|  |  |
| --- | --- |
| **Название отчета** | **РОССИЙСКИЙ РЫНОК одноразовой посуды 2018 (выпуск 5)** |
| Название компании-исполнителя | Маркетинговое Агентство Step by Step |
| Дата выхода отчета  | 15.01.2018 |
| Количество страниц | 111 стр. |
| Язык отчета | русский |
| Стоимость (руб.) | 35 000 руб. |
| Полное описание отчета (цель, методы, структура, источники информации, выдержки из текста, графическая информация, диаграммы-примеры и т.п.) – не более 2-х стр.А4 | **Цель исследования:** анализ текущей ситуации на рынке одноразовой посуды.**Задачи исследования:*** Описание макроэкономической ситуации на Рынке
* Выделение основных сегментов Рынка
* Определение основных количественных характеристик Рынка
* Описание структуры Рынка
* Выявление основных игроков на Рынке
* Выявление основных факторов, влияющих на Рынок

Описание типа исследования:Данный отчет написан по результатам кабинетного исследования. Кабинетное исследование представляет собой вид качественного маркетингового исследования, направленного на поиск и анализ данных, содержащихся в открытых источниках информации.**Выдержки из исследования:**…В 2017 году объем рынка одноразовой посуды увеличился на …% до … руб. Среднегодовой темп роста рынка в период с 2006 по 2017 год составил …%. Прогнозируется ежегодный рост объема продаж, в 2021 году он должен составить …. руб. (+…% к 2020 году и +…% к показателю 2017 года).В 2016 году объем рынка в натуральном выражении увеличился на …% до …. шт.В 2015 году произошел резкий спад российского производства одноразовой посуды (-…%), однако, в 2016 году рост показателя составил …% до ….. тонн.По данным экспертов, объем рынка составляет ….% от его емкости. Емкость российского рынка одноразовой посуды составляет в 2017 году ….. руб.Наиболее продаваемым видом одноразовой посуды являются стаканы. Доля сегмента стаканчиков составляет …%, еще ….% приходится на тарелки. Отмечается рост продукции премиум-класса.В 2016 году доля бумажной одноразовой посуды в структуре продаж выросла до …%.В структуре ВЭД превалирует импорт – его доля составила …% в натуральном и ….% в стоимостном выражении. В 2016 году доля импортной одноразовой посуды на рынке сократилась до ….%. При этом объем импорта полимерной посуды в 2016 году сократился на …%, а бумажной - на ….%.Основным товаром-заменителем для одноразовой посуды является посуда из фарфора и фаянса. Ее объемы производства в России сокращаются.Главным драйвером развития рынка одноразовой посуды является рынок фастфуда. В 2017 году темп прироста объема рынка фастфуда снизился до …% к 2016 году и достиг ….. руб. Наибольшую долю в структуре продаж рынка фастфуда занимает сегмент предприятий, продающих бургеры. На долю бургерных приходится …% продаж на рынке ресторанов быстрого питания. Зарубежные предприятия фастфуда активно увеличивают число ресторанов своей сети.….. |
| Подробное оглавление/содержание отчета |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1 | **Оглавление** |  |
| 2 | **Введение** | **5** |
| 3 | **Методологическая часть** | **6** |
|  | 3.1 | *Описание типа исследования* | *6* |
|  | 3.2 | *Объект исследования* | *6* |
|  | 3.3 | *Цели и задачи исследования* | *6* |
|  | 3.4 | *География исследования* | *6* |
|  | 3.5 | *Время проведения исследования* | *6* |
|  | 3.6 | *Методы сбора данных* | *6* |
| 4 | **Макроэкономическая конъюнктура** | **8** |
|  | 4.1 | *ВВП* | *8* |
|  | 4.2 | *Промышленное производство* | *8* |
|  | 4.3 | *Инвестиции* | *9* |
|  | 4.4 | *Инфляция* | *10* |
|  | 4.5 | *Розничная торговля* | *11* |
|  | 4.6 | *E-commerce* | *13* |
|  | 4.7 | *Уровень жизни населения* | *16* |
| 5 | **Описание отрасли** | **18** |
|  | 5.1 | *Химическая промышленность* | *18* |
|  | 5.2 | *Объемы и темпы роста внутреннего производства химической промышленности* | *18* |
|  | 5.3 | *Целлюлозно-бумажная промышленность* | *20* |
|  | 5.4 | *Объемы и темпы роста внутреннего производства целлюлозно-бумажной промышленности* | *20* |
| 6 | **Описание влияющих Рынков** | **22** |
| 7 | **Описание смежных рынков** | **25** |
|  | 7.1 | *Рынок стеклянной, фарфорофаянсовой и керамической посуды* | *25* |
| 8 | **Сегментация рынка** | **27** |
|  | 8.1 | *Определение продукции* | *27* |
|  | 8.2 | *Сегментирование одноразовой посуды по назначению* | *27* |
|  | 8.3 | *Сегментирование одноразовой посуды по форме изделия* | *27* |
|  | 8.4 | *Сегментирование Продукции по типу сырья* | *28* |
|  | 8.5 | *Основные принципы ценообразования* | *32* |
|  | 8.6 | *Ценовое сегментирование Продукции* | *33* |
|  | 8.7 | *Описание упаковки для одноразовой посуды* | *33* |
| 9 | **Основные количественные характеристики Рынка** | **34** |
|  | 9.1 | *Объем производства* | *34* |
|  | 9.2 | *Объем Рынка* | *34* |
|  | 9.3 | *Емкость рынка* | *37* |
|  | 9.4 | *Влияние сезонности на Рынок* | *37* |
|  | 9.5 | *Прогноз развития рынка до 2021 года* | *38* |
|  | 9.6 | *Тенденции в развитии Рынка* | *39* |
| 10 | **Анализ внешней торговли** | **41** |
|  | 10.1 | *Структура внешней торговли* | *42* |
|  | 10.2 | *Импорт* | *42* |
|  | 10.3 | *Экспорт* | *44* |
|  | 10.4 | *Основные тенденции во внешней торговле* | *47* |
| 11 | **Сбытовая структура Рынка** | **48** |
|  | 11.1 | *Цепочка движения товара* | *48* |
|  | 11.2 | *Краткое описание основных сегментов участников рынка одноразовой посуды* | *50* |
|  | 11.3 | *Производители одноразовой посуды* | *50* |
|  | 11.4 | *Дистрибьюторы продукции* | *51* |
|  | 11.5 | *Розничный сектор* | *52* |
| 12 | **Конкурентный анализ** | **53** |
|  | 12.1 | *Основные параметры конкуренции* | *53* |
|  | 12.2 | *Основные производители. Описание профилей крупнейших компаний* | *53* |
|  | 12.3 | *Конкуренция между дистрибьюторами и оптовыми компаниями* | *73* |
|  | 12.4 | *Тенденции в направлении конкуренции между крупными дистрибьюторами Продукции* | *87* |
|  | 12.5 | *Конкуренция между крупнейшими компаниями розничного сектора* | *88* |
|  | 12.6 | *Основные параметры конкуренции* | *88* |
|  | 12.7 | *Описание профилей крупнейших компаний* | *89* |
|  | 12.8 | *Сравнительная характеристика основных розничных компаний на рынке* | *95* |
|  | 12.9 | *Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими предприятиями розничного сектора* | *99* |
| 13 | **Анализ потребителей** | **100** |
|  | 13.1 | *Описание потребителей* | *100* |
|  | 13.2 | *Сегментация потребителей* | *100* |
|  | 13.3 | *Основные тенденции в потребительском сегменте* | *106* |
| 14 | **Обобщающие выводы по отчету** | **107** |
|  | 14.1 | *Факторы, влияющие на развитие Рынка* | *107* |
|  | 14.2 | *Step-анализ Рынка* | *107* |
|  | 14.3 | *Факторы, благоприятствующие развитию Рынка* | *108* |
|  | 14.4 | *Анализ рисков* | *108* |
|  | 14.5 | *Сдерживающие факторы Рынка* | *109* |
| 15 | **Общие выводы по отчету** | **110** |

 |
| Количество и названия таблиц, диаграмм, графиков | Диаграмма 1. Динамика ВВП в текущих ценах, 2014-2016 гг. и 2017 – 2019 гг. прогноз, трлн. руб.Диаграмма 2. Темпы роста промышленного производства, 2011-2017 гг. (прогноз), %Диаграмма 3. Динамика объема инвестиций в основной капитал, 2010-2016 гг., трлн руб., %Диаграмма 4. Инфляция в 2011-2017 гг. (прогноз), %Диаграмма 5. Динамика оборота розничной торговли, 2011-2016 гг. и 9 мес. 2017 г., трлн руб.Диаграмма 6. Рост товарных категорий в первом полугодии 2017 года, %Диаграмма 7. Наиболее популярные категории товаров e-commerce в сегменте электроники и бытовой техники, % от продажДиаграмма 8. Распределение онлайн-продаж в 1 полугодии 2017 г. по федеральным округам, %Диаграмма 9. Среднедушевые денежные доходы населения 2011 – 2016 гг., руб.Диаграмма 10. Среднедушевые денежные доходы населения январь-сентябрь 2017г. и прогноз до конца года, руб.Диаграмма 11. Динамика объема производства продукции отрасли химической промышленности в 2014 – 2017 гг., трлн. руб.Диаграмма 12. Динамика объема потребления изделий отрасли химической промышленности в России в 2014 – 2017 гг., трлн. руб.Диаграмма 13. Объем российского рынка ресторанов быстрого питания в 2015-2017 гг., млрд. руб.Диаграмма 14. Структура российского рынка фастфуда в 2016 году, %Диаграмма 15. Структура рынка одноразовой посуды в России по видам продукции, %Диаграмма 16. Структура рынка одноразовой посуды в России в 2016 г. по материалу изготовленияДиаграмма 17. Средняя стоимость одного предмета одноразовой посуды в 2015 – 2016 гг., руб.Диаграмма 18. Динамика объемов российского производства одноразовой посуды в натуральном выражении в 2012-2016 гг., тыс. тоннДиаграмма 19. Структура рынка одноразовой посуды в России в 2016 г. по происхождениюДиаграмма 20. Прогноз динамики объема рынка одноразовой посуды в денежном выражении на 2018 – 2021 гг., млрд. руб.Диаграмма 21. Выручка компании ООО "Хухтамаки С.Н.Г." в России в 2012-2016 гг., млрд. руб.Диаграмма 22. Чистая прибыль ООО "Хухтамаки С.Н.Г." в России в 2012-2016 гг., млн. руб.Диаграмма 23. Выручка АО "Артпласт" 2012 - 2016 гг., млрд. руб.Диаграмма 24. Чистая прибыль АО "Артпласт" 2012-2016 гг., млн. руб.Диаграмма 25. Выручка ООО "Мистерия" 2012-2016 гг., млрд. руб.Диаграмма 26. Чистая прибыль ООО "Мистерия" 2012-2016 гг., млн. руб.Диаграмма 27. Выручка ООО "ПолиЭр" 2012-2016 гг., млн. руб.Диаграмма 28. Чистая прибыль ООО "Полиэр" 2012-2016 гг., млн. руб.Диаграмма 29. Выручка ООО "Фопос" 2012-2016 гг., млн. руб.Диаграмма 30. Чистая прибыль ООО "Фопос" 2012-2016 гг., тыс. руб.Диаграмма 31. Ответы респондентов на вопрос «Покупаете ли вы одноразовую посуду?»Диаграмма 32. Виды одноразовой посуды, которую покупают жители РоссииДиаграмма 33. Наиболее важные для потребителей факторы при выборе одноразовой посудыТаблица 1. Динамика спроса в сегменте бытовой техники и электроники 1 квартал 2017 г, %Таблица 2. Топ онлайн-магазинов, в ассортименте которых присутствуют бытовые плитыТаблица 3. Динамика объема производства фарфоровой и фаянсовой посудыТаблица 4. Объем рынка одноразовой посуды в России в 2012-2017 гг., млрд. руб.Таблица 5. Объем рынка одноразовой посуды в России в 2015-2016 гг., млрд. руб.Таблица 6. Емкость рынка одноразовой посуды в 2017 годуТаблица 7. Коды ТН ВЭД для анализа импорта и экспорта на рынкеТаблица 8. Объем импорта и экспорта в 2017 г.Таблица 9. Основные страны – импортеры одноразовой посуды для РФ в 2016 г.Таблица 10. Основные страны-производители импорта одноразовой посуды в натуральном и денежном выражении, 2016 г.Таблица 11. Основные компании-производители импорта одноразовой посуды в натуральном и денежном выражении, 2016 г.Таблица 12. Основные страны - экспортеры одноразовой посуды в натуральном и денежном выражении, 2016 г.Таблица 13. Основные страны - производители экспорта одноразовой посуды в натуральном и денежном выражении, 2016 г.Таблица 14. Основные компании - производители экспорта одноразовой посуды в натуральном и денежном выражении, 2016 г.Таблица 15. Крупнейшие производители одноразовой посудыТаблица 16. Сравнительная характеристика игроков рынка по основным параметрамТаблица 17. Крупнейшие дистрибьюторы одноразовой посудыТаблица 18. Финансовые показатели ООО Безант М в 2015 - 2016 гг., тыс. руб.Таблица 19. Финансовые показатели ООО ТК Центрпак в 2015 - 2016 гг., тыс. руб.Таблица 20. Финансовые показатели ООО Полиэр в 2015 - 2016 гг., тыс. руб.Таблица 21. Финансовые показатели ООО Оптовая Торговая Компания в 2015 - 2016 гг., тыс. руб.Таблица 22. Финансовые показатели ООО Ди.Ар.Ви. в 2015 - 2016 гг., тыс. руб.Таблица 23. Сравнительная характеристика крупных дистрибьюторовТаблица 24. Крупнейшие розничные торговые точкиТаблица 25. Анализ параметров конкуренции основных розничных сетейТаблица 26. Анализ параметров конкуренции основных розничных сетей по формату магазиновТаблица 27. Сравнительная характеристика основных компаний розничного сектора на рынкеТаблица 28. Step-анализ рынка одноразовой посудыТаблица 29. Возможные риски, связанные с Рынком Схема 1. Сегментация рынка одноразовой посуды по используемому сырьюСхема 2. Общая схема товародвижения на рынке одноразовой |
| Способ предоставления отчета (в электронном / печатном виде/ оба) | В печатном/ электронном формате |
| Название файла (если отчет предоставлен в электронном виде) | ГИ одноразовая посуда 2018.pdf |

[Маркетинговое Агентство Step by Step](http://www.step-by-step.ru/) **специализируется** в области корпоративного маркетинга. Мы оказываем широкий спектр услуг отделам маркетинга коммерческих компаний, от проведения практически любых исследовательских работ до содействия в реализации маркетинговых планов компании в случае недостатка собственных ресурсов подразделения (например, в связи с открытием нового проекта или крупным мероприятием).

[Маркетинговое Агентство Step by Step](http://www.step-by-step.ru/) объединяет в себе такие качества как комплексный подход к задаче, свойственный управленческим консультантам, и владение современными методиками маркетинговых исследований, присущее исследовательским компаниям.

[Маркетинговое Агентство Step by Step](http://www.step-by-step.ru/) специализируется на следующих сегментах рынка:

* Рынок промышленных предприятий (Business-to-Business рынок)
* ИТТ – рынок
* Рынок торгово-розничных предприятий
* Рынок отдыха и развлечений
* Рынок предприятий малого бизнеса

[Маркетинговое Агентство Step by Step](http://www.step-by-step.ru/) – член **Национальной гильдии профессиональных консультантов, Гильдии маркетологов**, **Международной ассоциации ESOMAR.**