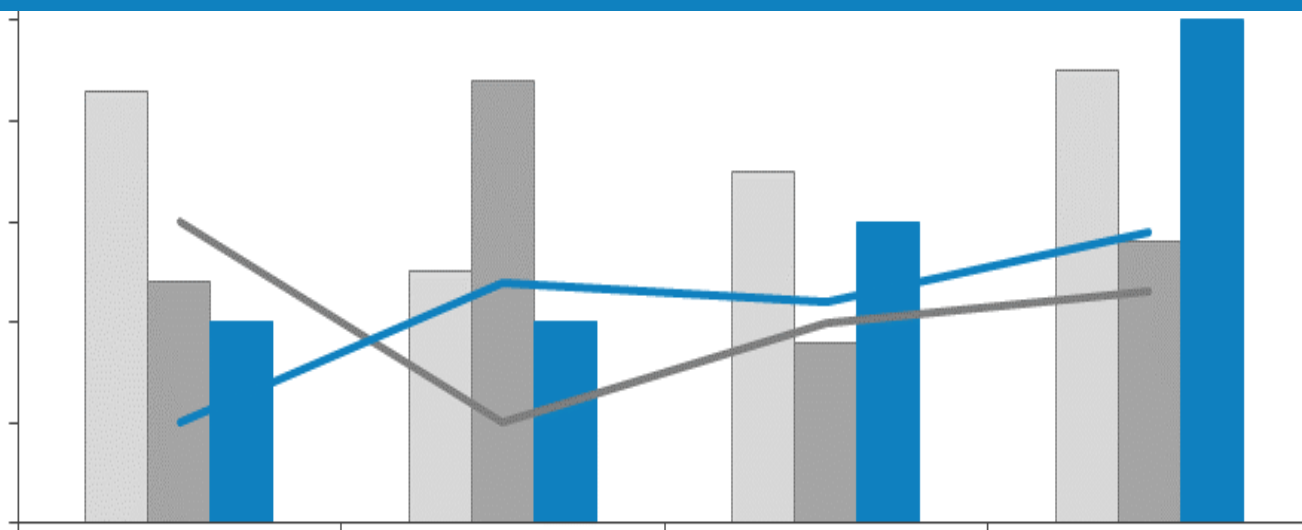




Аналитический отчет DISCOVERY RESEARCH GROUP

Рынок средств гигиены полости рта и зубов электрических в России



Агентство DISCOVERY Research Group было создано в 2005 г. За годы работы нашими клиентами стали тысячи компаний. Со списком клиентов можно ознакомиться тут: <http://www.drgroup.ru/clients.html>

Наши клиенты, в том числе - крупнейшие мировые корпорации, выражают благодарность агентству за проведенные исследования <http://www.drgroup.ru/reviews.html>

Почему маркетинговые исследования выгоднее покупать у нас?

1. Мы используем максимально полный набор источников,

который можно использовать в рамках кабинетного исследования, включая экспертные интервью с игроками рынка, результаты обработки баз данных ФТС РФ, данные ФСГС РФ (Росстата), профильных государственных органов и многие другие виды источников информации.

2. Мы обновляем исследование на момент его приобретения.

Таким образом, вы получаете обзор рынка по состоянию на самый последний момент. Наши отчеты всегда самые свежие на рынке!

3. Мы максимально визуализируем данные

путем формирования таблиц и построения диаграмм. Это позволяет клиентам тратить меньше времени на анализ данных, а также использовать подготовленные нами графики в собственных документах. Естественно, при этом очень много выводов дается в текстовом виде, ведь далеко не всю информацию можно представить в виде таблиц и диаграмм.

4. Все наши отчеты предоставляются клиентам в форматах Word и Excel,

что позволяет Вам в дальнейшем самостоятельно работать с отчетом, используя данные любым способом (изменять, копировать и вставлять в любой документ).

5. Мы осуществляем послепродажную поддержку

Любой клиент после приобретения отчета может связаться с нашим агентством, и мы в кратчайшие сроки предоставим консультацию по теме исследования.

Методология проведения исследований

Одним из направлений работы агентства DISCOVERY Research Group является подготовка *готовых исследований*. Также такие исследования называют *инициативными*, поскольку агентство самостоятельно инициирует их проведение, формулирует тему, цель, задачи, выбирает методологию проведения и после завершения проекта предлагает результаты всем заинтересованным лицам.

Мы проводим исследования рынков России, стран СНГ, Европы, США, некоторых стран Азиатско-Тихоокеанского региона.

Основным предназначением *готовых исследований* является ознакомление участников рынка – производителей, импортеров, дистрибьюторов, клиентов, всех заинтересованных лиц, – с текущей рыночной ситуацией, событиями прошлых периодов и прогнозами на будущее. *Хорошее готовое исследование должно быть логически выстроенным и внутренне непротиворечивым, емким без лишней малоприменимой информации, точным и актуальным, давать возможность быстро получить нужные сведения.*

РЫНОЧНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ

Хорошее готовое исследование должно отражать данные обо всех ключевых рыночных показателях, а значит содержать в себе информацию:

- об объеме, темпе роста и динамике развития производства, импорта и экспорта, и самого рынка;
- о различных сценариях прогноза ключевых показателей рынка в натуральном и стоимостном выражении;
- о структуре потребления;
- об основных сегментах рынка и ключевых отраслях;
- о ключевых тенденциях и перспективах развития рынка в ближайшие несколько лет;
- о ключевых факторах, определяющих текущее состояние и развитие рынка;
- о потребительских свойствах различных товарных групп;
- о рыночных долях основных участников рынка;
- о конкурентной ситуации на рынке;
- о финансово-хозяйственной деятельности участников рынка;
- иногда проводится мониторинг цен и определяется уровень цен на рынке;
- и др.

ИСТОЧНИКИ ИНФОРМАЦИИ

Для того, чтобы клиент получил максимально детальное представление об анализируем рынке мы используем все доступные источники информации:

1. Базы данных Федеральной Таможенной службы РФ, ФСГС РФ (Росстат).
2. Материалы DataMonitor, EuroMonitor, Eurostat.
3. Печатные и электронные деловые и специализированные издания, аналитические обзоры.
4. Ресурсы сети Интернет в России и мире.
5. Экспертные опросы.
6. Материалы участников отечественного и мирового рынков.
7. Результаты исследований маркетинговых и консалтинговых агентств.
8. Материалы отраслевых учреждений и базы данных.
9. Результаты ценовых мониторингов.
10. Материалы баз данных статистики ООН (United Nations Statistics Division: Commodity Trade Statistics, Industrial Commodity Statistics, Food and Agriculture Organization и др.).
11. Материалы Международного Валютного Фонда (International Monetary Fund).
12. Материалы Всемирного банка (World Bank).
13. Материалы ВТО (World Trade Organization).
14. Материалы Организации экономического сотрудничества и развития (Organization for Economic Cooperation and Development).
15. Материалы International Trade Centre.
16. Материалы Index Mundi.
17. Результаты исследований DISCOVERY Research Group.

Очевидно, что использование большего числа источников позволяет исследователю, во-первых, собирать максимальный объем доступной информации, дополнять информацию из одних источников информацией из других источников, во-вторых, производить перекрестную проверку получаемых сведений.

Периодические печатные и цифровые СМИ подвержены влиянию участников рынка. При анализе необходимо внимательно сравнивать оценки разных показателей, предоставленных различными игроками. В базах данных ФТС РФ декларанты (импортеры и экспортеры) зачастую занижают импортную и экспортную цены. Кроме этого, многие источники не имеют возможности объективно и полно собирать всю необходимую информацию о рынке. Например, ФСГС РФ (Росстат) ведет учет сведений об объемах выпуска продукции не по всем кодам, существующим в классификаторе кодов ОКПД (общероссийский классификатор продукции по видам экономической деятельности). Следовательно, часть информации приходится получать из дополнительных источников.

В силу вышеназванных причин очень важно использовать максимально широкий круг источников информации.

ОБРАБОТКА БАЗ ДАННЫХ И ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

При этом сбор информации – это лишь полдела. Важно *правильно обработать базы данных и рассчитать значения требующихся показателей*. Для этого нужны высокая квалификация и опыт работы в программах Access, Excel, SPSS. Наши специалисты обладают этими качествами.

Кроме того, за годы работы специалистами агентства DISCOVERY Research Group разработаны *собственное специальное программное обеспечение и алгоритмы обработки различных баз данных*, в т.ч. баз данных ФТС РФ. Это позволяет производить более точные расчеты за меньший период времени, экономя тем самым деньги Клиента. *При желании вы можете ознакомиться с ними.*

Наши Клиенты получают возможность оперировать более точными оценками всевозможных рыночных показателей, более обоснованно оценивать позиции своей компании, прогнозировать объемы собственных продаж и продаж конкурентов!!!

Этот отчет был подготовлен **DISCOVERYResearch Group** исключительно в целях информации. **DISCOVERY Research Group** не гарантирует точности и полноты всех сведений, содержащихся в отчете, поскольку в некоторых источниках приведенные сведения могли быть случайно или намеренно искажены. Информация, представленная в этом отчете, не должна быть истолкована, прямо или косвенно, как информация, содержащая рекомендации по дальнейшим действиям по ведению бизнеса. Все мнение и оценки, содержащиеся в данном отчете, отражают мнение авторов на день публикации и могут быть изменены без предупреждения.

DISCOVERY Research Group не несет ответственности за какие-либо убытки или ущерб, возникшие в результате использования любой третьей стороной информации, содержащейся в данном отчете, включая опубликованные мнения или заключения, а также за последствия, вызванные неполнотой представленной информации. Информация, представленная в настоящем отчете, получена из открытых источников. Дополнительная информация может быть представлена по запросу.

Этот документ или любая его часть не может распространяться без письменного разрешения **DISCOVERY Research Group** либо тиражироваться любыми способами.

ВАЖНО!

Задачи, поставленные и решаемые в настоящем отчете являются общими и не могут рассматриваться как комплексное исследование рынка того или иного товара или услуги. Для решения специфических задач необходимо проведение Adhoc исследования, которое в полной мере будет соответствовать потребностям бизнеса.

Основное направление деятельности **DISCOVERY Research Group** – проведение маркетинговых исследований полного цикла в Москве и регионах России, а также выполнение отдельных видов работ на разных этапах реализации исследовательского проекта.

Также **DISCOVERY Research Group** в интересах Заказчика разрабатывает и реализует PR-кампании, проводит конкурентную разведку с привлечением соответствующих ресурсов.

Специалисты агентства обладают обширными знаниями в маркетинге, методологии, методике и технике маркетинговых и социологических исследований, экономике, математической статистике и анализе данных.

Специалисты агентства являются экспертами и авторами статей в известных деловых и специализированных изданиях, среди которых Коммерсантъ, Ведомости, Эксперт Компания, Профиль, РБК-Daily, Секрет фирмы и ряд других.

Агентство **DISCOVERY Research Group** является партнером РИА «РосБизнесКонсалтинг» и многих других Интернет-площадок по продаже отчетов готовых исследований.

Содержание

Список таблиц и диаграмм	8
Таблицы:	9
Диаграммы:	9
Резюме	10
Глава 1. Технологические характеристики исследования.....	11
Цель исследования	11
Задачи исследования.....	11
Объект исследования	11
Метод сбора и анализа данных	11
Метод анализа данных.....	11
Объем и структура выборки.....	12
Глава 2. Объем рынка средств гигиены полости рта и зубов в России в 2013 – 1п. 2014 гг.....	13
Глава 3. Импорт средств гигиены полости рта и зубов в Россию и экспорт из России в 2013 – 1 пол. 2014 гг.	14
Импорт по торговым маркам.....	15
<i>Зубные щетки электрические</i>	15
<i>Ирригаторы для полости рта</i>	17
Импорт по стране происхождения товара	18
<i>Зубные щетки электрические</i>	18
<i>Ирригаторы для полости рта</i>	19
Глава 4. Основные события, тенденции и перспективы развития рынка бытовой техники и электроники в России	20
Состояние рынка бытовой техники в кризис 2008 года	20
Текущее состояние рынка БТиЭ.....	20
Влияние колебаний курса рубля на рынок БТиЭ	21
Противостояние розницы и интернет-торговли на рынке БТиЭ.....	21
Ограничение импорта российской техники на белорусский рынок.....	22
Глава 5. Финансово-хозяйственная деятельность и планы развития ключевых игроков рынка средств гигиены полости рта и зубов в России	23
Зарубежные производители средств гигиены полости рта и зубов	23
<i>Colgate</i>	23
<i>ORAL-B</i>	23
<i>BRAUN</i>	23

Список таблиц и диаграмм

Отчет содержит 7 таблиц и 6 диаграмм.

Таблицы:

Таблица 1. Объем рынка зубных щеток в России в 2013 – 1п. 2014 гг., шт.	13
Таблица 2. Объем рынка ирригаторов в России в 2013 – 1п. 2014 гг., шт.	13
Таблица 3. Объем импорта из России и экспорта в Россию средств гигиены полости рта и зубов в 2013 – 1п.2014, шт. и \$ тыс.	14
Таблица 4. Объем импорта зубных щеток по торговым маркам в Россию в 2013 г., шт. и \$ тыс.	15
Таблица 5. Объем импорта ирригаторов по торговым маркам в Россию в 2013 г., шт. и \$ тыс.	17
Таблица 6. Импорт зубных щеток по стране происхождения товара в Россию в 2013 г., шт. и \$ тыс.	18
Таблица 7. Импорт ирригаторов по стране происхождения товара в Россию в 2013 г., шт. и \$ тыс.	19

Диаграммы:

Диаграмма 1. Структура импорта зубных щеток в Россию в натуральном выражении по торговым маркам в 2013 г., %	15
Диаграмма 2. Структура импорта зубных щеток в Россию в стоимостном выражении по торговым маркам в 2013 г., %	16
Диаграмма 3. Структура импорта ирригаторов в Россию в стоимостном выражении по торговым маркам в 2013 г., %	17
Диаграмма 4. Структура импорта зубных щеток в Россию в натуральном выражении по стране происхождения товара в 2013 г., %	18
Диаграмма 5. Структура импорта зубных щеток в Россию в стоимостном выражении по стране происхождения товара в 2013 г., %	19
Диаграмма 6. Структура импорта ирригаторов в Россию по стране происхождения товара в натуральном выражении в 2013 г., %	19

Резюме

В ноябре 2014 года маркетинговое агентство DISCOVERY Research Group завершило исследование российского рынка средств гигиены полости рта и зубов. К рассмотренным категориям товаров относятся зубные щетки электрические и ирригаторы для полости рта.

Объем рынка зубных щеток электрических в России в 2013 году в натуральном выражении составил ... шт. За первую половину 2014 года объем рынка электрических зубных щеток превысил ... тыс. шт.

Импортные поставки полностью формируют рынок ирригаторов полости рта. В 2013 году объем рынка составил более ...тыс. шт.

Объем импорта электрических зубных щеток в Россию в 2013 году достиг ... млн. шт. или \$ По результатам первого полугодия 2014 года объем импорта составил более ... тыс. шт. или \$ Экспорт зубных щеток составил ... шт.

Объем импорта ирригаторов для полости рта в 2013 году составил более ... шт. или \$ В первом полугодии импорт ирригаторов в Россию составил ... шт. на сумму \$

По итогам 2013 года около половины импорта электрических зубных щеток в Россию в натуральном выражении приходится на торговую марку, на втором месте находится бренд, затем - торговая марка

В стоимостном выражении лидирующей в импорте электрических зубных щеток в Россию является торговая марка, вторую позицию занимает торговая марка, на третьем месте – бренд

В импорте ирригаторов для полости рта преобладает продукция торговой марки, на которую приходится около ... % импорта в натуральном выражении. Более ... % в импорте занимает торговая марка, на третьей позиции продукция

В импорте средств гигиены полости рта и зубов в Россию преобладает продукция китайского производства. Так, в импорте зубных щеток продукция из Китая составляет ... %.

Глава 1. Технологические характеристики исследования

Цель исследования

Охарактеризовать текущее состояние и перспективы развития рынка средств гигиены полости рта и зубов в России.

Задачи исследования

1. Определить объем рынка средств гигиены полости рта и зубов в России в 2013 – 1 пол. 2014 гг.
2. Определить объем импорта в Россию и экспорта из России средств гигиены полости рта и зубов в 2013 -1 пол. 2014 гг. по торговым маркам.
3. Определить ключевые тенденции и перспективы развития рынка бытовой техники и электроники средств гигиены полости рта и зубов, в частности, в России в ближайшие несколько лет.
4. Определить ключевые факторы, определяющие текущее состояние и развитие рынка средств гигиены полости рта и зубов в России.
5. Описать финансово-хозяйственную деятельность участников рынка.

Объект исследования

Рынок средств гигиены полости рта и зубов в России.

Метод сбора и анализа данных

Мониторинг документов.

В общем виде целью кабинетного исследования является проанализировать ситуацию на рынке средств гигиены полости рта и зубов и получить (рассчитать) показатели, характеризующие его состояние в настоящее время и в будущем.

Метод анализа данных

1. Базы данных Федеральной Таможенной службы РФ, ФСГС РФ (Росстат).
2. Материалы DataMonitor, EuroMonitor, Eurostat.
3. Печатные и электронные деловые и специализированные издания, аналитические обзоры.
4. Ресурсы сети Интернет в России и мире.

5. Экспертные опросы.
6. Материалы участников отечественного и мирового рынков.
7. Результаты исследований маркетинговых и консалтинговых агентств.
8. Материалы отраслевых учреждений и базы данных.
9. Материалы баз данных статистики ООН (United Nations Statistics Division: Commodity Trade Statistics, Industrial Commodity Statistics, Food and Agriculture Organization и др.).
10. Материалы Международного Валютного Фонда (International Monetary Fund).
11. Материалы Всемирного банка (World Bank).
12. Материалы ВТО (World Trade Organization).
13. Материалы Организации экономического сотрудничества и развития (Organization for Economic Cooperation and Development).
14. Материалы International Trade Centre.
15. Материалы Index Mundi.
16. Результаты исследований DISCOVERY Research Group.

Объем и структура выборки

Процедура контент-анализа документов не предполагает расчета объема выборочной совокупности. Обработке и анализу подлежат все доступные исследователю документы.

Глава 2. Объем рынка средств гигиены полости рта и зубов в России в 2013– 1п. 2014 гг.

Расчеты DISCOVERY Research Group, сделанные по формуле видимого потребления:

Объем рынка = Объем производства+ Объем импорта - Объем экспорта

показывают, что объем рынка зубных щеток электрических в России в 2013 году в натуральном выражении составил ...

Таблица 1. Объем рынка зубных щеток в России в 2013 – 1п. 2014 гг., шт.

Год	Импорт	Экспорт	Объем рынка
2013			
1 пол. 2014			

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФТС РФ

Импортные поставки полностью формируют рынок ирригаторов полости рта. В 2013 году объем рынка составил ...

Таблица 2. Объем рынка ирригаторов в России в 2013 – 1п. 2014 гг., шт.

Год	Импорт	Экспорт	Объем рынка
2013			
1 пол. 2014			

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФТС РФ

Глава 3. Импорт средств гигиены полости рта и зубов в Россию и экспорт из России в 2013 – 1 пол. 2014 гг.

Объем импорта электрических зубных щеток в Россию в 2013 году составил ... шт. или \$... По результатам первого полугодия 2014 года объем импорта составил ... тыс. шт. или \$... млн. Экспорт зубных щеток составил ...

Объем импорта ирригаторов для полости рта в 2013 году составил

Таблица 3. Объем импорта из России и экспорта в Россию средств гигиены полости рта и зубов в 2013 – 1п.2014, шт. и \$ тыс.

Показатель	2013		1п.2014	
	шт.	\$ тыс.	шт.	\$ тыс.
Импорт			
Зубные щетки			
Ирригаторы			
Экспорт			
Зубные щетки		

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФТС РФ

Импорт по торговым маркам

Зубные щетки электрические

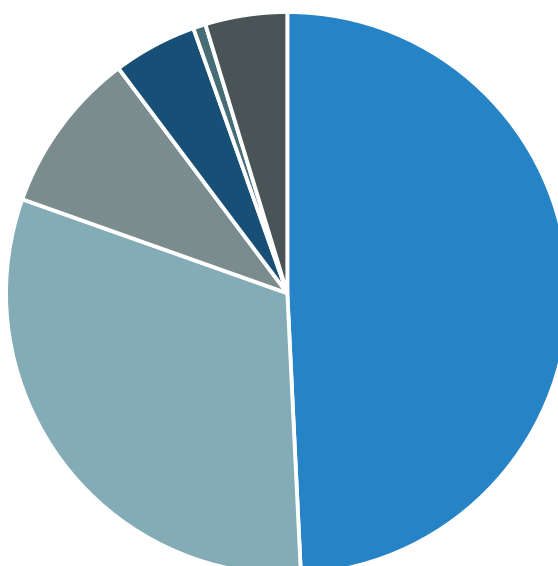
По итогам 2013 года около половины импорта электрических зубных щеток в Россию в натуральном выражении приходится на торговую марку

Таблица 4. Объем импорта зубных щеток по торговым маркам в Россию в 2013 г., шт. и \$ тыс.

БРЕНД	2013		1п.2014		Доля (2013)
	шт.	\$ тыс.	шт.	\$ тыс.	
.....					
.....					
.....					
					5%
					1%
WATERPIK					
.....					
ИТОГО				100%

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФТС РФ

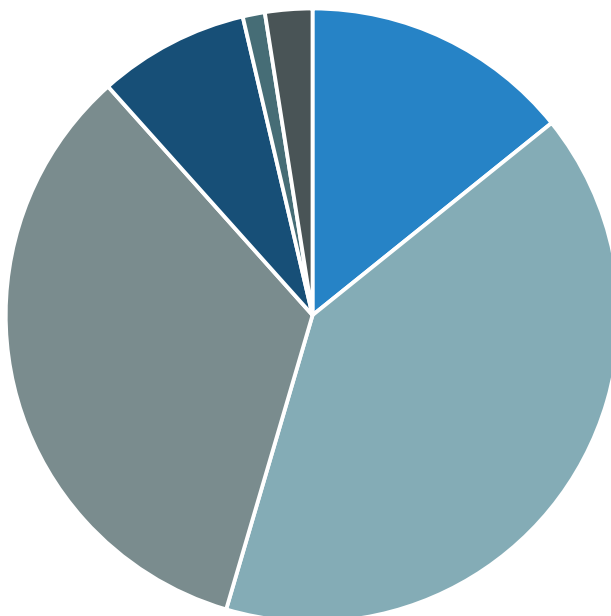
Диаграмма 1. Структура импорта зубных щеток в Россию в натуральном выражении по торговым маркам в 2013 г., %.



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФТС РФ

В стоимостном выражении лидирующей в импорте электрических зубных щеток в Россию является торговая марка

Диаграмма 2. Структура импорта зубных щеток в Россию в стоимостном выражении по торговым маркам в 2013 г., %.



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФТС РФ

Ирригаторы для полости рта

В импорте ирригаторов для полости рта преобладает продукция торговой марки

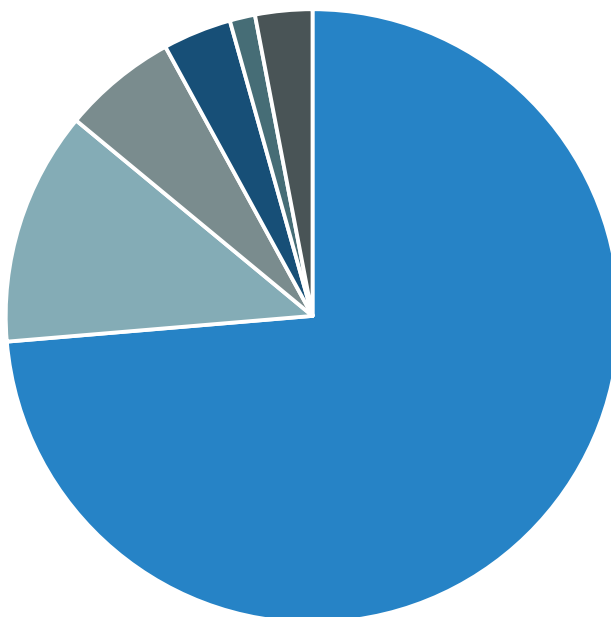
.....

Таблица 5. Объем импорта ирригаторов по торговым маркам в Россию в 2013 г., шт. и \$ тыс.

БРЕНД	2013		1п.2014		Доля (2013)
	шт.	\$ тыс.	шт.	\$ тыс.	
.....					
.....					
AEG					
ORAL-B					
.....					
.....					
ИТОГО	100%

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФТС РФ

Диаграмма 3. Структура импорта ирригаторов в Россию в стоимостном выражении по торговым маркам в 2013 г., %.



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФТС РФ

Импорт по стране происхождения товара

В импорте средств гигиены полости рта и зубов в Россию преобладает продукция китайского производства. Так, в импорте зубных щеток продукция из Китая составляет

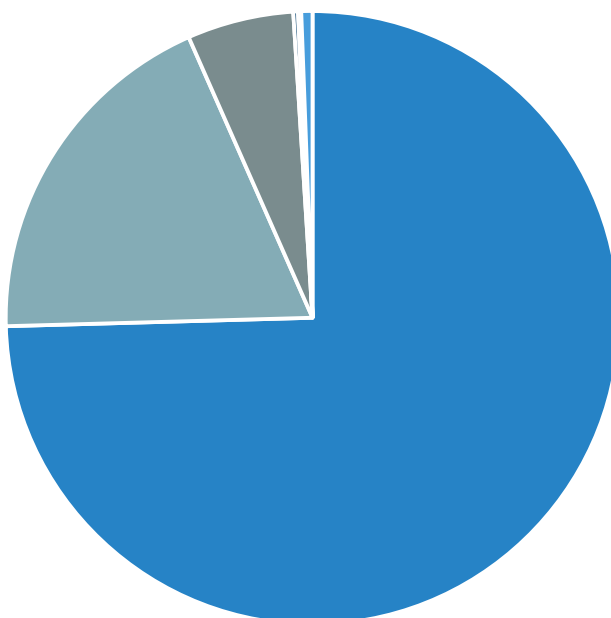
Зубные щетки электрические

Таблица 6. Импорт зубных щеток по стране происхождения товара в Россию в 2013 г., шт. и \$ тыс.

БРЕНД	2013		1п.2014		Доля (2013)
	шт.	\$ тыс.	шт.	\$ тыс.	
.....					
.....					
ИРЛАНДИЯ					
.....					
ИТОГО				100%

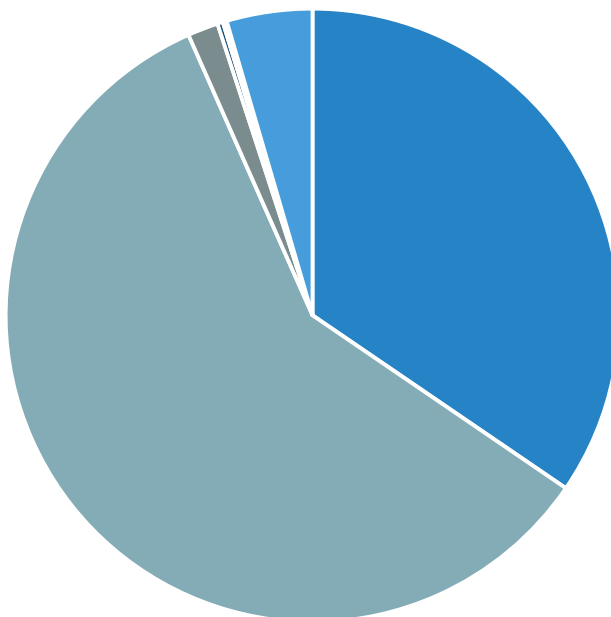
Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФСГС РФ

Диаграмма 4. Структура импорта зубных щеток в Россию в натуральном выражении по стране происхождения товара в 2013 г., %.



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФСГС РФ

Диаграмма 5. Структура импорта зубных щеток в Россию в стоимостном выражении по стране происхождения товара в 2013 г., %.



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФСГС РФ

Ирригаторы для полости рта

Таблица 7. Импорт ирригаторов по стране происхождения товаров Россию в 2013 г., шт. и \$ тыс.

БРЕНД	2013		1п.2014		Доля (2013)
	шт.	\$ тыс.	шт.	\$ тыс.	
.....					
.....					
.....					
.....					
.....					
ИТОГО				100%

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФСГС РФ

Диаграмма 6. Структура импорта ирригаторов в Россию по стране происхождения товара в натуральном выражении в 2013 г., %.

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФСГС РФ

Глава 4. Основные события, тенденции и перспективы развития рынка бытовой техники и электроники в России

Состояние рынка бытовой техники в кризис 2008 года

Последний масштабный кризис, связанный с резким ослаблением рубля к основным мировым валютам в 2008-2009 годах, существенно повлиял на рынок непродовольственного ритейла в России. Торговля бытовой техникой - самого динамично развивавшегося в то время сегмента ритейла - оказалась среди лидеров падения. Продажи значительно подорожавшей бытовой техники рухнули в 2009 году, по оценкам отраслевых экспертов, на 28-30%, с \$16,5 млрд. в 2008 г. до \$12 млрд. в 2009 г. Для некоторых игроков скачки валютных курсов оказались фатальными. Четвертый по величине продавец бытовой техники в России, сеть «Мир», управлявшая 72 магазинами (19 в Москве), не пережила кризиса. К декабрю 2009 года долги сети составляли, по данным «Ведомостей», 1,7 млрд. руб., что превышало стоимость активов компании. Владельцы сети пытались найти стратегического инвестора, направляли предложения о продаже актива всем конкурентам, но желающих инвестировать в кризис не нашлось. В марте 2010 года закрылись все московские магазины сети, а к лету того же года и региональные. Сеть объясняла проблемы обвалом продаж на 30%. Кризисный период 2008-2010 годов чуть было не стал последним и в истории третьего по величине непродовольственного ритейла России «Техносила».

.....

.....

.....

Текущее состояние рынка БТиЭ

Рост российского рынка бытовой техники и электроники (БТиЭ) в 2013 году замедлился до 2,4 процента по сравнению с 9,5 процента годом ранее. Наиболее интенсивно рос рынок планшетов, увеличившийся в объеме до 79,2 миллиарда рублей. Всего было продано 6,682 миллиона штук. Интенсивный рост наблюдался и в сегменте смартфонов и мобильных телефонов, который прибавил в объеме 11,6 процента,

достигнув 228,1 миллиарда рублей. В натуральном выражении объем продаж сократился на 1,2 процента до 41,3 миллиона штук.

В то же время в сегменте ноутбуков продолжилось падение, которые в минувшем году составило 18 процентов до 130,2 миллиарда рублей.

.....

.....

.....

Влияние колебаний курса рубля на рынок БТиЭ

В условиях девальвации россияне стараются покупать бытовую технику и другие дорогостоящие товары, пока те не подорожали. По крайней мере, об этом свидетельствуют последние данные МЭР. И если в прошлом году рост отечественного рынка бытовой техники и электроники замедлился с 9,5 до 2,4% по сравнению с 2012 годом, то в текущем году эксперты ждут заметного оживления покупательской активности.

По данным исследований участников рынка, наиболее интенсивно в прошлом году рос рынок планшетов, увеличившийся в объеме до 79,2 млрд. рублей. Всего было продано 6,682 млн. штук. Интенсивный рост наблюдался и в сегменте смартфонов и мобильных телефонов, который прибавил 11,6%, достигнув 228,1 млрд. рублей. В натуральном выражении объем продаж сократился на 1,2% до 41,3 млн. штук. В то же время в сегменте ноутбуков падение составило 18%. Объем рынка - 130,2 млрд. рублей.

.....

.....

Противостояние розницы и интернет-торговли на рынке БТиЭ

"Яндекс.Маркет" -- крупнейшая биржа "серого" товара",-- заявил в середине апреля президент "М.Видео" Александр Тынкован, выступив от имени членов Ассоциации компаний розничной торговли России. Тынкован предложил привлечь "Яндекс" к ответственности за публикацию рекламы "серых" продавцов.

Министр промышленности и торговли пообещал рассмотреть это заявление, и Ассоциация компаний интернет-торговли проявила готовность к борьбе, предложив блокировать прайс-площадки, на которых рекламируются "серые" импортеры.

.....

.....

.....

Ограничение импорта российской техники на белорусский рынок

Под угрозой проблем с поставками на рынок объемом более \$600 млн в год продавцы и производители уже обратились к президенту Белоруссии Александру Лукашенко и Евразийской экономической комиссии (ЕЭК) с просьбой отказаться от этой идеи. Но возможности ЕЭК повлиять на ситуацию ограничены, и ее урегулирование рискует затянуться на годы, а темпы падения товарооборота между странами Таможенного союза ускоряются.

.....

.....

.....

Глава 5. Финансово-хозяйственная деятельность и планы развития ключевых игроков рынка средств гигиены полости рта и зубов России

Зарубежные производители средств гигиены полости рта и зубов

Colgate

Colgate-Palmolive Company— международная компания, производящая такие продукты как мыло, средства для гигиены рта, зубные пасты и щётки, корма для домашних животных, бытовую химию.

Продукция в Россию доставляется из более чем десяти стран мира, включая Польшу, Италию, Бразилию, Китай, Мексику и США.

Компания Colgate-Palmolive вышла на российский рынок в 1993 году.

.....

.....

.....

ORAL-B

Компания ORAL-B, основанная в 1950 году в штате Калифорния, США, разрабатывает и производит средства из ухода за ротовой полостью. А 80 лет тому назад в Германии была основана компания Braun GmbH, которая начала создавать самые современные предметы малой бытовой техники, и позже объединилась с командой из ORAL-B, чтобы разрабатывать электрические зубные щетки.

.....

.....

.....

BRAUN

Компания основана в 1921 году прусским инженером Максом Брауном.

С 19 декабря 1967 года, Braun является дочерней компанией американской The Gillette Company, которая с 2005 года принадлежит Procter & Gamble. Слияние с Gillette пошло Braun на пользу — она начинает выходить на мировой рынок.

.....

.....

.....

Агентство маркетинговых исследований

DISCOVERY RESEARCH GROUP

125438, Москва, ул. Михалковская 63Б, стр. 2, этаж 2, подъезд 3

БЦ «Головинские пруды»

Тел. +7 (495) 601-91-49, (495) 968-13-14

Факс: +7 (495) 601-91-49

e-mail: research@drgroup.ru

www.drgroup.ru

Схема проезда

