

Аналитический отчет DISCOVERY RESEARCH GROUP

Анализ рынка
солнцезащитных средств
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 малопригодной 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 анализируемом 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 и базы 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 **DISCOVERY Research 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 Ad hoc 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 РБК, Профиль 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	9
Таблицы:	9
Диаграммы:	9
Резюме	10
Глава 1. Технологические характеристики исследования.....	11
Объект исследования	11
Цель исследования	11
Задачи исследования.....	11
Метод сбора и анализа данных	11
Источники получения информации	11
Объем и структура выборки.....	12
Глава 2. Мировой рынок солнцезащитных средств	13
Глава 3. Объем и темпы роста рынка солнцезащитных средств в России	14
Объем и темп роста	14
Глава 4. Конкурентный анализ рынка солнцезащитных средств в России	19
Рыночные доли компаний	19
Рыночные доли брендов.....	20
Глава 5. Основные события, тенденции и перспективы развития рынка солнцезащитных средств в России.....	21
Глава 6. Потребительские предпочтения на рынке солнцезащитных средств в России	22
Глава 7. Каналы сбыта	23
Глава 8. Прогноз развития рынка солнцезащитных средств	24

Список таблиц и диаграмм

Отчет содержит 12 таблиц и 5 диаграмм.

Таблицы:

- Таблица 1. Объем рынка солнцезащитных средств по сегментам в России, млн. руб.
Таблица 2. Объем рынка солнцезащитных средств по сегментам в России, тыс. литров
Таблица 3. Объем рынка солнцезащитных средств по ценовым категориям в России в стоимостном выражении, %.
Таблица 4. Темп прироста объема сегментов рынка солнцезащитных средств в России в стоимостном выражении, %.
Таблица 5. Доли производителей в объеме рынка солнцезащитных средств в России, % от стоимостного объема рынка.
Таблица 6. Доли премиальных компаний в общем объеме рынка солнцезащитных средств в России, % от объема рынка в стоимостном выражении.
Таблица 7. Доли брендов в объеме рынка солнцезащитных средств в России, % от стоимостного объема рынка.
Таблица 8. Доли премиальных брендов в общем объеме рынка солнцезащитных средств в России, % от объема рынка в стоимостном выражении.
Таблица 9. Дистрибуция солнцезащитных средств по формату торговли в России, %.
Таблица 10. Прогноз объема рынка солнцезащитных средств по сегментам в России, млн. руб.
Таблица 11. Прогноз объема рынка солнцезащитных средств по сегментам в России, тыс.литров.
Таблица 12. Прогноз темпа прироста рынка солнцезащитных средств по сегментам в России в стоимостном выражении, %.

Диаграммы:

- Диаграмма 1. Объем и темпы прироста рынка солнцезащитных средств в России, млн руб.
Диаграмма 2. Объем и темпы прироста рынка солнцезащитных средств в России, тыс. литров.
Диаграмма 3. Доли сегментов в общем объеме рынка солнцезащитных средств для взрослых в России г., % от стоимостного объема рынка.
Диаграмма 4. Прогноз объема и темпов роста рынка солнцезащитных средств в России, млн руб.
Диаграмма 5. Прогноз объема и темпов роста рынка солнцезащитных средств в России, тыс. литров и %.

Резюме

Маркетинговое агентство DISCOVERY Research Group завершило исследование российского рынка солнцезащитных средств.

Согласно отчету Global Industry Analysts (GIA), мировой рынок солнцезащитных средств к 2020 году достигнет \$11.1 млрд.

Объем рынка солнцезащитных средств в 2019 году составил 7 079,3 млн руб.

Крупнейшим сегментом рынка являются солнцезащитные средства для взрослых.

Наибольшую долю рынка солнцезащитных средств занимает производитель L'Oréal Russia. Также стоит отметить компании Floresan ООО и Beiersdorf ООО, которые занимают значительные доли рынка.

Наиболее популярными брендами в 2019 году по объему продаж в России на рынке солнцезащитных средств стали Garnier Ambre Solaire, Floresan и Nivea Sun.

Из-за ограничений, введенных в отношении COVID-19, потребители проводят больше времени в помещении в течение 2020 года, меньше инвестируя в средства защиты от солнца. На фоне этой тенденции прогнозируется снижение объема рынка солнцезащитных средств в 2020 г.

Ожидается, что в прогнозируемом периоде среднегодовой темп роста продаж солнцезащитных средств составит 3%, а объем продаж составит 8,1 млрд руб.

Глава 1. Технологические характеристики исследования

Объект исследования

Рынок солнцезащитных средств в России.

Цель исследования

Охарактеризовать текущее состояние и перспективы развития рынка солнцезащитных средств в России.

Задачи исследования

1. Определить объем, темпы роста и динамику развития рынка солнцезащитных средств в России
2. Охарактеризовать структуру потребления солнцезащитных средств в России.
3. Определить рыночные доли основных участников рынка солнцезащитных средств.
4. Охарактеризовать конкурентную ситуацию на рынке солнцезащитных средств в России.
5. Составить прогноз развития ключевых показателей рынка солнцезащитных средств в России.
6. Определить ключевые тенденции и перспективы развития рынка солнцезащитных средств в России в ближайшие несколько лет.
7. Определить ключевые факторы, определяющие текущее состояние и развитие рынка солнцезащитных средств в России.
8. Определить факторы, препятствующие росту рынка солнцезащитных средств в России.
9. Охарактеризовать потребительские свойства на рынке солнцезащитных средств.

Метод сбора и анализа данных

Мониторинг документов.

В общем виде целью кабинетного исследования является проанализировать ситуацию на рынке косметических средств, парфюмерии и товаров по уходу за собой и получить (рассчитать) показатели, характеризующие его состояние в настоящее время и в будущем.

Источники получения 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 и базы 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.

Объем и структура выборки

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

Глава 2. Мировой рынок солнцезащитных средств

Сегмент солнцезащитных средств (по данным Euromonitor) – занимает одну из наименьших долей мирового рынка средств личной гигиены. Однако, Global Industry Analysts (GIA) выпустила обзор мирового рынка солнцезащитной косметики. В нем сказано, что мировой рынок солнцезащитных средств к 2020 году достигнет \$ млрд. Основными движущими силами развития солнцезащитной косметики станут рост осведомленности потребителя о вреде ультрафиолетового излучения и разработка новых продуктов. В докладе приводятся оценки рынка и прогнозы для всех основных географических регионов.

Datamonitor провел опрос потребителей и 62% из них сказали, что защита от УФ-лучей будет для них важным преимуществом при выборе косметического средства. Потребители расставили факторы, на которые они обращают внимание при выборе солнцезащитных средств по степени важности:

1. Стоимость;
2. Эффективность;
3. Удобство использования / применения;
4. Доверие / знакомство с брендом;
5. Натуральные / органические ингредиенты;
6. Самое выгодное предложение;
7. Эмоциональный фактор: аромат, текстура и т.д.
8. Рекомендации;
9. Социальная и экологическая ответственность марки.

Глава 3. Объем и темпы роста рынка солнцезащитных средств в России

В 2019 году объем продаж солнцезащитных средств вырос и превысил млрд рублей.

Низкий уровень рождаемости в стране приводит к снижению роста продаж детских и детских солнцезащитных средств. В 2019 г. объем продаж солнцезащитных средств для детей снизился на млн. руб.

Лидером рынка солнцезащитных средств остается компания L'Oréal. В 2019 г. доля этой компании составила % от общего объема рынка.

Из-за ограничений, введенных в отношении COVID-19, потребители проводят больше времени в помещении в течение 2020 года, меньше инвестируя в средства защиты от солнца. На фоне этой тенденции прогнозируется снижение объема рынка солнцезащитных средств в 2020 г.

Средняя цена за единицу товара увеличивается в большинстве регионов: автозагар - на 6%, а солнцезащитные средства премиум-класса - на %, при этом в 2019 году наблюдается самый высокий рост стоимости солнцезащитных средств

Ожидается, что в прогнозируемом периоде среднегодовой темп роста продаж солнцезащитных средств составит %, а объем продаж составит млрд руб.

Объем и темп роста

Объем рынка солнцезащитных средств в 2019 году составил млн руб., что на % показателя 2018 года. Объем рынка солнцезащитных средств в 2017 году составил млн руб.

Крупнейшим сегментом рынка являются солнцезащитные средства для взрослых. Доля этого сегмента в 2019г. составила % в стоимостном выражении.

Таблица 1. Объем рынка солнцезащитных средств по сегментам в России в 2011-2019 гг., млн. руб.

Сегмент	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Уход за солнцем для взрослых									
Средства после загара									
Средства после загара в категории Premium									
Средства после загара в категории Mass									
Автозагар									
Автозагар в категории Premium									
Автозагар в категории Mass									
Защитные средства от солнца									
Защитные средства от солнца в категории Premium									
Защитные средства от солнца в категории Mass									
Защитные средства от солнца для детей									
Итого									

Объем рынка солнцезащитных средств в 2019 году составил тыс. литров. Темп прироста в 2019 г. составил % в стоимостном выражении.

Таблица 2. Объем рынка солнцезащитных средств по сегментам в России в 2011-2019 гг., тыс. литров

2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019

Наибольшая доля в рамках ценовых сегментов на рынке солнцезащитных средств приходится на продукты массового потребления и в 2019 г. составила %.

Таблица 3. Объем рынка солнцезащитных средств по ценовым категориям в России в 2011-2019 гг. в стоимостном выражении, %.

Ценовая категория	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Mass							
Premium							

Диаграмма 1. Объем и темпы прироста рынка солнцезащитных средств в России в 2011-2019 гг., млн руб.

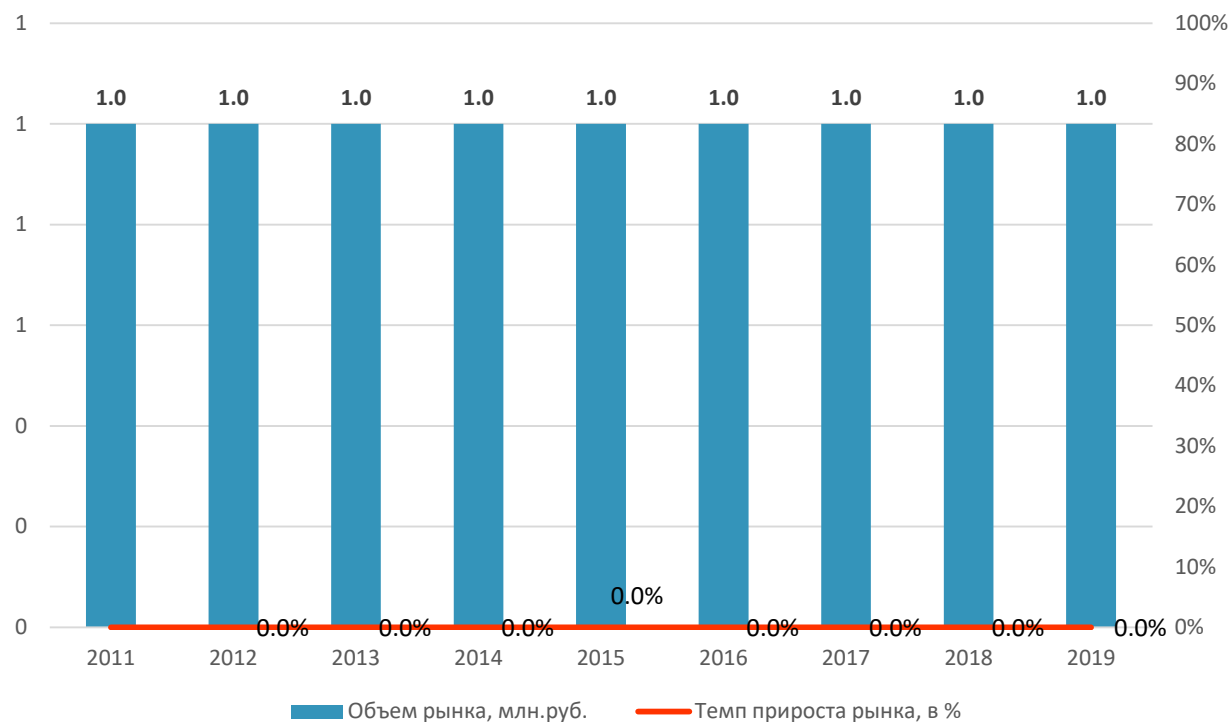
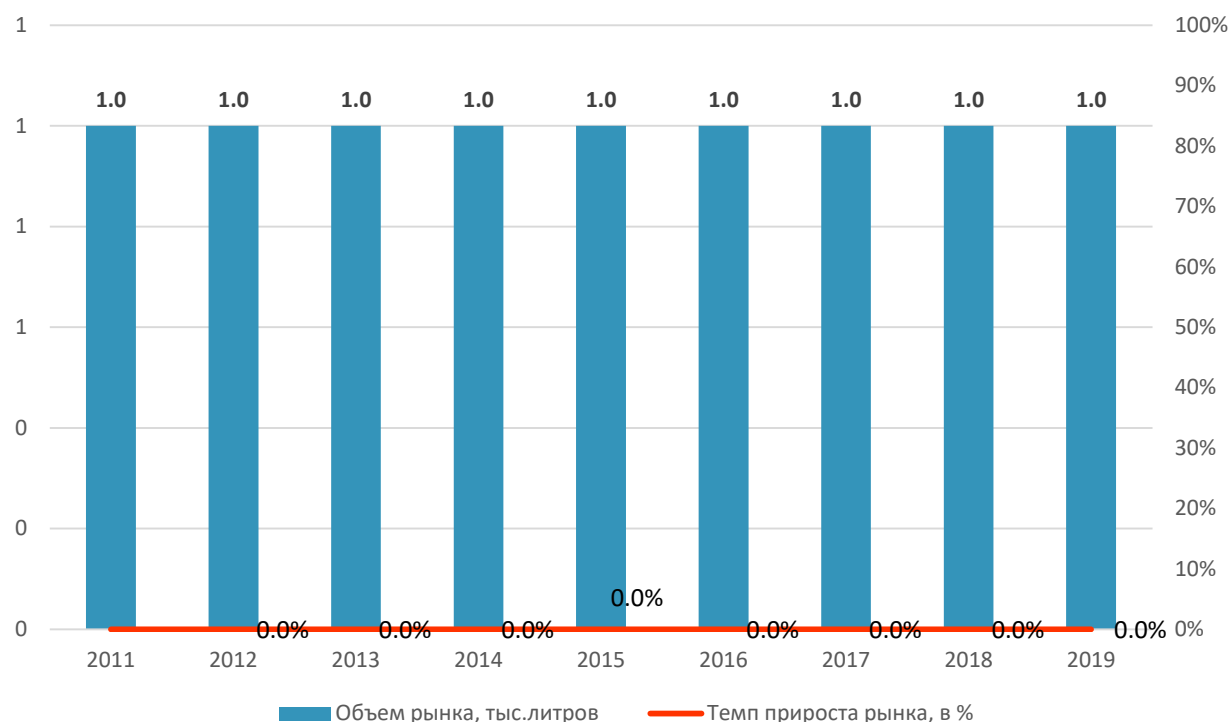
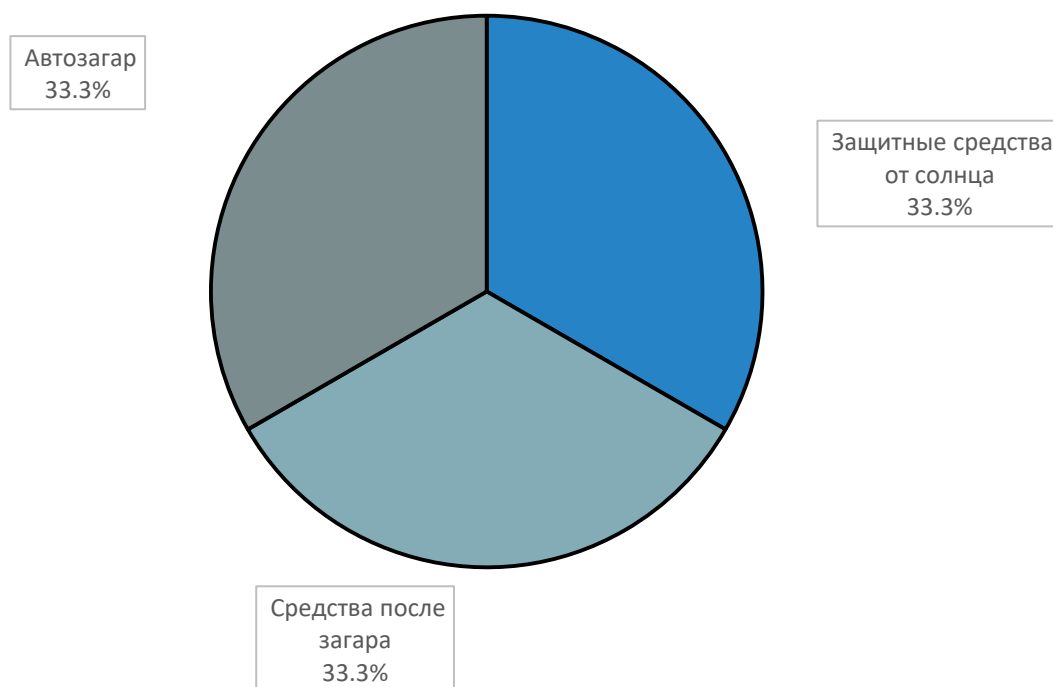


Диаграмма 2. Объем и темпы прироста рынка солнцезащитных средств в России в 2011-2019 гг., тыс. литров.



Наибольшую долю рынка солнцезащитных средств для взрослых занимают
Доля этого сегмента составила % в стоимостном выражении.

Диаграмма 3. Доли сегментов в общем объеме рынка солнцезащитных средств для взрослых в России в 2019 г. г., % от стоимостного объема рынка.



Темп пророста рынка солнцезащитных средств с 2011 по 2019 год был

Темп прироста сегмента «Уход за солнцем для взрослых» в 2019 г. составил 15,3% в стоимостном выражении.

Защитные средства от солнца для детей второй год подряд демонстрируют динамику. В 2019 г. темп прироста составил -..... % в стоимостном выражении.

Наибольший темп прироста наблюдался в сегменте (..... %).

Таблица 4. Темп прироста объема сегментов рынка солнцезащитных средств в России в 2011-2019 гг. в стоимостном выражении, %.

Сегмент	2012/ 2011	2013/ 2012	2014/ 2013	2015/ 2014	2016/ 2015	2017/ 2016	2018/ 2017	2019/ 2018
Уход за солнцем для взрослых								
Средства после загара								
Средства после загара в категории Premium								
Средства после загара в категории Mass								
Автозагар								
Автозагар в категории Premium								
Автозагар в категории Mass								
Защитные средства от солнца								
Защитные средства от солнца в категории Premium								
Защитные средства от солнца в категории Mass								
Защитные средства от солнца для детей								
Итого								

Глава 4. Конкурентный анализ рынка солнцезащитных средств в России

В 2019 году на пять основных брендов (.....) приходилось более половины розничных продаж. Позиции лидеров отрасли поддерживаются сильной узнаваемостью бренда, значительными инвестициями в продвижение, рекламу и обширными цепочками сбыта, что затрудняет выход на рынок новых игроков.

Компания хорошо зарекомендовала себя в сфере солнцезащитных средств в 2019 году благодаря широкому ассортименту продукции, отвечающей современным требованиям потребителей, развитой сетью сбыта и постоянным обновлениям и инновациям.

.....

Рыночные доли компаний

За период 2011-2019 гг. наибольшую долю рынка солнцезащитных средств занимала компания В 2019 году ее рыночная доля в России составила %. Также крупными производителями солнцезащитных средств в России стали и Рыночная доля этих компаний в стоимостном выражении в 2019 году составила % и % соответственно.

Таблица 5. Доли производителей в объёме рынка солнцезащитных средств в России в 2011-2019 гг., % от стоимостного объема рынка.

Компания	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
L'Oréal Russia									
Floresan ООО									
Beiersdorf ООО									
Clarins ООО									
Pierre Fabre ООО									
Kolastyna Laboratorium									
Yves Rocher Vostok ООО									
Avon Products ЗАО									
Biofarmrus ООО									
Прочие									

На ТОП-3 компании рынка солнцезащитных средств в 2019 г. пришлось %. В 2011 г. этот показатель был равен %. Темп прироста составил %.

Таблица 6. Доли премиальных компаний в общем объеме рынка солнцезащитных средств в России в 2011-2019 гг., % от объема рынка в стоимостном выражении.

Компания	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2018
ТОП-3 компании									
Прочие									

Рыночные доли брендов

Наиболее популярными брендами в 2019 году по объему продаж в России на рынке солнцезащитных средств стали, и Доли рынка этих брендов в 2019 году составили %, % и % соответственно.

Таблица 7. Доли брендов в объеме рынка солнцезащитных средств в России в 2011-2019 гг., % от стоимостного объема рынка.

Бренд	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Garnier Ambre Solaire									
Floresan									
Nivea Sun									
La Roche-Posay									
Clarins									
Avène									
Kolastyna									
L'Oréal Sublime Sun									
Yves Rocher									
Прочие									

На ТОП-3 бренда рынка солнцезащитных средств в 2019 г. пришлось %. В 2011 г. этот показатель был равен %. Темп прироста составил %.

Таблица 8. Доли премиальных брендов в общем объеме рынка солнцезащитных средств в России в 2011-2019 гг., % от объема рынка в стоимостном выражении.

Бренд	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2018
ТОП-3 бренда									
Прочие									

Глава 5. Основные события, тенденции и перспективы развития рынка солнцезащитных средств в России

Защита от солнца продемонстрировала самый высокий рост стоимости в сфере солнцезащитных средств в 2019 году благодаря популярности брендов дермокосметики. Защита от солнца остается доминирующей областью в солнцезащитных средствах, так как она лучше поддерживается рекламной и рекламной деятельностью, а также считается самым необходимым продуктом для солнцезащитных средств.

Солнцезащитные средства для детей показали самые низкие показатели в 2019 году. Основным фактором, влияющим на отрасль, является падение рождаемости и количества детей в стране. Уровень рождаемости снижается из года в год, и в 2019 году количество рождений снизилось на 8% по сравнению с 2018 годом. Кроме того, Федеральная служба государственной статистики России прогнозирует падение общей численности населения России в ближайшие 18 лет. Из-за сокращения целевой аудитории производители солнцезащитных средств для младенцев и детей, вероятно, сосредоточат свое внимание на солнцезащитных средствах для взрослых, чтобы сохранить прибыль.

.....

Глава 6. Потребительские предпочтения на рынке солнцезащитных средств в России

Благодаря растущей обеспокоенности своим здоровьем россияне стали более образованными в этой сфере и осведомленными об опасности солнечного воздействия, которое может привести к раку кожи. Поэтому в России наблюдался повышенный спрос на продукты для защиты от солнечных лучей, что было ключевым фактором развития всего сегмента.

.....

Глава 7. Каналы сбыта

Реализация солнцезащитных средств в России в 2019 г. в основном осуществляется через канал «.....». Через данный канал было продано в стоимостном выражении% товаров.

Среди специализированных магазинов основным каналом сбыта являются ритейлеры, специализирующиеся на продаже косметики и средств личной гигиены, через которые было реализовано% товаров.

Через канал «.....» в 2019 г. было продано% солнцезащитных средств.

Таблица 9. Дистрибуция солнцезащитных средств по формату торговли в России в 2019 г., %.

Канал	2019
Внутримагазинная розница	
- Розничные магазины	
-- Современная розница	
--- Мини-маркет	
--- Торговые центры	
--- Гипермаркеты	
--- Супермаркеты	
-- Традиционная розница	
- Специализированные магазины	
--- Ритейлеры, специализирующиеся на продаже косметики и средств личной гигиены	
--- Ритейлеры, специализирующиеся на продаже косметики	
--- Аптечные пункты	
--- Аптеки	
-- Прочие специализированные магазины	
--- Открытые рынки	
--- Прочие специализированные магазины	
-- Магазины с комплексным ассортиментом	
--- Универмаги	
--- Магазины комплексного ассортимента	
ВНЕмагазинная розница	
- Прямые продажи	
- Магазин-на-диване	
- Электронная коммерция	

Глава 8. Прогноз развития рынка солнцезащитных средств

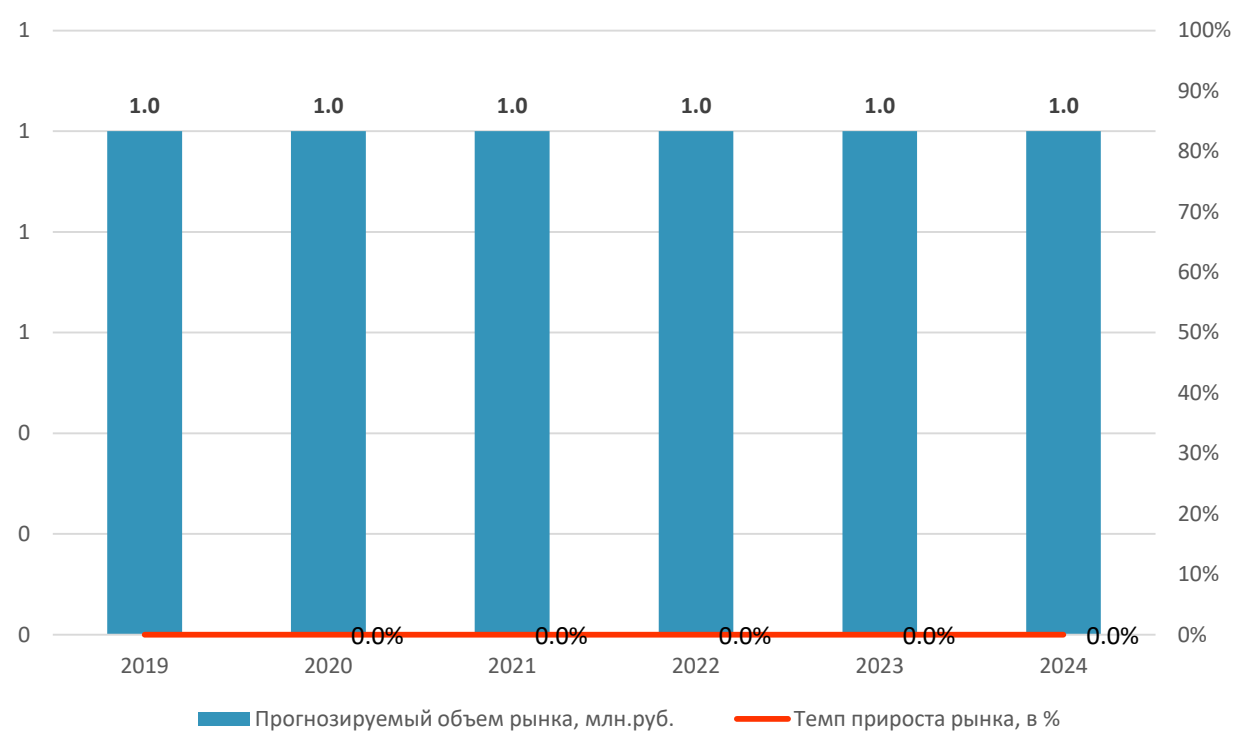
По прогнозам экспертов рынка, в 2020 году объем продаж солнцезащитных средств составит млн руб. Предположительно, темп прироста в 2020 г. составит %.

Предполагается, что в дальнейшем (..... гг.) будет наблюдаться рост объема рынка и в 2024 году он будет составлять млн руб.

Таблица 10. Прогноз объема рынка солнцезащитных средств по сегментам в России в 2019-2024 гг., млн. руб.

Сегмент	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Уход за солнцем для взрослых						
Средства после загара						
Средства после загара в категории Premium						
Средства после загара в категории Mass						
Автозагар						
Автозагар в категории Premium						
Автозагар в категории Mass						
Защитные средства от солнца						
Защитные средства от солнца в категории Premium						
Защитные средства от солнца в категории Mass						
Защитные средства от солнца для детей						
Итого						

Диаграмма 4. Прогноз объема и темпов роста рынка солнцезащитных средств в России в 2019-2024 гг., млн руб.



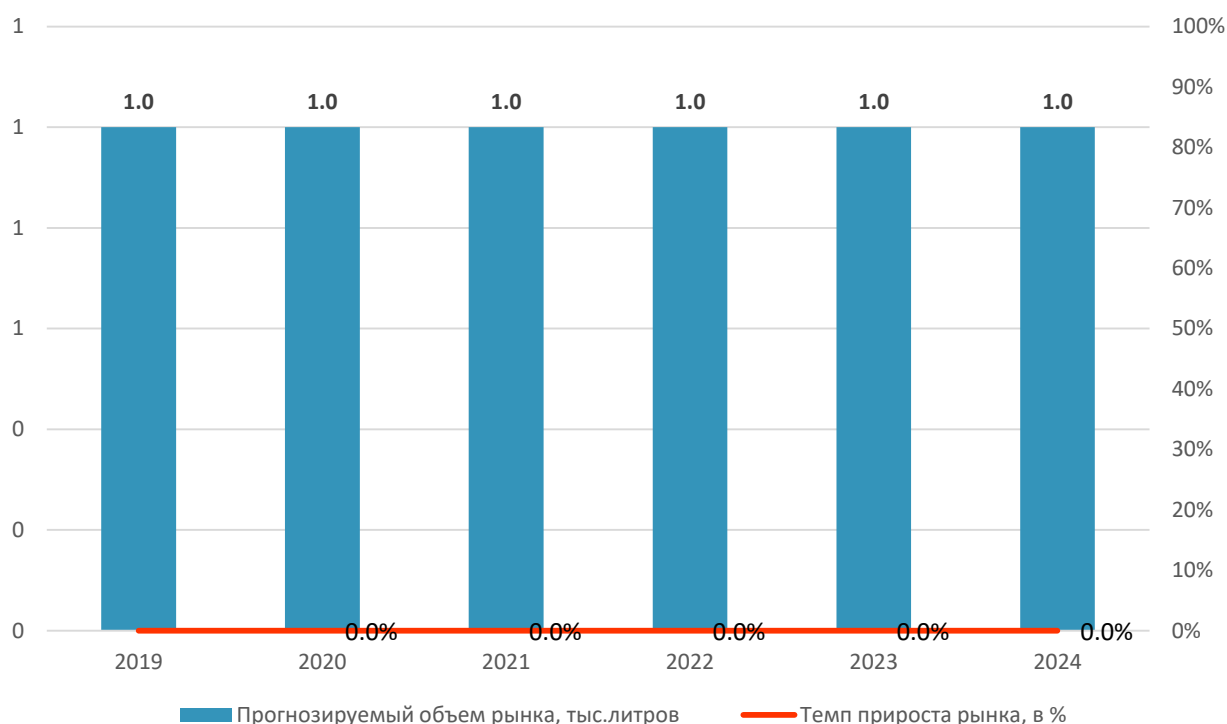
По прогнозам экспертов рынка, в 2020 году объем продаж солнцезащитных средств составит тыс. литров. Предполагается, что с 2021 г. будет наблюдаться рост объема рынка и в 2024 году он будет составлять тыс. литров.

Темп прироста в 2024 г. предположительно составит %.

Таблица 11. Прогноз объема рынка солнцезащитных средств по сегментам в России в 2019-2024 гг., тыс.литров.

2019	2020	2021	2022	2023	2024

Диаграмма 5. Прогноз объема и темпов роста рынка солнцезащитных средств в России в 2019-2024 гг., тыс. литров и %.



Согласно прогнозу, темпы прироста рынка солнцезащитных средств с 2021 г. по 2024 г. будут положительными. Среднегодовой темп прироста составит %. В 2024 г. темп прироста крупнейшего сегмента рынка «.....» предположительно составит % в стоимостном выражении. Отрицательная динамика будет наблюдаться в сегменте «.....».

Таблица 12. Прогноз темпа прироста рынка солнцезащитных средств по сегментам в России в 2019-2024 гг. в стоимостном выражении, %.

Сегмент	2020/ 2019	2021/ 2020	2022/ 2021	2023/ 2022	2024/ 2023
Уход за солнцем для взрослых					
Средства после загара					
Средства после загара в категории Premium					

Средства после загара в категории Mass					
Автозагар					
Автозагар в категории Premium					
Автозагар в категории Mass					
Защитные средства от солнца					
Защитные средства от солнца в категории Premium					
Защитные средства от солнца в категории Mass					
Защитные средства от солнца для детей					
Итого					

Агентство маркетинговых исследований

DISCOVERY RESEARCH GROUP

125438, Москва, ул. Михалковская 63Б, стр. 4, этаж 4

БЦ «Головинские пруды»

Схема проезда

