|  |  |
| --- | --- |
| **Название отчета** | **РОССИЙСКИЙ РЫНОК ПОСУДЫ из стекла 2018 показатели и ТЕНДЕНЦИИ РЫНКА (ВЫПУСК 4)** |
| Название компании-исполнителя | Маркетинговое Агентство Step by Step |
| Дата выхода отчета  | 12.04.2018 |
| Количество страниц | 135 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 стеклянной 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:**…Данные официальной статистики свидетельствуют о значительном снижении производства стеклянных изделий в 2014г.: объем производства указанной продукции сократился на …% по сравнению с 2013г. Однако в 2015 и 2016 гг. наблюдался рост показателя.В 2013 – 2015 гг. наблюдается ежегодное сокращение производства хрустальной посуды, однако, в 2016 году показатель увеличился – на …% до … шт. С 2014 года наблюдается ежегодный рост производства стеклокерамической посуды, в 2016 году показатель увеличился на …% до …. шт. Наблюдается ежегодный рост производства стеклянных сосудов для питья в 2014 и 2015 годах, в 2017 году показатель незначительно сократился – на …% до ….. шт.Если рассматривать региональную структуру производства изделий из стекла, то можно отметить, что наибольшие объемы данной продукции производятся Центральном (…%) и Приволжском (…%) федеральном округах.Объем розничных продаж стеклянной посуды в 2016 году увеличился на …% до …. руб. По данным АО Императорский Фарфоровый Завод, доля сегмента стеклянной посуды составляет в 2016 году ….% от рынка всей посуды.В натуральном выражении отмечается рост объемы рынка стеклянной посуды. Объем импорта составляет около …% от рынка стеклянной посуды. В 2016 году объем импорта стеклянной посуды составил …тонн, а из анализа данных ТН ВЭД можно сделать вывод, что средний вес одного предмета стеклянной посуды составляет около …. грамм, таким образом, объем рынка стеклянной посуды в натуральном выражении составляет в 2016 году около …. шт.Общий объем импорта стеклянной посуды составил ….. тонн и …. долл. в стоимостном выражении. Что касается экспорта стеклянной посуды, в 2016 году он составил …. тонн, или …. долл. в стоимостном выражении. Таким образом, оборот внешней торговли достиг …. тонн, что в стоимостном выражении соответствует ….. долл. Сальдо внешней торговли России в виду превышения импорта над экспортом отрицательное и равняется -….. долл. Наибольшую долю в импорте занимает простая стеклянная посуда.….. |
| Подробное оглавление/содержание отчета |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1 | **Содержание** |  |
| 2 | **Введение** | **5** |
| 3 | **Основные определения** | **7** |
| 4 | **Методологическая часть** | **8** |
|  | 4.1 | *Описание типа исследования* | *8* |
|  | 4.2 | *Объект исследования* | *8* |
|  | 4.3 | *Цели и задачи исследования* | *8* |
|  | 4.4 | *География исследования* | *8* |
|  | 4.5 | *Время проведения исследования* | *8* |
|  | 4.6 | *Методы сбора данных* | *8* |
| 5 | **Макроэкономические факторы, влияющие на Рынок** | **10** |
|  | 5.1 | *Описание отрасли* | *10* |
|  | 5.2 | *Рынок посуды* | *10* |
|  | 5.3 | *Описание смежных рынков* | *12* |
|  | 5.4 | *Объем российского производства* | *12* |
|  | 5.5 | *Объем рынка керамической посуды* | *16* |
|  | 5.6 | *Тенденции рынка* | *18* |
|  | 5.7 | *Прогноз развития рынка до 2020 года* | *19* |
|  | 5.8 | *Описание влияющих Рынков* | *19* |
|  |  | 5.8.1 | Рынок природных песков | 20 |
| 6 | **Сегментация рынка** | **22** |
|  | 6.1 | *Сегментирование продукции на рынке* | *22* |
|  |  | 6.1.1 | Сегментирование продукции по основным наименованиям | 22 |
|  |  | 6.1.2 | Сегментирование продукции по функциональному признаку | 23 |
|  |  | 6.1.3 | Сегментирование продукции по целевому назначению | 23 |
|  |  | 6.1.4 | Сегментирование по материалу изготовления | 23 |
|  |  | 6.1.5 | Сегментирование по форме реализации | 24 |
|  |  | 6.1.6 | Сегментирование стеклянной посуды по способу производства | 24 |
|  |  | 6.1.7 | Сегментирование стеклянной посуды по видам упаковки | 25 |
|  |  | 6.1.8 | Сегментирование стеклянной посуды по способу украшения изделия | 26 |
|  | 6.2 | *Основные принципы ценообразования* | *26* |
|  | 6.3 | *Ценовое сегментирование Продукции* | *30* |
| 7 | **Основные количественные характеристики рынка** | **31** |
|  | 7.1 | *Основные показатели российского производства* | *31* |
|  | 7.2 | *Динамика развития рынка. Объем и темпы роста* | *34* |
|  |  | 7.2.1 | Объем рынка и темпы роста | 34 |
|  |  | 7.2.2 | Основные тенденции рынка | 35 |
|  | 7.3 | *Прогноз развития рынка до 2022 года* | *35* |
|  | 7.4 | *Анализ внешней торговли* | *36* |
|  |  | 7.4.1 | Оборот внешней торговли | 38 |
|  |  | 7.4.2 | Хрустальная посуда | 39 |
|  |  | 7.4.3 | Импорт | 39 |
|  |  | 7.4.4 | Экспорт | 42 |
|  |  | 7.4.5 | Стеклокерамическая посуда | 43 |
|  |  | 7.4.6 | Импорт | 44 |
|  |  | 7.4.7 | Экспорт | 46 |
|  |  | 7.4.8 | Прочая стеклянная посуда | 49 |
|  |  | 7.4.9 | Импорт | 49 |
|  |  | 7.4.10 | Экспорт | 52 |
|  |  | 7.4.11 | Основные тенденции во внешней торговле | 54 |
| 8 | **Сбытовая структура Рынка** | **55** |
|  | 8.1 | *Цепочка движения товара* | *55* |
|  | 8.2 | *Краткое описание основных сегментов участников Рынка* | *57* |
|  |  | 8.2.1 | Производители Продукции | 57 |
|  |  | 8.2.2 | Дистрибьюторы продукции | 58 |
|  |  | 8.2.3 | Розничный сектор | 58 |
| 9 | **Конкурентный анализ** | **60** |
|  | 9.1 | *Конкуренция между крупнейшими производителями на рынке* | *60* |
|  |  | 9.1.1 | Основные производители | 60 |
|  |  | 9.1.2 | Основные параметры конкуренции | 60 |
|  |  | 9.1.3 | Описание профилей крупнейших компаний | 60 |
|  |  | 9.1.4 | Сравнительная характеристика основных производителей на рынке | 72 |
|  | 9.2 | *Конкуренция между крупнейшими дистрибьюторами и оптовыми компаниями* | *76* |
|  |  | 9.2.1 | Основные оптовые компании | 76 |
|  |  | 9.2.2 | Описание профилей крупнейших компаний | 76 |
|  |  | 9.2.3 | Безант М | 76 |
|  |  | 9.2.4 | Спецторг, ООО | 79 |
|  |  | 9.2.5 | Классик-Посуда, ООО | 82 |
|  |  | 9.2.6 | Арти-М, ООО | 84 |
|  |  | 9.2.7 | ГК ЭНС (ООО Династия) | 87 |
|  |  | 9.2.8 | Сравнительная характеристика основных оптовых компаний на рынке | 89 |
|  | 9.3 | *Конкуренция между крупнейшими компаниями розничного сектора* | *92* |
|  |  | 9.3.1 | Основные компании розничного рынка | 92 |
|  |  | 9.3.2 | Основные параметры конкуренции | 93 |
|  |  | 9.3.3 | Описание профилей крупнейших компаний | 94 |
|  |  | 9.3.4 | Сравнительная характеристика основных розничных компаний на рынке | 99 |
|  |  | 9.3.5 | Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими предприятиями розничного сектора | 103 |
| 10 | **Анализ потребителей** | **104** |
|  | 10.1 | *Сегментация потребителей* | *104* |
|  |  | 10.1.1 | Потребители в сегменте B2C | 104 |
|  |  | 10.1.2 | Потребители в сегменте B2B | 105 |
|  |  | 10.1.3 | Потребители в сегменте B2G | 106 |
|  |  | 10.1.4 | Потребительские предпочтения | 106 |
| 11 | **Обобщающие выводы по отчету** | **113** |
|  | 11.1 | *Факторы, влияющие на развитие Рынка* | *113* |
|  |  | 11.1.1 | Step-анализ Рынка | 113 |
|  |  | 11.1.2 | Факторы, благоприятствующие развитию Рынка | 115 |
|  |  | 11.1.3 | Сдерживающие факторы Рынка/анализ рисков | 115 |
|  | 11.2 | *Прогнозы развития рынка* | *116* |

 |
| Количество и названия таблиц, диаграмм, графиков | Диаграмма 1. Объем рынка посуды в 2016-2017гг. и прогноз на 2018 – 2021 гг, млрд. руб.Диаграмма 2. Структура рынка посуды (кроме одноразовой) в 2016 году, %Диаграмма 3. Структура российского производства керамической посуды в России по видам керамики в 2016 году, %Диаграмма 4. Объем российского производства фарфоровой и фаянсовой посуды в России с 2012 по 2016 года, тыс. штукДиаграмма 5. Объем российского производства прочей керамической посуды в России с 2012 по 2016 года, тыс. штукДиаграмма 6. Структура российского производства фаянсовой посуды в России по регионам РФ в 2016 году, %Диаграмма 7. Структура российского производства фарфоровой посуды в России по регионам РФ в 2016 году, %Диаграмма 8. Структура российского производства прочей керамической посуды в России по регионам РФ в 2016 году, %Диаграмма 9. Динамика российского рынка керамической посуды в России в денежном выражении в 2013 – 2017 году, %Диаграмма 10. Прогноз динамики объема рынка керамической посуды в России в 2018-2020гг. в денежном выражении, млрд. руб.Диаграмма 11. Динамика объемов производства природных песков в РФ в 2012-2016гг., тыс.куб.мДиаграмма 12. Динамика розничных цен на сосуды для напитков из стекла в 2013 – 2017 гг., руб./ шт.Диаграмма 13. Динамика объемов производства посуды из стекла столовой и кухонной, принадлежностей из стекла туалетных и канцелярских, украшений для интерьера и аналогичных изделий из стекла в РФ в 2012-2016гг., тыс. шт.Диаграмма 14. Динамика производства хрустальной посуды в 2012 – 2016 гг., тыс. шт.Диаграмма 15. Динамика производства стеклокерамической посуды в 2012 – 2016 гг., тыс. шт.Диаграмма 16. Динамика производства сосудов для питья из стекла (кроме хрустальных и стеклокерамических) в 2012 – 2016 гг., тыс. шт.Диаграмма 17. Структура производства посуды из стекла столовой и кухонной, принадлежностей из стекла туалетных и канцелярских, украшений для интерьера и аналогичных изделий из стекла по федеральным округам РФ в 2016 г., %.Диаграмма 18. Динамика объемов розничных продаж посуды из стекла в РФ в 2015-2016гг., млрд.руб.Диаграмма 19. Прогноз динамики объемов розничных продаж посуды из стекла в РФ в 2017-2022 гг., млрд.руб.Диаграмма 20. Регулярность покупки потребителями посудыДиаграмма 21. Наиболее важные критерии выбора посуды потребителямиДиаграмма 22. Основные места приобретения посуды потребителямиДиаграмма 23. Ответы респондентов на вопрос «Покупаете ли вы посуду в подарок?»Таблица 1. Исходные и расчетные данные объема рынка керамической посуды в 2016г.Таблица 2. Производство природных песков по федеральным округам РФ в 2012-2016гг., %Таблица 3. Средняя розничная стоимость на сосуды для напитков из стекла в 2017 г. по регионам России, руб./ шт.Таблица 4. Таможенные коды продукцииТаблица 5. Общий объем импорта и экспорта в стоимостном и натуральном выражении в 2016 г.Таблица 6. Структура импорта и экспорта стеклянной посуды по видам материала изготовления в 2016 г.Таблица 7. Общий объем импорта и экспорта хрустальной посуды в стоимостном и натуральном выражении в 2016 г.Таблица 8. Основные страны – импортеры хрустальной посуды в РФ в 2016 г.Таблица 9. Основные страны-производители импортируемой в РФ хрустальной посуды в натуральном и денежном выражении, 2016 г.Таблица 10. Основные компании-производители импортируемой в РФ хрустальной посуды в натуральном и денежном выражении, 2016 г.Таблица 11. Основные страны назначения российского экспорта хрустальной посуды в натуральном и денежном выражении, 2016 г.Таблица 12. Основные страны происхождения российского экспорта хрустальной посуды в натуральном и денежном выражении, 2016 г.Таблица 13. Основные компании-производители экспортируемой в РФ хрустальной посуды в натуральном и денежном выражении, 2016 г.Таблица 14. Общий объем импорта и экспорта стеклокерамической посуды в стоимостном и натуральном выражении в 2016 г.Таблица 15. Основные страны – импортеры стеклокерамической посуды в РФ в 2016 г.Таблица 16. Основные страны-производители импортируемой в РФ стеклокерамической посуды в натуральном и денежном выражении, 2016 г.Таблица 17. Основные компании-производители импортируемой в РФ стеклокерамической посуды в натуральном и денежном выражении, 2016 г.Таблица 18. Основные страны назначения российского экспорта стеклокерамической посуды в натуральном и денежном выражении, 2016 г.Таблица 19. Основные страны происхождения российского экспорта стеклокерамической посуды в натуральном и денежном выражении, 2016 г.Таблица 20. Основные компании-производители экспортируемой в РФ стеклокерамической посуды в натуральном и денежном выражении, 2016 г.Таблица 21. Общий объем импорта и экспорта стеклянной посуды в стоимостном и натуральном выражении в 2016 г.Таблица 22. Основные страны – импортеры стеклянной посуды в РФ в 2016 г.Таблица 23. Основные страны-производители импортируемой в РФ стеклянной посуды в натуральном и денежном выражении, 2016 г.Таблица 24. Основные компании-производители импортируемой в РФ стеклянной посуды в натуральном и денежном выражении, 2016 г.Таблица 25. Основные страны назначения российского экспорта стеклянной посуды в натуральном и денежном выражении, 2016 г.Таблица 26. Основные страны происхождения российского экспорта стеклянной посуды в натуральном и денежном выражении, 2016 г.Таблица 27. Основные компании-производители экспортируемой в РФ стеклянной посуды в натуральном и денежном выражении, 2016 г.Таблица 28. Сравнительная характеристика основных производителей на рынкеТаблица 29. Финансовые показатели ООО Безант М в 2015 - 2016 гг., тыс. руб.Таблица 30. Финансовые показатели ООО Спецторг в 2015 - 2016 гг., млн. руб.Таблица 31. Сравнительная характеристика дистрибьюторов на рынкеТаблица 32. Крупнейшие розничные торговые точкиТаблица 33. Анализ параметров конкуренции основных розничных сетейТаблица 34. Анализ параметров конкуренции основных розничных сетей по формату магазиновТаблица 35. Сравнительная характеристика основных компаний розничного сектора на рынкеТаблица 36. STEP-анализ рынка стеклянной посудыСхема 1. Цепочка движения товара до конечного потребителя |
| Способ предоставления отчета (в электронном / печатном виде/ оба) | В печатном/ электронном формате |
| Название файла (если отчет предоставлен в электронном виде) | ГИ стеклянной посуды 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.**