО «БУМАЖНАЯ ИНДУСТРИЯ»			1,2,3	ц						+	+	+	+		средний
"Агротехмашстройсервис", Закрытое акционерное общество	Nega	делают для себя	1,2,3	ц	+	+	+	+	+			+		+	средний
"Сясьский целлюлозно-бумажный комбинат	“Мягкий Знак” и “KLEO”, ТМ под заказ (например, Толли для пятерочки)	+	1,2,3	ц	+	+	+	+				+		+	средний, верхний
ООО "Бриз"	ALMAX		1,2,3	ц	+	+	+		+	+	+	+	+	+	средний, верхний
"Бумфа Групп", Общество с ограниченной ответственностью															
"ЭССИЭЙ ХАЙДЖИН ПРОДАКТС РАША"															
Хаят Кимья															
Кимберли Кларк															

Таблица 8. Сводная информация по компаниям-конкурентам: ТМ, производство бумаги-основы, слойность, сырье, ассортимент, ценовой сегмент, СТМ, потребительская/профессиональная продукция)

7.2.3. Специализация по видам продукции (потребительская/профессиональная)

7.2.4. Сырьевая база (собственное производство бумаги основы/покупная основа, тип сырья)

7.2.5. Сегментация по слойности производимой продукции

7.2.6. Распределение по ценовым сегментам

7.2.7. Доля производящих под заказ СТМ

7.2.8. Ассортимент прочей продукции, не вошедшей в анализ

7.2.9. Выделение наиболее востребованной продукции по сегментам

По данным, полученным от производителей наиболее востребованная продукция ******** * ******* ******** ********: *** ********* ****** 2******* ************ * ***********, ********* 2******* *********** * 1******* ******** 24*24 ** 100 **. * ********.

***** ********, *** ********* ************* ********, *** ********** ******** ****** *** ************, *********** **** ********* *****, * **** ********* ************ * ******** ****, ******* * ****** ********* ******.

** **************** ********* ******** ************ 1,2 ******* ********* ****** ** ************** ********** 200 *., ********* * ******** 1*******.

Производитель	Регион	Наиболее востребована продукция - туалетная бумага	бумажные полотенца	салфетки	проф. Серия
	Татарстан, Республика	т.б. 1слойная, макулатура, без гильзы, без перф., без тиснения. 1 шт. в уп.	2 слоя, макулатура, с перф., с тиснением, 2 шт. в уп.		200 м., макулатура, на гильзе, без тиснения, без перф. 12 шт. в уп.
	Кемеровская область	1 слойная макул. (крепированная, естественного волокна)	макул. 1 слойные, по 2 рулона	для производства используется	

Производитель	Регион	Наиболее востребована продукция - туалетная бумага	бумажные полотенца	салфетки	проф. Серия
			в упаковке	макулатура высокого качества (это возможно), 1 слойные 100 шт.	
	Московская обл.	2-х слойная целлюл. Если крупные сетевые точки - идут от 8 рулонов, если мелкая сеть - то 4 рулона	2-х слойные по 2 рулона/уп.	24Х24 1-слойные 100 листов	
	Пермский край	макул. 1 слойная ;целлюлозы в основном берут 2-х слойную по 4 шт.	рулонные 2-х слойные целлюл.	100 листов	200 листов влагопрочные, V сложения для диспенсеров, Салфетки из макул. 1 слойные от 150 до 200 м самые востребованные

Таблица 9. Наиболее востребованная продукция производителей

7.2.10. Новая продукция, уникальные/инновационные решения

********_********** ** ****** ******, ***** ** *******, ********** ***** *******, ***** *****, ***** **** ********, ***** **** ********, ** * ********** ***** ********** ***** * ********** **********, ********** ********** _ * *****, ******** ******* ** **** ***** * **** ***** ********** ****.

Транснациональные компании делают ставку на продукцию премиум сегмента (3,4 слойная продукция) и на инновационные решения (хлопковые волокна, мягкие подушечки, особая мягкая зона в середине листа, смываемая втулка, двустороннее тиснение и т.д.). Все изделия производителя Хаят Кимья изготавливаются из 100% натуральной целлюлозы с применением уникальных технологий B-Side и ViscoNip, значительно повышающих потребительские свойства продукции. Компания Кимберли Кларк использует запатентованные технологии производства бумажных профессиональных полотенец сокращающих расход сырья на 17%. 25% продаж в 2015 году за счет инновационных экологических продуктов.

Крупнейшие российские производители также используют новейшие технологии, такие как ********** ********** ***** (**********), **********.

******** «*****» ********* ***** ********** ***** *** ********** ********* ****** * ******** ********* ** ********** ********** «*****- *****».

****** ********** ********** ***** * ********* ********** ********** *********, *** *** *******, *** **** ******* *** ** *******.

Компания	новая продукция	конкурентные преимущества	планы по выпуску новой продукции

Таблица 10. Новая/инновационная продукция предприятий, конкурентные преимущества, планы по выпуску новой продукции

Проанализировав данные производителей о выпуске новой продукции и планах предприятий, мы выделили основные тенденции в области новой/инновационной/уникальной продукции и представили их ниже в таблице.

1	2 ********* ********
2	******* ********
3	*** ********
4	*** *********
5	******** ********* ********** ****** ********* *********, ********** ** ******** ******.
6	********** *********
7	********** ********** **********: ********* ******, ********** ******* ****** * ******** * ********** ********, ****** ********** ********* ** ********* ******, ********** ****** ***** ****** * ********** ********* * ********** 4 **** * ****** ****** ***** ********** *****
8	******* **** **********, ******** ********** ********** *********
9	********** ********** ********** ********** ********* ****** *****, ******** ********** ********** *********
10	********** ******* * ******** (********, ******** - *** ******** *** ****)
11	********** ********* (**** **** * *******, *********)
12	******* *****, ********** *** ***** * ******** * ********** ******** ******** * ***** ******, *********, ********
13	**********
14	********** **********

Таблица 11. Основные тенденции в области новой/инновационной/уникальной продукции

7.3. УРОВЕНЬ КОНЦЕНТРАЦИИ РЫНКА ПО ИССЛЕДУЕМЫМ СЕГМЕНТАМ

****** ******* ********** * ******* * ******* ******** ******** **********, ******** ** ********** ********** ***** ***** ********** **********. ********** ********** **** ********** ***** - ********** **********. **** ****** ********** ******* ********** ******* ****, ********** ***** ***** ***** ***** ******* ********** ********.

********* ******* *****, ********** ******** ********** ********** *******, ********** ******** ******* ****, * 2016 **** ** ********** ***** ******** *** ****** ******** ***%.* ******** ********* ****** ****** ******** _ ***%, * ******** ******** ********* - ***%.

Рынок СГИ в целом

Компания	Доля на рынке, %

Таблица 12. Уровень концентрации рынка СГИ

Доля на рынке туалетной бумаги

Компания	Доля на рынке, %

Таблица 13. Уровень концентрации рынка туалетной бумаги

Доля на рынке бумажных полотенец

Компания	Доля на рынке, %

Таблица 14. Уровень концентрации рынка бумажных полотенец

******* ********** * ******* ******* ******** ** ****** **35**%, ******** ********* **59**%.

*****: ***** _ **********, ***** ******* ***** ********** ******** ********** ********. *** **** ********* ***% ***** ********** ***** ******** * ******* ********, ******* ********** ***** 100 ********. * ********* ***** ** ***** ******* ***** ******* ******, ***** *** ***** *****, ******* ** ********* * ********* ******* ****** **** * 10%. ***** ***** ********* * *********, ****** ****** ********* ***** ******* * *****.

**** ****** ******* ********** * ******** ********** *********.

********* ******* *****, ********** ******** ********** ********** ******* * 2016 **** ** ********** ***** ******** *** ****** * ******** ********** ********** ********* ******** ***%.

Компания	Доля в производстве профессиональной продукции, %

Компания	Доля в производстве профессиональной продукции, %

Таблица 15. Уровень концентрации рынка профессиональной продукции

***** ********, *** ** ***** *************** ********, ***** ******* ********** **********, **** ***** **********, ********** ****** ** *************** ********, ** **** ***** ***** ** **** 1-2%, * ********** ***** ******** ******* 5. **** ********* ******** ************. * ***** **** ******* ***** ******* ************ *** ****** ***** *******.

7.4. НАСЫЩЕННОСТЬ РЫНКА В ИССЛЕДУЕМЫХ СЕГМЕНТАХ

ГЛАВА 9. АНАЛИЗ СБЫТА И ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОДУКЦИИ

9.1. ОСНОВНЫЕ СХЕМЫ СБЫТА

9.3. ПОПУЛЯРНОСТЬ КАНАЛОВ СБЫТА

9.3. ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ КАНАЛЫ СБЫТА, РЕГИОНЫ СБЫТА, ОСНОВНЫЕ КЛИЕНТЫ ПО ПРОИЗВОДИТЕЛЯМ

Далее в таблице представлены каналы сбыта, регионы сбыта и основные клиенты производителей бумажных СГИ.

Компания	Каналы сбыта	Регионы сбыта	клиенты

Компания	Каналы сбыта	Регионы сбыта	клиенты

Таблица 16. Используемые каналы сбыта, регионы сбыта и основные клиенты российских производителей СГИ

9.4. ПЕРСПЕКТИВНЫЕ РЫНКИ СБЫТА

9.5. ПРОДВИЖЕНИЕ ПРОДУКЦИИ НА РЫНКЕ

9.5.1. Особенности принципов продвижения продукции санитарно-гигиенического назначения

9.5.2. Используемые методы продвижения продукции санитарно-гигиенического назначения компаниями-производителями

В таблице представлены используемые методы продвижения своей продукции исследуемыми компаниями-производителями продукции санитарно-гигиенического назначения.

Компания	Продвижение

Таблица 17. Методы продвижения продукции производители СГИ

9.5.3. Анализ наиболее эффективных методов продвижения

Скидки, специальные желтые или красные ценники являются главным инструментом по продвижению продукции, этот вариант указали большинство исследуемых производителей.

На втором месте по популярности акции и конкурсы для конечных потребителей, такого типа «Купи 2 упаковки получи третью в подарок» или «+ 10 салфеток бесплатно», «Собери 10 упаковок и прими участие в розыгрыше …» и тому подобное.

Третьим по популярности каналом является интернет, производители используют растяжки, промоpолики как на специализированных тематических сайтах, так и различных торговых площадках, соц. сетях, поисковиках и всевозможных площадках интернета (для использования этого канала, необходимо провести анализ посещаемости сайтов и анализ стоимости рекламных участков на различных сайтах).

Четвертое место по популярности ******** ********. ******* * ********* ********* ****************** **** *********, ***** ***** ************ * ***** **************, ************** *****, *********** *************** *********. (**********************) ***********, ******* ***** * ******* ********* * ********** * ******* ** ********** ***********)

***** ***** ********* ********, *** ********** ******** ***** *** ********** ********* * ********* *2*, * ***** *** ************** *********.

** ****** ***** ******* ****************** * ******* * ********* ********** **********. * ********* ***** *** ******* ********** ************** ********* ********* ******* *****, ******* *****, ******, ********* ******* * ********** ********** * ***** ********.

*** ***** ****** ************ *** *********** ********* ******** ********. ********, *****, ************** * *************, *** **** *** ****** **** ******* (******* ********, ***** *** ******* ********, *** *** 8******** ********, * ** *****). ********* ********** ******** * ********* ***** ***** *********** ** * ********** ********* ******** * ********, * * ******* ********, *** ****** ** ***** ************** * ******** ****** ***** ************ *********.

***** ****** ********* **** ************** ** ********** 2-* *** * ******* ****** ************** ***** * *******, *** "****" ******** ********** *******. ***** **** ********* ** *** ** *********, *** * ********** - ****** * ****, * ****, * *****. ******* ********* ****** ** ****** * ******* ***** ****, *** ********* ****** *** ************ ******. ******* ********** ******* ***** ****** ** ********, ******* ******* ** *********** **** ****** * ***** * **** * ***** ****. ************** ***** ********, *** ********* ****** "*****" * ***** ******** ************** *** ******* ************ ********, ************** *** *******.

********* ******, ************ ******* ********* ****** ******* :

- ***** 80% ******* ********** ********* ****** "****" ******** ******* ******** ****** * ***** ********, 90% ******** ******** ****** ** *****.

- ***** ********** ****** ***** 60% ********* *******, *** ***** ***** ******** ****** "*****" * ***** ************ ** ******. *** *******, * ********** ******* ************ ********** * ******** "*****".

- 79% ******* ************ ****** *******, *** ***** *** ********** ****** "*****", *** ****** ********, ********* ************* * ********** *** ***** **********.

Наименее популярные каналы продвижения - радио, ТВ и наружная реклама. При этом меньшая популярность связана не с эффективностью этих каналов, а со стоимостью продвижения через эти каналы. Реклама на телевидении все еще остается главным каналом, но по карману она только крупным транснациональным брендам Zewa и Kleenex.

Диаграмма 20. Активность компаний в продвижении продукции

ГЛАВА 10. ПРОГНОЗ РАЗВИТИЯ РЫНКА

10.1. ПРОГНОЗ ОБЪЕМА РЫНКА БУМАЖНЫХ СГИ ПО ВИДАМ ДО 2020 ГОДА

10.2. ПЛАНЫ РАЗВИТИЯ ОСНОВНЫХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ БУМАЖНЫХ СГИ

Крупнейшие предприятия, такие как Сыктывкар и Сясьский планируют расширять рынки сбыта потребительской продукции на рынках СНГ и увеличивать свое присутсвия в профессиональном сегменте. Международные бренды такие как SCA и Хаят наращивает выпуск премиальной продукции и продукции для профессионального использования.

Далее в таблице представлены планы компаний по развитию на 2017 год.

Производитель	Регион	Планы на 2017 год

Таблица 18. Планы по развитию производителей СГИ

О КОМПАНИИ EVENTUS CONSULTING

Компания **«EVENTUS Consulting»** существует на рынке с 2010 года, специализируется на проведении маркетинговых исследований любой степени сложности, оказании консультационных услуг в сфере маркетинга и разработке высококачественных бизнес-планов. Сотрудники компании имеют высшее образование в сфере экономики, статистики, маркетинга и технических наук, опыт команды составляет более 10 лет успешного проведения маркетинговых исследований и разработки бизнес-планов.

Мы предоставляем информацию, незаменимую для разработки маркетинговых стратегий, бизнес решений и эффективного медиапланирования, собирая, систематизируя и анализируя данные, отражающие предпочтения и мотивацию потребителей.

Компания «EVENTUS Consulting» является надежным партнером, мы сотрудничаем с российскими и зарубежными компаниями. За всю историю нашей компании не было ни одного недовольного Клиента. Мы дорожим своей репутацией и предоставляем только качественную и проверенную информацию.

Основными отраслями специализации нашей компании являются потребительские товары, сельское хозяйство, производство продуктов питания, промышленность. С 2010 года наша компания выполнила более **250** проектов для различных сфер бизнеса.

- Мы разрабатываем маркетинговые исследования в соответствии с международными стандартами ESOMAR (Европейского Общества исследователей рынка и общественного мнения), а также согласно требованиям ФАС РФ к исследованиям рынка. При проведении исследования используются качественные и количественные методики.

- Бизнес-планы компании EVENTUS Consulting соответствуют российским и международным стандартам
  - UNIDO (United Nations Industrial Development Organization)
  - ЕБРР (Европейский банк реконструкции и развития)
  - TACIS (Техническая помощь Содружеству независимых государств)
  - Правительства РФ
  - Министерство Экономического Развития

А также стандартам российских банков (Сбербанк, Россельхозбанк, ВТБ и т.д.)

Контактная информация:

Сайт: www.bp-eventus.ru , телефон: +7 (499) 340–70–12, адрес: Москва, Сокольнический Вал, 52

E-mail: info@bp-enentus.ru, market@bp-eventus.ru