

Обзор рынка предметов женской и детской гигиены

Главными факторами, которые оказывают непосредственное влияние на развитие рынка подгузников, являются рост рождаемости, увеличение доходов населения и внедрение культуры потребления товаров для детей. Рождаемость ежегодно увеличивается. В 2021 году в Казахстане родился 446 491 ребенок, что на 19 667 больше, чем в 2020 году. За период с 2017 по 2021 год доходы домашних хозяйств в среднем на душу населения выросли на 15%. Однако расходы на товары личной гигиены за пятилетний период выросли на 55%. Это одна из причин снижения потребления предметов гигиены для женщин и детей. С 2017 года потребление упало на 14,6% – до 7722 тонн, импорт – на 15,3%.

Между тем производство выросло на 9,6% – до 297 тонн. В 2021 году завод по выпуску подгузников и влажных салфеток был открыт в селе Аксу Сайрамского района. Заказчиком проекта является общественное объединение «Общество инвалидов CaPable Group». Партнер общественного объединения – турецкая компания «AROYAL Royal Hijyen A.S.». В 2013 году в Каскелене (Алматинская область) было создано совместное казахстанско-японское предприятие ТОО «Sachiko-Olzha Products» (Сачико-Олжа Продактс) по производству детских одноразовых подгузников. Подгузники Sachiko представлены в 431 торговой точке по всему Казахстану и в 300 – по России. Но производство занимает лишь 3,8% от всех потребностей внутреннего рынка.

96% реализованных на рынке детских памперсов, пеленок, женских прокладок – импорт, его большая часть идет из России. Самые известные сегодня марки детских подгузников и женских прокладок принадлежат трем американским компаниям – Procter & Gamble (Pampers, Always, Tampax, Naturella, Discreet), SCA Group (Libero), Kimberly Clark (Huggies, Kotex). Компания Procter & Gamble имеет завод по производству подгузников под Санкт-Петербургом, Kimberly Clark – в городе Ступино Московской области и т. д. Однако в марте 2022 года компания Procter & Gamble заявила, что ограничивает свою деятельность в России, больше не инвестирует в ее рынок, приостанавливает рекламную кампанию и поднимает цены из-за санкций и спецоперации, которую ведет Россия на территории Украины. В результате в России произошел резкий скачок цен и возник искусственный дефицит средств гигиены, соответственно, в Казахстане ожидается снижение импорта этих товаров. В текущей ситуации казахстанские производители могут заполнить освободившиеся ниши.

Платное маркетинговое исследование включает в себя:

- Кабинетное исследование (сбор и анализ информации из различных открытых источников, расчет объема рынка)
- Полевое исследование (опрос потребителей, производителей товаров/услуг, экспертные интервью участников рынка)

- Анализ внутренних и внешних факторов, SWOT-анализ возможности инвестирования, прогнозы, рекомендации по ведению бизнеса

В рамках кабинетного исследования проводятся:

- обзоры тенденций рынка, мирового экспорта и импорта;
- сбор и анализ данных по рынку Казахстана, сбор и анализ данных по странам СНГ;
- сбор и анализ информации об основных производителях продукции/услуг (месторасположение, объемы производства, виды продукции);
- сбор и анализ информации о потребителях;
- обзор данных по импорту и экспорту объектов исследования;
- сбор и анализ информации по уровню предложений;
- анализ цен на товары/услуги, сравнение ввозных цен с конечными ценами на рынке.

Результатом полевых исследований станут выявление тенденций (динамики) в производстве, определение конкурентоспособности основных производителей и поставщиков на рынке, их инвестиционных планов (модернизация/увеличение производственных мощностей и т. д.), информация о ценах реализации продукции/услуг, доступности сырья, наличии кадров, особенностях производства/услуг.

Для проведения исследования будут использованы следующие источники информации:

1. Официальные данные Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам РК
2. Официальные данные Комитета государственных доходов Министерства финансов РК
3. Официальные данные Правительства РК
5. Официальные данные Министерства финансов РК
6. Официальные данные по государственным закупкам
8. Публикации в официальных СМИ
9. Официальные сайты компаний производителей, поставщиков и потребителей объектов исследования
10. Результаты полевого исследования потребителей
11. Результаты полевого исследования производителей

Для заказа платного маркетингового исследования позвоните к нам в офис +7 727 391-01-13 или напишите на WhatsApp + 7 701 716 49 02.