

**АНАЛИЗ РЫНКА
ЖИДКОГО СТИРАЛЬНОГО
ПОРОШКА В УКРАИНЕ**

1. Тенденции развития сегмента стиральных порошков. Анализ востребованности «жидкого стирального порошка».

1.1. Ситуация на рынке

В последние годы рынок бытовой химии Украины, в том числе сегмент стиральных порошков, переживает непростые времена. В 2014-15 гг. на рынке наблюдался спад производства, экспорта и импорта готовой продукции. Снизились ёмкость рынка. Пиковый период кризиса пришёлся на 2015 г., когда объёмы производства средств для стирки и чистки снизились на 25,9%, объёмы экспорта на 39,5%, импорта на 17,1%. Снизилось потребление жидкого геля для стирки и стирального порошка на 20,3%.

Динамика производства, экспорта, импорта средств для стирки и чистки в 2011-17 гг., тыс. т

Операция	2011	2012	2013	2014	2015	2016	1 кв. 2016	1 кв. 2017
Производство	237	*	*	*	*	*	*	*
Динамика в %	н/д	*	*	*	*	*	*	*
Экспорт, тыс. т	30,28	*	*	*	*	*	*	*
в тыс. долл.	45,38	*	*	*	*	*	*	*
Динамика в %	н/д	*	*	*	*	*	*	*
Импорт, тыс. т	162,94	*	*	*	*	*	*	*
в тыс. долл.	280,96	*	*	*	*	*	*	*
Динамика в %	н/д	*	*	*	*	*	*	*

По данным Государственной службы статистики Украины

Кризисные явления на рынке связаны с неблагоприятной общественно-политической ситуацией в стране. После аннексии Россией украинского Крыма и оккупации отдельных районов Донецкой и Луганской области, отечественные и зарубежные производители потеряли 30% рынка сбыта. Спад производства и экспорта украинской продукции связан с вводом со стороны России запрета на импорт продукции украинских производителей бытовой химии. [REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

Ежеквартальное производство средств для стирки и чистки в 2016-17 гг., тыс. т

1 кв. 2016	2 кв. 2016	3 кв. 2016	4 кв. 2016	1 кв. 2017
*	*	*	*	*

*	*	*	*	*
---	---	---	---	---

По данным Государственной службы статистики Украины

Негативные тенденции на рынке также обусловлены социально-экономической нестабильностью в Украине. Из-за обесценивания гривны, роста себестоимости продукции и цен на импортные товары снизились объёмы реализации. Объёмы продаж в 2014-15 были высокими за счёт увеличения стоимости товаров, несмотря на то, что ёмкость рынка снизилась.

Динамика реализации средств для стирки и чистки в 2011-15 гг., млн. грн.

2011	2012	2013	2014	2015
4192,9	*	*	*	*
Динамика в %	*	*	*	*

По данным Государственной службы статистики Украины



Снижение импорта в 2014-15 гг. связано с тем, что украинские потребители в целях экономии покупают продукцию отечественного производства, воздерживаются от приобретения более дорогостоящих товаров зарубежных брендов.

В условиях кризиса, ритейлеры отдают предпочтение продукции отечественного производства, поскольку она ниже в цене.

Динамика ёмкости рынка средств для стирки и чистки в 2011-16 гг., тыс. т

Происхождение	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Отечественные	206,72	*	*	*	*	*
Импортные	162,94	*	*	*	*	*
Ёмкость рынка	369,66	*	*	*	*	*
Динамика в %	н/д	*	*	*	*	*
Средства для стирки (57,5%)*	228,07	*	*	*	*	*
Другие средства (42,5%)*	141,59	*	*	*	*	*

По данным Государственной службы статистики Украины и открытых источников
*От ёмкости рынка (количество средств для стирки, мытья и чистки, поступивших на рынок)

В 2016 г. положения дел на рынке изменилось в лучшую сторону

За этот период было импортировано на 8,76% больше стиральных порошков, по сравнению с 1 кварталом 2016 г.

Оживление на рынке связано с относительным повышением покупательной способности населения в прошлом году. Во 2 квартале 2016 г. реальные доходы потребителей увеличились на 5,6% в годовом измерении, впервые за последние 10 кварталов

1.2. Анализ востребованности «жидкого стирального порошка»

Традиционно, львиную долю на рынке бытовой химии Украины занимают средства для стирки белья. С 2010 г. около 57,5 рынка приходится на стиральные порошки и другие средства. В тоже время в Украине не достаточно востребованы гели для стирки или как их ещё называют «жидкого стирального порошка»

[REDACTED]

Индикативное распределение средств для стирки среди потребителей

Бытовая химия	Количество потребителей*		Потребление**	
	чел.	%	кг/чел. в год	тыс. т
Стиральный порошок	*	*	*	*
Жидкие средства	*	*	*	*
Паста и мыло	*	*	*	*
Другие	*	*	*	*
Всего	*	*	*	*

На основе данных из открытых источников

**С учётом населения Украины (42 млн. чел.)*

***С учётом количества покупателей различных средств для стирки*

****Данные являются условными и могут не отображать подлинного характера распределения средств для стирки среди украинских потребителей*

Спрос на обычный сыпучий стиральный порошок в Украине сохраняется на сравнительно высоком уровне. В докризисный период, на внутреннем рынке Украины ежегодно продавалось 150 тыс. т стирального порошка. [REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED] Гели ориентировочно в два раза дороже, чем порошки. Чем выше жизненный уровень населения, тем большим спросом пользуются жидкие моющие средства, что наглядно отображает картина потребления жидких порошков на Западе [REDACTED]

[REDACTED]

Высокая цена на жидкие стиральные порошки связана с использованием при их производстве дорогих ингредиентов [REDACTED]

[REDACTED]

[Redacted text block]

[Redacted text block]

[Redacted text block]

[Redacted text block]

[Redacted text block]

[Redacted text block]

[Redacted text block]

[Redacted text block]

[Redacted text block]

[Redacted text block]

[Redacted text block]

[Redacted text block]

[Redacted text block]

[Redacted text block]

[Redacted text block]

2. Актуальность развития бренда жидкого стирального порошка

Несмотря на последствия экономического кризиса и популярность в Украине обычных стиральных порошков, на наш взгляд, на сегодняшний день и в ближайшей перспективе является актуальным развитие бренда жидкого стирального [REDACTED]

Запрет фосфатов. Сегодня украинское правительство проводит политику, направленную на запрещение производства, импорта и реализации товаров бытовой химии, в составе которых содержатся фосфаты [REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

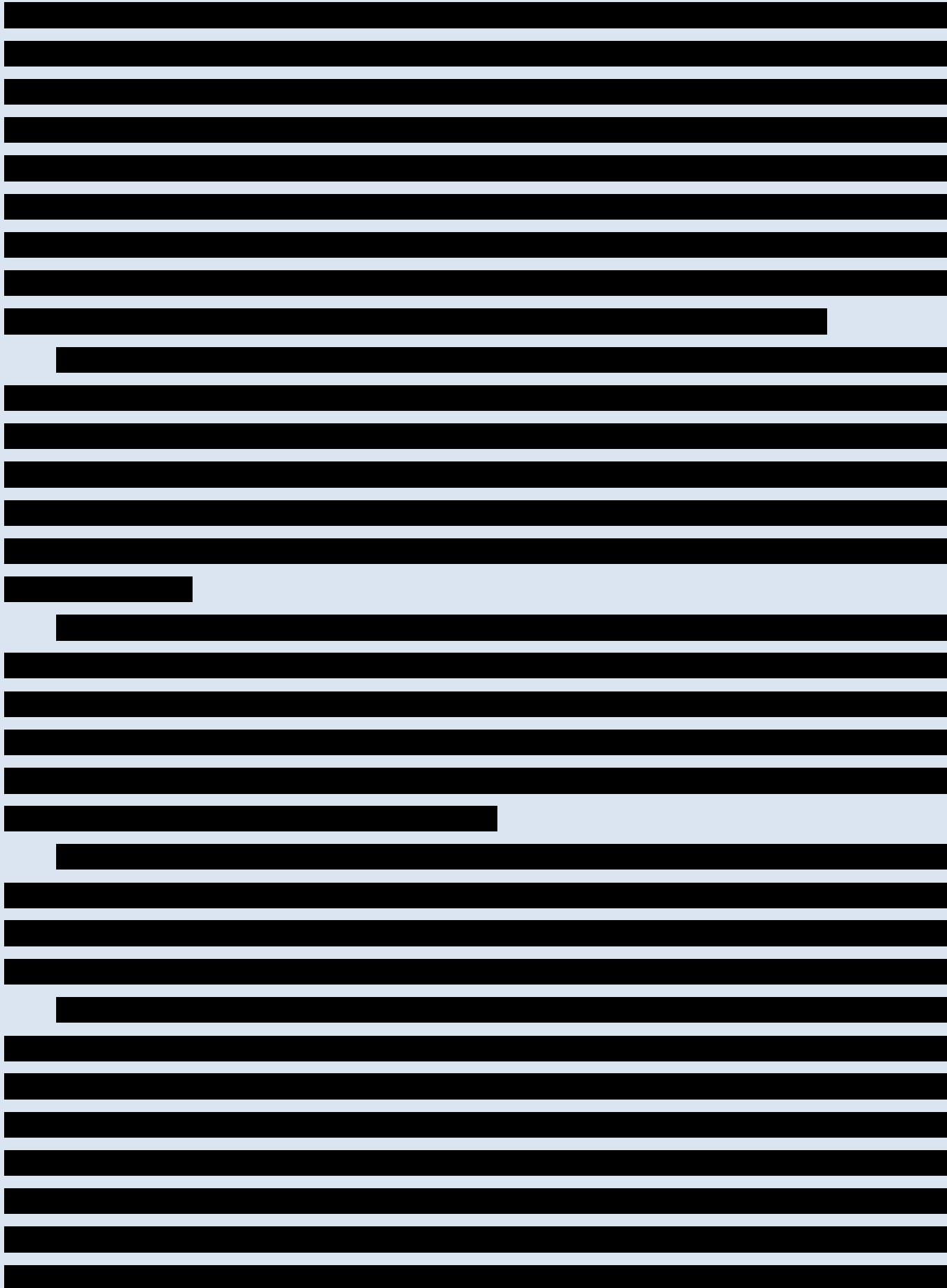
Рост количества стиральных машин в домохозяйствах. [REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

Акцент на сильных сторонах

При раскрытии бренда жидкого стирального порошка



[REDACTED]

3. Сегментация рынка по ценовой политике

На украинском рынке жидких средств для стирки представлено более 100 мировых и отечественных брендов. Наибольшую популярность среди потребителей завоевали топ-15 производителей, которые представлены на рынке в следующих ценовых сегментах.

Сегмент	Производители	Средний уровень цен, грн/л
Низко-ценовой	*	*
Средне-ценовой	*	*
Высоко-ценовой	*	*
Премиум сегмент	*	*

Низко-ценовой сегмент представлен такими брендами как:

[Redacted list of brands]

В средне-ценовой сегмент вошли такие бренды как: Rex,

[Redacted list of brands]

В группу высоко-ценового сегмента жидких стиральных порошков вошли бренды: Ariel,

[Redacted list of brands]

[Redacted]

[Redacted]

В премиум-сегменте [Redacted]

[Redacted]

[Redacted]

[Redacted]

[Redacted]

[Redacted]

[Redacted]

4. Анализ основных конкурентов

Бренд	Преимущества	Недостатки
«Sama»	<ul style="list-style-type: none"> • Большой объем упаковки – 3 кг; • Низкая цена – от 69 до 80 грн за 3 л; • Удобная упаковка – белая пластмассовая канистра с закручивающимся колпачком; • Ненавязчивый аромат; • Хорошо пенится; • Хорошо вымывается, не оставляет следов и разводов после стирки; • Не вызывает аллергических реакций; • После стирки вещи не теряют цвет. 	<ul style="list-style-type: none"> • Пластик, из которого сделана упаковка, очень мягкий и частой проблемой является невозможность закрыть крышку после первого открытия; • На упаковке нет таблицы с расходом средства; • Очень большой расход на одну стирку; • Низкое качество стирки, не справляется с пятнами. Необходимо замачивать вещи перед стиркой
*	*	*
*	*	*
*	*	*
*	*	*
*	*	*
*	*	*
*	*	*
*	*	*
*	*	*
*	*	*
*	*	*
*	*	*
*	*	*
*	*	*

5. Портрет основного потребителя и его предпочтения

Кто он?	*
Уровень семейных доходов в месяц	*
Ключевые проблемы	*
Его страхи	*
Что важно?	*
Где он?	*
Возражения к продукту	*
Роль в принятии решения	*