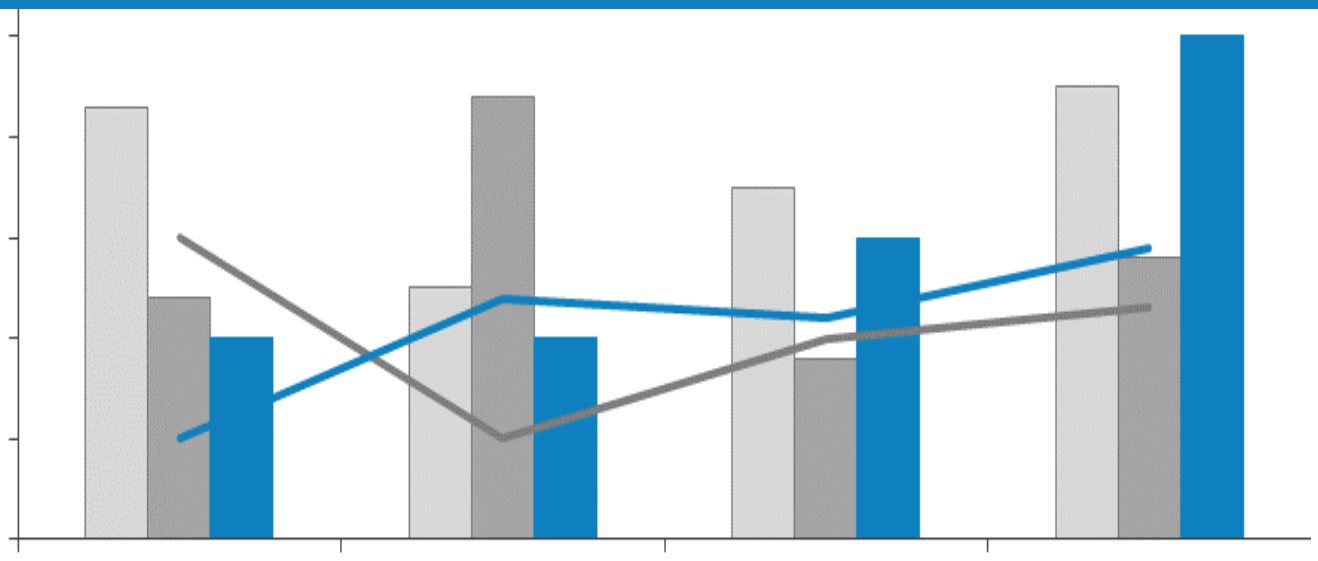
Аналитический отчет

DISCOVERY RESEARCH GROUP

Анализ рынка средств по уходу за домом в Казахстане



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 мнения 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 Казахстане, 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.

В конце 2006 г. создана компания **DISCOVERY Leasing Advisory Services**, основной деятельностью которой стало оказание маркетинговых, консалтинговых, информационных и лоббистских услуг лизинговым компаниям в Казахстане.

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 SmartMoney, Бизнес, Ведомости, Волга-Пресс, Желтые Страницы, Издательский Дом «Ансар», Итоги, Коммерсантъ, Компания, Новые Известия, Олма Медиа Групп, Профиль, Рбк-Daily, РДВ-Медиа-Урал, Секрет, Эксперт, Build Report, Строительный бизнес.

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

Автомобили
Audi
Baw Motor Corporation
Bmw
Hino
Hyundai
Isuzu
Iveco
John Deere
Man
Mercedes Benz
Porsche
Scania
Setra
Skoda
Toyota
Volkswagen
Автомобили и Моторы Урала
Автоцентр Пулково
БелАЗ
Белрусавто
Веха
ГАЗ
Камаз
Северсталь-Авто
Сим-Авто-Плутон
Торговый Дом Уралавто
УАЗ

Автомобильные масла
Shell
Роснефть

Грузоперевозки / Логистика
Евротранс
Почтовая Экспедиционная Компания
Трейд Лоджистик Компани
Фм Ложистик Восток

Гостиничный бизнес
Holiday Inn
Гостиница Москва
Интурист Отель Групп
Русские Отели

Недвижимость
Rdi Group
АК Барс Девелопмент
Главстрой
Конти и К
Ренова-Стройгруп
Русская Инвестиционная Группа
Строительная Компания «Люксора»

Киноиндустрия
Гемини Энтертейнмент
Инвесткинопроект
Каро Фильм

Автомобильные шины
Exxon Mobil
Shell
Роснефть
Bridgestone
Continental
Cordiant
Goodyear
Hankook
Michelin
Nokian
Pirelli
Sumitomo
Yokohama
Алтайский Шинный Комбинат
Белшина
Востокшинторг
Днепрошина
Мво-Столица
Нижнекамскшина

Строительные и отделочные материалы
Caparol
Cersanit
Estima
Henkel
Ideal Standard-Vidima
Kleo
Lasselsberger
Rockwool
Saint Gobain Isover
Swisscolor
Tarkett
Terracco
Tikkurila
Trale
Ursa Евразия
Wienrberger
Ангарский Керамический Завод
Армавирский Керамический Завод
Бентонит
Бийский Завод Стеклопластиков
Гранит Кузнечное
Евротизол
Керама Центр
Кератон
Лср
Минвата
Оптимист
Промстройматериалы
Ратм Цемент Холдинг
Русплит
Самарский Стройфарфор
Санитек
Сибирь-Цемент-Сервис
Старатели
Топкинский Цемент
Уфимский Фанерно-Плитный Комбинат
Эмпилс
Юнис
Ярославские краски

Промышленные рынки
ABB
Alcoa
Basf
Dupont
Mitsui
Schneider Electric
Siemens
Sojitz Corporation
Xerox
Агромашхолдинг
Альта Виста
Байкальская Лесная Компания
Батис
Волжский Оргсинтез
Воткинский Завод
Газпром
Газпром Нефть
Евроцемент
Завод Чистящих и моющих средств
Завод Сварочного Оборудования Искра
Илим Палп
Интерстекло
Керамир
Кубаньгрузсервис
Лебедянский Гок
Моспромстрой
Рао Еэс **Узбекистане**
Роснефть
Русал
Русский Пластик
Салаватстекло
Северсталь
Сибирский Цемент
Содовая Компания
Сургутнефтегаз
Татлесстрой
ТНК-ВР
Топкинский цемент
Трансстрой
Уралавтостекло
Уралхим
Уралхимпласт
Элопак

Мебель
Ромул
Соло
Фабрика «8 марта»
Феликс

Сми
Ведомости
Итоги
Коммерсантъ
Компания
Профиль
Рбк
Секрет фирмы
Эксперт

Аудит и консалтинг
Bain&Company
Boston Consulting Group
Deloitte&Touche
Ernst&Young
Interbrand
J'Son & Partners Consulting
KPMG
Marshall Capital Partners
Price Waterhouse Coopers
Roland Berger Strategy Consultants
Wolk&Partner
Бдо Юникон
Косалтингстройинвест
Северо-Западный Юридический Центр
Стратегика
Фонд Центр Стратегических Разработок Северо-Запад
Экопси Консалтинг

Страхование
Гута-Страхование
Ингосстрах
Наста
Ренессанс Страхование

IT / Телевидение
Hewlett Packard
Intel
Microsoft
Sitronics
Арктел
Ассоциация Кабельного Телевидения РФ
Группа Компаний Вид
Дальневосточная Компания Электросвязи
Зебра Телеком
Новосибирский Городской Сайт
Опытный Завод Микрон
Ренова-Медиа
Ростелеком
Сибирьтелеком
Спутниковое Мультимедийное Вещание
Центральный Телеграф

Бытовая техника
Bosch
Electrolux
Whirlpool
Атлант

Банки и финансовые компании
Deutsche Bank
Raiffeisen
Russia Partners Management Llc.
Абсолютбанк
Ак Барс Банк
Альфа Банк
Банк Москвы
Банк Тураналем
ВТБ
Газпромбанк
Дельтакредит
Евразийский Банк Развития
Еврофинанс Моснарбанк
Запсибкомбанк
ИФД КапиталЪ
Ифк Алемар
Камчатпрофитбанк
Кмб-Банк
Левобережный
Металлинвестбанк
Москоммерцбанк
Пробизнесбанк
Промсвязьбанк
Ренессанс Капитал
Ренова-Финанс
Российский Банк Развития
Русский Стандарт
Русфинанс Банк
Сбербанк
Славпромбанк
Солид Инвест
Тройка Диалог
Финансбанк
Центральный Банк Российской Федерации

Реклама
News Outdoor
Video International
Агентство Массовых Коммуникаций АК.М
Арс Комьюникейшнс
Северная Медиа Группа

Ресторанный бизнес
Картофельный Папа
Ресторатор
Росинтер Ресторантс
Солнце Мехико

Розничная торговля
Domo
Ашан
М Видео
Мир
Перекресток
Эльдорадо

Продукты питания
Mars
Pepsi-Cola
Tchibo
Unilever
Айс-Фили
Волгоградские Водки
Вто Эрконпродукт
Лебедянский
Минводыпищепродукт
Минеральные Воды Кавказа
Нижегородский Масло-Жировой Комбинат
Русский Винный Трест
Русский Продукт
Фабрика Мороженого Престиж

Киноиндустрия
Гемини Энтертейнмент
Инвесткинопроект
Каро Фильм
СТС-Медиа

Одежда и Обувь
Ecco
Savage
Белвест
Глория Джинс
Диском
Обувь **Узбекистане**
Три Толстяка

Парфюмерия и косметика
Beiersdorf Ag
Procter&Gamble
Splat
Yves Rocher
Л' Этуаль
Невская Косметика

Образование
Государственная Публичная Научно-Техническая Библиотека Со Ран
ГУ Высшая Школа Экономики
Новосибирский Государственный Университет

Содержание

Содержание 6
Список таблиц и диаграмм 7
Таблицы: 7
Диаграммы: 7
Резюме 9
Глава 1. Технологические характеристики исследования 10
Цель исследования 10
Задачи исследования 10
Метод сбора и анализа данных 10
Метод анализа данных 11
Объем и структура выборки 11
Глава 2. Объем и темпы роста рынка средств по уходу за домом в Казахстане 12
В стоимостном выражении 12
Сегмент Освежители воздуха 15
Сегмент Отбеливатели 15
Сегмент Средства для мытья посуды 16
Сегмент Средства для истребления насекомых 16
Сегмент Средства для стирки 16
Сегмент Полироли 16
Сегмент Уход за поверхностью 16
Сегмент Уход за туалетом 16
Глава 3. Каналы сбыта 17
Глава 4. Тенденции и перспективы развития рынка средств по уходу за домом в Казахстане 18
Глава 5. Конкурентный анализ рынка средств по уходу за домом в Казахстане 19
Рыночные доли компаний 19
Рыночные доли брендов 21
Глава 6. Прогноз развития рынка средств по уходу за домом до 2021 г. 23
Рынок средств по уходу за домом 23
В стоимостном выражении 23

Список таблиц и диаграмм

Отчет содержит 11 таблиц и 22 диаграммы.

Таблицы:

Таблица 1. Домохозяйства в Казахстане, тыс. шт .

Таблица 2. Объём рынка средств по уходу за домом по сегментам в Казахстане, млрд. каз. тенге.

Таблица 3. Темп прироста рынка средств по уходу за домом по сегментам в Казахстане в стоимостном выражении, %.

Таблица 4. Дистрибуция средств по уходу за домом по формату торговли в Казахстане в стоимостном выражении , %.

Таблица 5. Дистрибуция средств по уходу за домом по формату торговли и по категории в Казахстане в стоимостном выражении , %.

Таблица 6. Доли производителей в объёме рынка средств по уходу за домом в Казахстане, % от стоимостного объема рынка.

Таблица 7. Доли брендов в объёме рынка средств по уходу за домом в Казахстане, % от стоимостного объема рынка.

Таблица 8. Прогноз объёма рынка средств по уходу за домом по сегментам в Казахстане в 2016-2021 гг., млрд. каз. тенге.

Таблица 9. Прогноз темпов прироста объема рынка средств по уходу за домом по сегментам в Казахстане в 2016-2021 гг. в стоимостном выражении, %.

Диаграммы:

Диаграмма 1. Объём рынка средств по уходу за домом по сегментам в Казахстане, млрд. каз. тенге., %.

Диаграмма 2. Доли сегментов в общем объеме рынка средств по уходу за домом в Казахстане, % от стоимостного объема рынка.

Диаграмма 3. Объем сегментов рынка средств по уходу за домом в Казахстане, млрд. каз. тенге.

Диаграмма 4. . Объем и темпы прироста сегмента рынка «Освежители воздуха», млрд. каз. тенге., %.

Диаграмма 5. . Объем и темпы прироста сегмента рынка «Отбеливатели», млрд. каз. тенге., %.

Диаграмма 6. Объем и темпы прироста сегмента рынка «Средства для мытья посуды», млрд. каз. тенге., %.

Диаграмма 7. Объем и темпы прироста сегмента рынка «Средства для истребления насекомых», млрд. каз. тенге., %.

Диаграмма 8. Объем и темпы прироста сегмента рынка «Средства для стирки», млрд. каз. тенге., %.

Диаграмма 9. Объем и темпы прироста сегмента рынка «Полироли», млрд. каз. тенге., %.

Диаграмма 10. Объем и темпы прироста сегмента рынка «Уход за поверхностью», млрд. каз. тенге., %.

Диаграмма 11. Объем и темпы прироста сегмента рынка «Уход за туалетом», млрд. каз. тенге., %.

Диаграмма 12. Доли производителей в объеме рынка средств по уходу за домом в Казахстане, % от стоимостного объема рынка.

Диаграмма 13. Доли брендов в объеме рынка средств по уходу за домом в Казахстане, % от стоимостного объема рынка.

Диаграмма 14. Прогноз объема и темпов прироста рынка средств по уходу за домом в Казахстане в 2016-2021 гг., млрд. каз. тенге.

Диаграмма 15. Прогноз объема сегментов рынка средств по уходу за домом в Казахстане в 2016-2021 гг., млрд. каз. тенге.

Резюме

В сентябре 2017 г. DISCOVERY Research Group завершило исследование рынка средств по уходу за домом в Казахстане.

Объем рынка средств по уходу за домом в Казахстане в 2016 г. составил 126,7 млрд. каз. тенге.

Рынок средств по уходу за домом состоит из восьми сегментов: «Освежители воздуха» (AC), «Отбеливатели» (B), «Средства для мытья посуды» (DW), «Средства для истребления насекомых» (HIN), «Средства для стирки» (LC), «Полироли» (PO), «Уход за поверхностью» (SC) и «Уход за туалетом» (TC).

Самым крупным сегментом рынка средств по уходу за домом является «Средства для стирки». Его объем в 2016 г. составил 67,3 млрд. каз. тенге. Второе место по объему в стоимостном выражении занимает сегмент «Уход за поверхностью». Третье место по объему занимает сегмент «Средства для мытья посуды».

Наибольший темп прироста рынка личных аксессуаров в стоимостном выражении в 2016 г. наблюдается в сегменте «Уход за поверхностью» (16,8%). Второе место по темпам прироста занимает сегмент «Средства для мытья посуды».

«Розничные магазины» являются наиболее важным каналом дистрибуции средств по уходу за домом в Казахстане. В 2016 г. через этот канал было реализовано 71,8% средств по уходу за домом.

Средства по уходу за домом в Казахстане представлены как международной, так и отечественной продукцией. Международные компании доминируют в сфере домашнего ухода. Однако в 2016 году в Казахстане наблюдалось постепенное увеличение отечественных производителей.

На всем рассматриваемом периоде наибольшую долю рынка средств по уходу за домом в Казахстане занимает Procter & Gamble Kazakhstan ТОО .

Наиболее популярными брендами в 2016 г. в Казахстане на рынке средств по уходу за домом стали Ariel (Procter & Gamble Co, The), Tide (Procter & Gamble Co, The), Mif (Procter & Gamble Co, The).

Глава 1. Технологические характеристики исследования

Цель исследования

Охарактеризовать текущее состояние и перспективы развития рынка средств по уходу за домом в Казахстане.

Задачи исследования

1. Определить объем, темпы роста и динамику развития рынка средств по уходу за домом в Казахстане в 2011-2016 гг. по сегментам рынка:
    - Освежители воздуха (AC)
    - Отбеливатели (B)
    - Средства для мытья посуды (DW)
    - Средства для истребления насекомых (HIN)
    - Средства для стирки (LC)
    - Полироли (PO)
    - Уход за поверхностью (SC)
    - Уход за туалетом (TC)
2. Выделить и описать основные сегменты рынка средств по уходу за домом в Казахстане.
3. Определить рыночные доли компаний и брендов на рынке средств по уходу за домом.
4. Охарактеризовать конкурентную ситуацию на рынке средств по уходу за домом в Казахстане.
5. Определить основные каналы сбыта продукции на рынке средств по уходу за домом.
6. Определить ключевые тенденции и перспективы развития рынка средств по уходу за домом в Казахстане в ближайшие несколько лет.
7. Составить прогноз объема рынка средств по уходу за домом в Казахстане до 2021 г. в стоимостном выражении.

Объект исследования

Рынок средств по уходу за домом в Казахстане.

Метод сбора и анализа данных

Мониторинг документов.

В общем виде целью кабинетного исследования является проанализировать ситуацию на рынке средств по уходу за домом 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 Казахстане 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. Объем и темпы роста рынка средств по уходу за домом в Казахстане

В стоимостном выражении

Объем рынка средств по уходу за домом в Казахстане в 2016 г. составил … млрд. каз. тенге., что на … млрд. каз. тенге больше, чем в 2015 г.

Рынок средств по уходу за домом состоит из восьми сегментов: «Освежители воздуха» (AC), «Отбеливатели» (B), «Средства для мытья посуды» (DW), «Средства для истребления насекомых» (HIN), «Средства для стирки» (LC), «Полироли» (PO), «Уход за поверхностью» (SC) и «Уход за туалетом» (TC).

В 2016 г. количество домохозяйств в Казахстане составило … тыс. шт. Среднее число жителей на одно домашнее хозяйство составляет ….

Таблица 1. Домохозяйства в Казахстане в 2011-2016 гг., тыс. шт

Домохозяйства	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Количество домохозяйств						
Среднее количество жителей на одно домашнее хозяйство						

К наиболее крупному сегменту рынка относится «Средства для стирки». Его объем в 2016 г. составил … млрд. каз. тенге. Объем сегмента «Уход за поверхностью» в 2016 г. составил … млрд. каз. тенге.

Таблица 2. Объём рынка средств по уходу за домом по сегментам в Казахстане в 2011-2016 гг., млрд. каз. тенге.

Категория	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Освежители воздуха						
Отбеливатели						
Средства для мытья посуды						
Средства для истребления насекомых						
Средства для стирки						
Полироли						
Уход за поверхностью						
Уход за туалетом						
Всего						

Диаграмма 1. Объем и темпы прироста рынка средств по уходу за домом в Казахстане в 2011 – 2016 гг., млрд. каз. тенге., %.

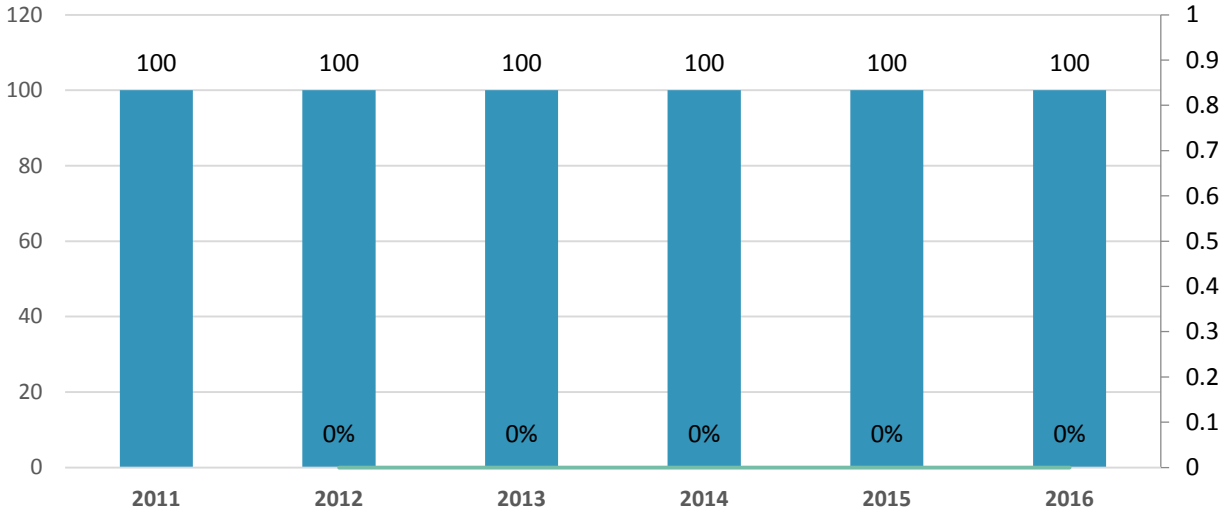


Диаграмма 2. Доли сегментов в общем объеме рынка средств по уходу за домом в Казахстане в 2016 г., % от стоимостного объема рынка.

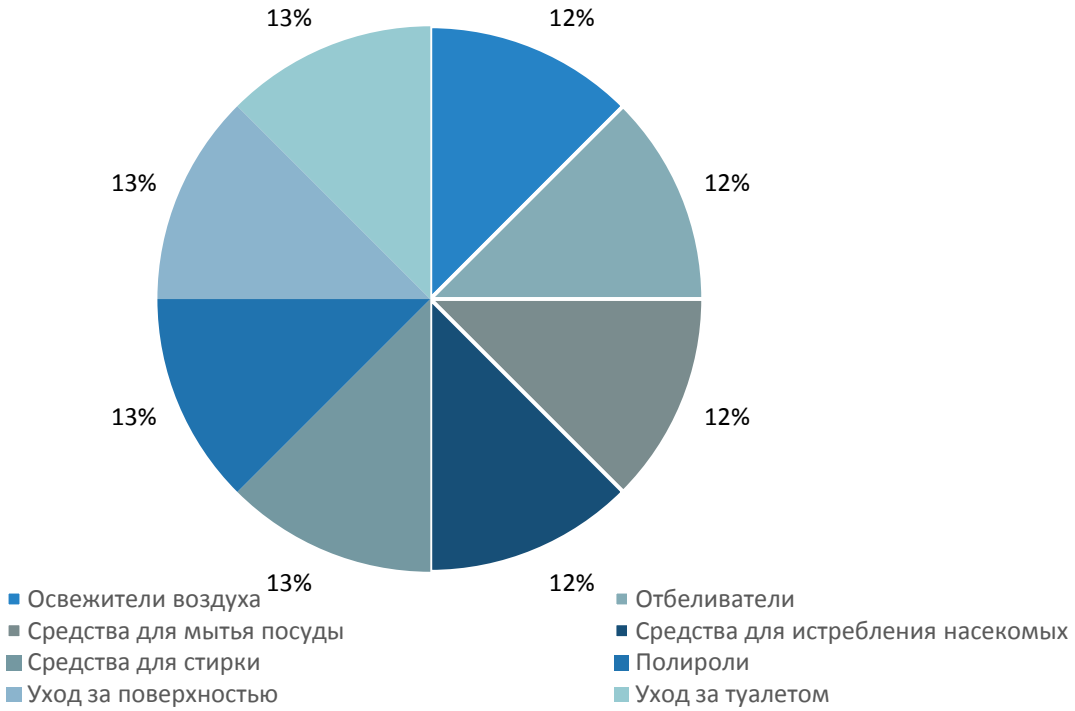
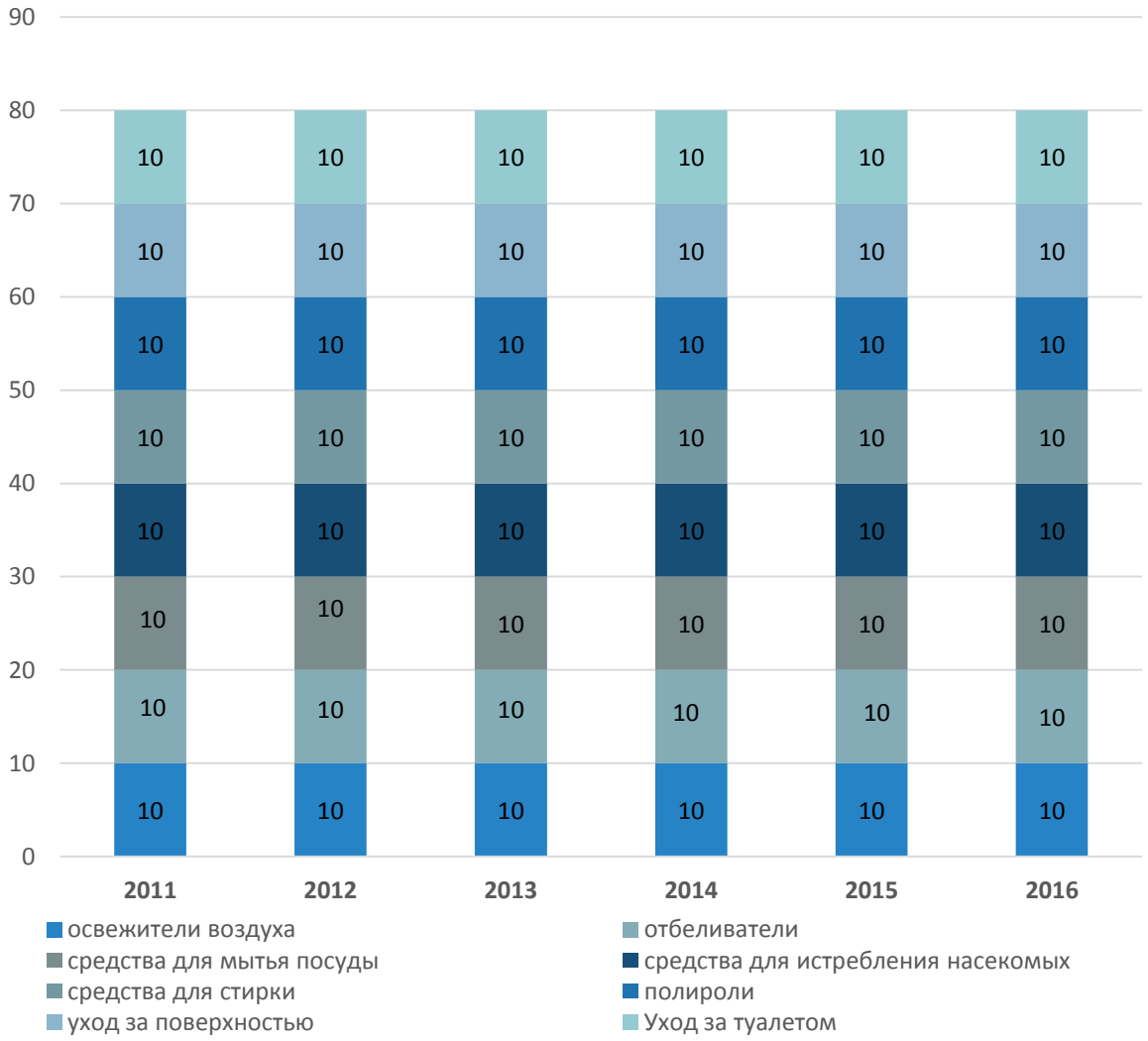


Диаграмма 3. Объем сегментов рынка средств по уходу за домом в Казахстане в 2011 – 2016 гг., млрд. каз. тенге.



Наибольший темп прироста рынка средств по уходу за домом в стоимостном выражении в 2016 г. будет наблюдаться в категории «……..».

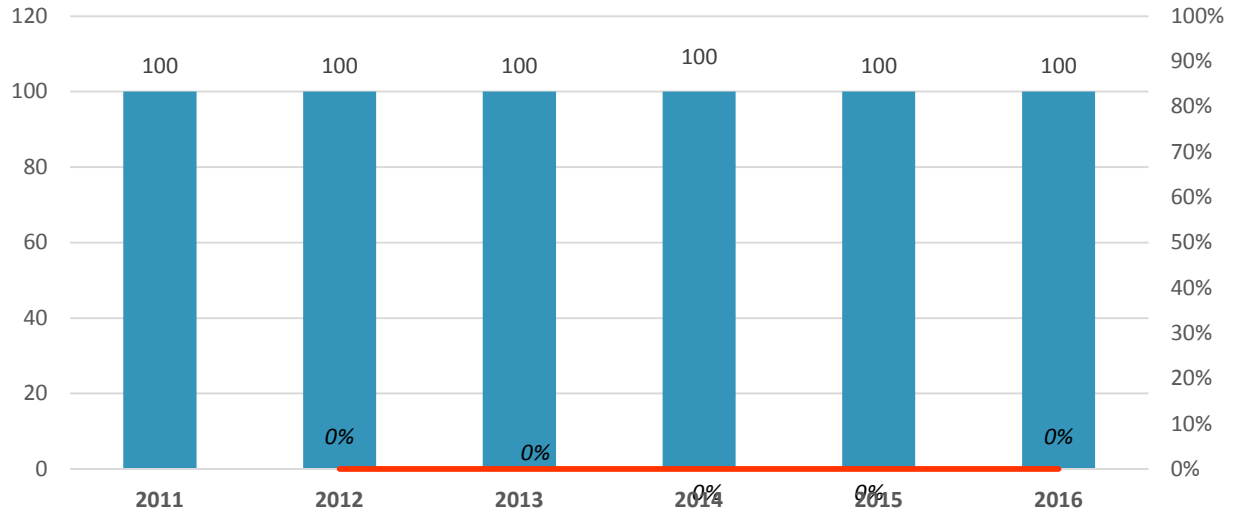
Таблица 3. Темп прироста рынка средств по уходу за домом по сегментам в Казахстане в 2012-2016 гг. в стоимостном выражении, %.

Категория	2011/2012	2012/2013	2013/2014	2014/2015	2015/2016
Освежители воздуха					
Отбеливатели					
Средства для мытья посуды					
Средства для истребления насекомых					
Средства для стирки					
Полироли					
Уход за поверхностью					
Уход за туалетом					
Всего					

Сегмент Освежители воздуха

В 2016 г. темп прироста сегмента «Освежители воздуха» составил ….%. При этом в 2014-2015 гг. наблюдались …… темпы прироста: в 2014 г. сегмент ……..%, в 2015 – на ……%.

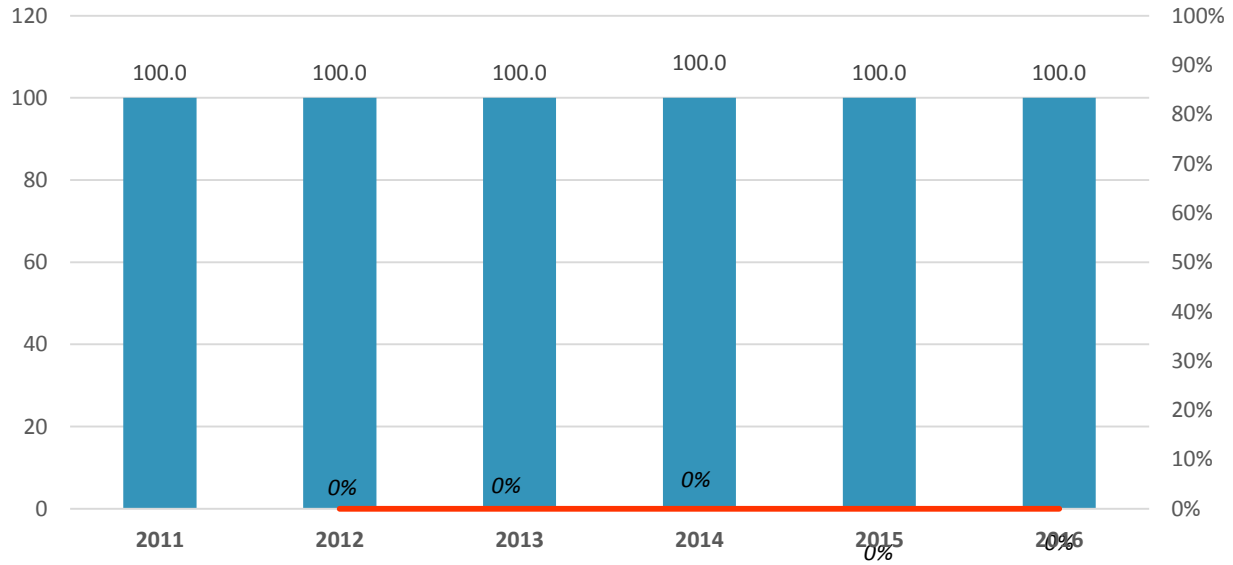
Диаграмма 4. Объем и темпы прироста сегмента рынка «Освежители воздуха» в 2011 - 2016 гг., млрд. каз. тенге., %.



Сегмент Отбеливатели

В 2016 г. темп прироста сегмента «Отбеливатели» составил … В 2014 г. сегмент ……. на …, а в 2015 г. – на ….

Диаграмма 4. . Объем и темпы прироста сегмента рынка «Отбеливатели» в 2011 - 2016 гг., млрд. каз. тенге., %.



Сегмент Средства для мытья посуды

Сегмент Средства для истребления насекомых

Сегмент Средства для стирки

Сегмент Полироли

Сегмент Уход за поверхностью

Сегмент Уход за туалетом

Глава 3. Каналы сбыта

В 2016 г. через канал «…» было реализовано …% средств по уходу за домом, тогда как через «….» - ….% средств по уходу за домом.

Таблица 3. Дистрибуция средств по уходу за домом по формату торговли в Казахстане в 2011-2016 гг. в стоимостном выражении , %.

Категории точек продаж	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Внутримагазинная розница						
- Розничные магазины						
-- Современная розница						
--- Гипермаркеты						
--- Супермаркеты						
-- Традиционная розница						
--- Индивидуальные предприниматели						
--- Прочие продавцы бакалейными товарами						
- Специализированные магазины						
--- Ретейлеры, специализирующиеся на продаже косметики и средств личной гигиены						
-- Прочие специализированные магазины средств по уходу за домом						
Всего						

Глава 4. Тенденции и перспективы развития рынка средств по уходу за домом в Казахстане

- В Казахстане в сфере домашнего ухода доминируют международные компании. Однако в 2016 году наблюдалось постепенное увеличение местных производителей, таких как …, …, …, и др. Развитие отечественных производителей средств по уходу за домом обусловлено ростом их производственных мощностей и финансовой поддержкой правительства для местных предприятий. Плюс местных производителей состоит в доступности их продукции по сравнению с продукцией, выпускаемой международными компаниями.

Глава 5. Конкурентный анализ рынка средств по уходу за домом в Казахстане

Рыночные доли компаний

Рынок средств по уходу за домом достаточно фрагментирован благодаря присутствию на рынке большого количества компаний. Также на рынке представлен широкий ассортимент средств по уходу за домом: от освежителей воздуха до средств для ухода за туалетом.

Таблица 4. Доли производителей в объёме рынка средств по уходу за домом в Казахстане в 2012-2016 гг., % от стоимостного объема рынка.

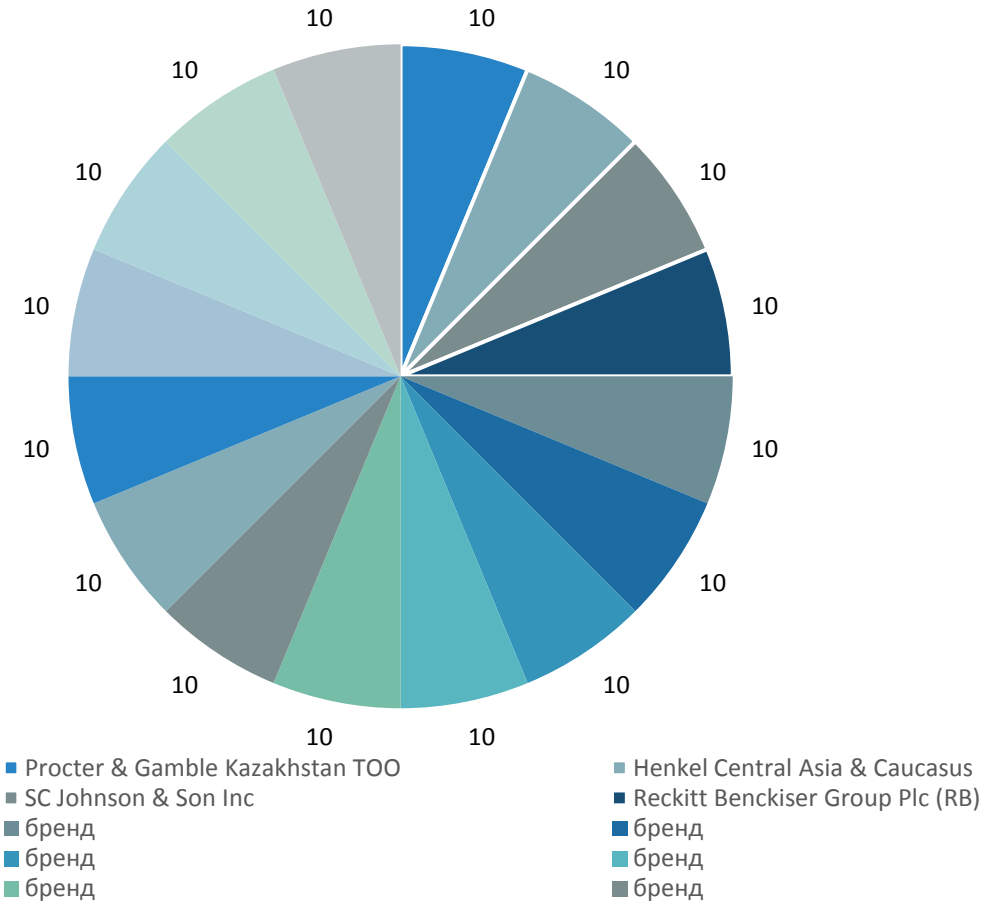
Производитель	2012	2013	2014	2015	2016
Procter & Gamble Kazakhstan TOO					
Henkel Central Asia & Caucasus					
SC Johnson & Son Inc					
Всего					

Продажи производителя ……. достигли своего максимального … на …% в 2015 г. Основной причиной … продаж является широкое распространение в Казахстане бренда …….

Однако уже в 2016 г. самый большой прирост продаж будет наблюдаться у …….. …. продаж составит …%.

……..

Диаграмма 5. Доли производителей в объеме рынка средств по уходу за домом в 2016 г., % от стоимостного объема рынка.



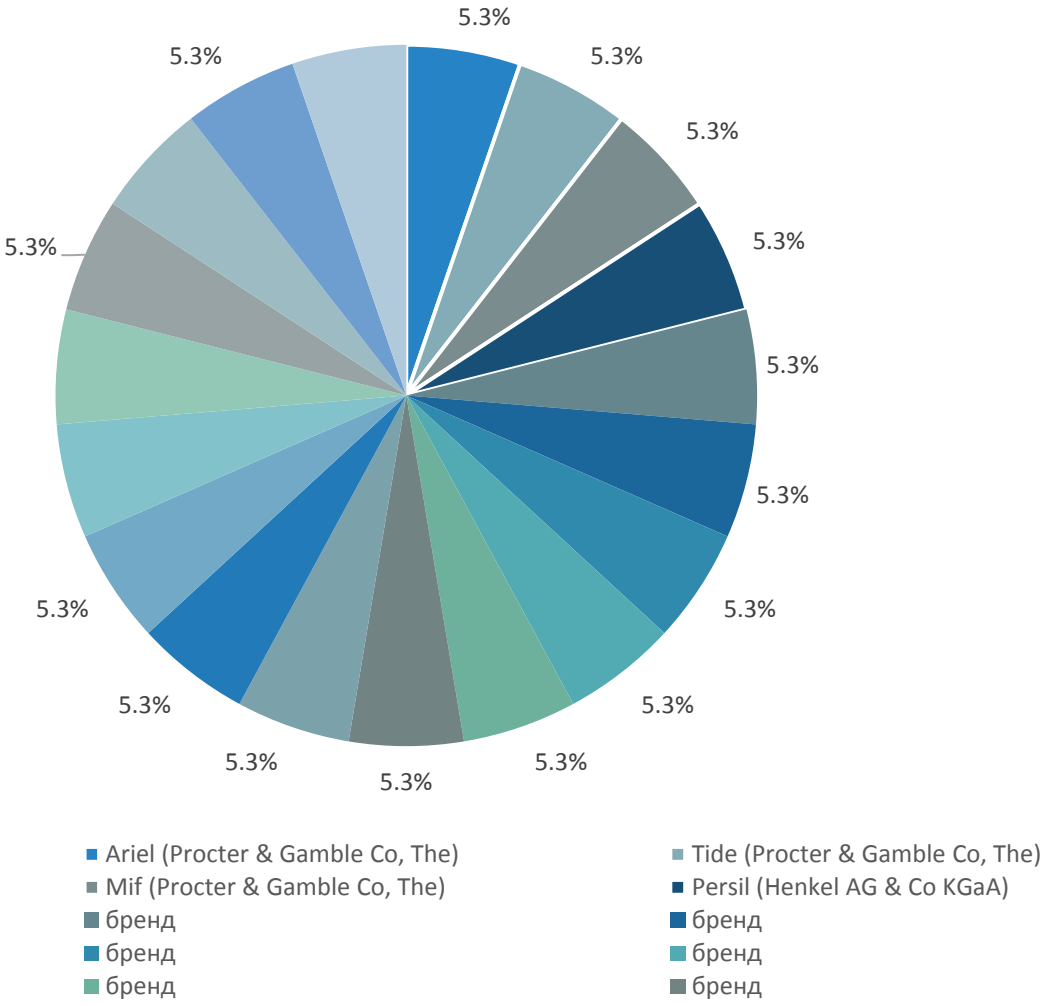
Рыночные доли брендов

Наиболее популярными брендами в 2016 г. по объему продаж в Казахстане на рынке средств по уходу за домом ……, …… и ……. Доля рынка данных брендов в 2016 г. составит соответственно …%, …% и …%.

Таблица 5. Доли брендов в объёме рынка средств по уходу за домом в Казахстане в 2013-2016 гг., % от стоимостного объема рынка.

Бренд	Производитель	2013	2014	2015	2016
Всего					

Диаграмма 6. Доли брендов в объеме рынка средств по уходу за домом в Казахстане в 2016 г., % от стоимостного объема рынка.



Глава 6. Прогноз развития рынка средств по уходу за домом до 2021 г.

Рынок средств по уходу за домом

В стоимостном выражении

Агентство маркетинговых исследований

DISCOVERY RESEARCH rROUP

125448, Москва, ул. Михалковская 63Б, стр. 4, этаж 4

БЦ «Головинские пруды»

Тел. +7 (499) 394-53-60, (495) 968-13-14

e-mail: research@drgroup.ru

www.drgroup.ru

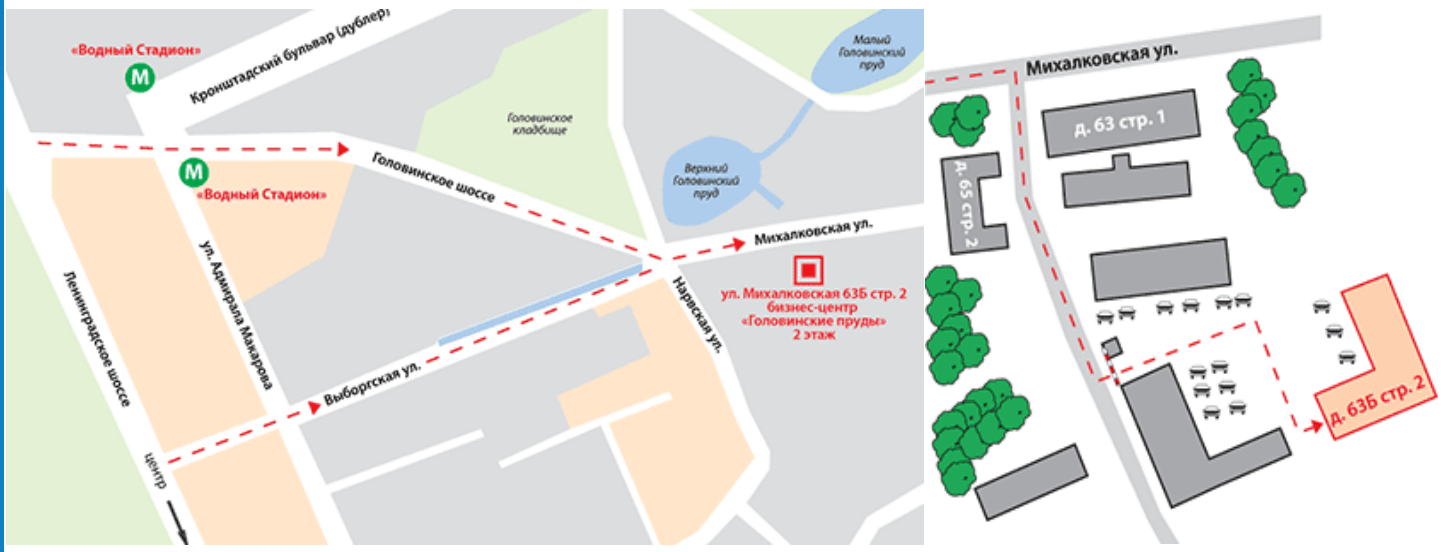



Схема проезда