|  |  |
| --- | --- |
| **Название отчета** | **РОССИЙСКИЙ РЫНОК НОВОГОДНЕЙ ПРОДУКЦИИ 2017 ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЫНКА** |
| Название компании-исполнителя | Маркетинговое Агентство Step by Step |
| Дата выхода отчета  | 20.11.2017 |
| Количество страниц | 155 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 новогодней продукции.**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:**…Объем производства живых новогодних елей составил в 2016 году …. шт., а в 2017 году – … шт. По оценке экспертов, объем продаж российских живых новогодних деревьев составляет в 2016 году около …. шт. Средняя стоимость натуральной ели составила в 2016 году около ….. руб. за шт. В таком случае объем продаж натуральных деревьев составляет в денежном выражении в 2016 году около …... руб.В 2016 году отечественными производителями было изготовлено искусственных елей на сумму …. рублей (…% к 2015 году). В 2013 году отмечено очень резкое увеличение объемов производства данной продукции – до ….. рублей (…%), однако, с 2014 года объем производства ежегодно сокращается. Объем сегмента искусственных деревьев в 2016 году составил …. руб.С 2013 года отмечен ежегодный спад объема производства елочных игрушек значительными темпами. В 2016 году показатель сократился на …% до ….. руб. Объем рынка новогодних игрушек составил в 2016 году около …. руб.Емкость рынка новогодних елей составляет около ….. штук, из них …. шт. (…%) – натуральные деревья и … шт. (…%) – искусственные ели. Следует отметить, что в данную емкость входят потребители, которые устанавливают также искусственные новогодние ели, купленные в прошлые годы.В 2016 г. оборот внешней торговли продукции по указанным кодам в натуральном выражении составил … тонн., а в стоимостном выражении составил ….. долл. Доля искусственных елей занимает ….% импорта в натуральном выражении (по весу), еще …% - новогодние украшения, …% - натуральные ели.….. |
| Подробное оглавление/содержание отчета |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1 | **Содержание** |  |
| 2 | **Введение** | **4** |
| 3 | **Методологическая часть** | **5** |
|  | 3.1 | *Описание типа исследования* | *5* |
|  | 3.2 | *Объект исследования* | *5* |
|  | 3.3 | *Цели и задачи исследования* | *5* |
|  | 3.4 | *География исследования* | *5* |
|  | 3.5 | *Время проведения исследования* | *5* |
|  | 3.6 | *Методы сбора данных* | *6* |
| 4 | **Макроэкономические факторы, влияющие на Рынок** | **7** |
|  | 4.1 | *Общая экономическая ситуация* | *7* |
| 5 | **Описание влияющих Рынков** | **15** |
|  | 5.1 | *Основные показатели российского производства* | *15* |
|  | 5.2 | *Динамика развития рынка. Объем и темпы роста* | *16* |
|  |  | 5.2.1 | Объем рынка | 16 |
|  | 5.3 | *Прогноз развития рынка до 2020 года* | *18* |
| 6 | **Сегментация рынка** | **20** |
|  | 6.1 | *Основные определения* | *20* |
|  | 6.2 | *Сегментирование аптек по формам собственности* | *21* |
|  |  | 6.2.1 | Сегментирование аптек по видам | 22 |
|  |  | 6.2.2 | Сегментирование аптек по принадлежности к сетям | 22 |
|  |  | 6.2.3 | Сегментирование по аптек по характеру отпуска | 24 |
|  | 6.3 | *Тенденции в различных рыночных сегментах* | *25* |
|  | 6.4 | *Основные принципы ценообразования* | *26* |
|  |  | 6.4.1 | Ценовое сегментирование Продукции | 28 |
|  |  | 6.4.2 | Тенденции в ценовых сегментах | 30 |
| 7 | **Основные количественные характеристики рынка** | **32** |
|  | 7.1 | *Динамика развития рынка. Объем и темпы роста* | *32* |
|  |  | 7.1.1 | Объем рынка | 32 |
|  | 7.2 | *Прогноз развития рынка до 2020 года* | *33* |
|  | 7.3 | *Влияние сезонности на Рынок* | *34* |
| 8 | **Сбытовая структура Рынка** | **36** |
|  | 8.1 | *Конкуренция между крупнейшими аптечными сетями.* | *36* |
|  | 8.2 | *Описание профилей основных игроков рынка* | *43* |
| 9 | **Конкурентный анализ** | **45** |
|  | 9.1 | *Основные компании розничного рынка* | *45* |
|  |  | 9.1.1 | Описание профилей крупнейших компаний | 45 |
|  |  | 9.1.2 | Сравнительная характеристика основных розничных компаний на рынке | 52 |
|  |  | 9.1.3 | Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими розничными компаниями | 56 |
| 10 | **Анализ потребителей** | **58** |
|  | 10.1 | *Сегментация потребителей* | *58* |
|  | 10.2 | *Потребительские мотивации и поведение при покупке Продукции* | *60* |
| 11 | **Обобщающие выводы по отчету** | **62** |
|  | 11.1 | *Факторы, влияющие на развитие Рынка* | *62* |
|  |  | 11.1.1 | Step-анализ Рынка | 62 |
|  |  | 11.1.2 | Факторы, благоприятствующие развитию Рынка | 63 |
|  | 11.2 | *Анализ рисков* | *63* |
|  |  | 11.2.1 | Сдерживающие факторы Рынка/анализ рисков | 63 |
|  | 11.3 | *Текущая ситуация и перспективы развития рынка* | *64* |

 |
| 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. Среднедушевые денежные доходы населения 2011 – 2016 гг., руб.Диаграмма 7. Среднедушевые денежные доходы населения январь-сентябрь 2017г. и прогноз до конца года, руб.Диаграмма 8. Динамика индекса обрабатывающего производства за 2012- 2016 гг. , %Диаграмма 9. Отраслевая структура обрабатывающей промышленности России по объёму выпуска входящих в нее видов производства в 2016 годуДиаграмма 10. Объём отгруженных товаров собственного производства, выполненных работ и услуг собственными силами в отрасли в 2016 годуДиаграмма 11. Динамика объема производства искусственных елей в России в 2012 – 2016 гг., тыс. руб.Диаграмма 12. Структура производства елочных игрушек в России в 2016 году, %Диаграмма 13. Структура производства елочных игрушек в России в 2016 году, %Диаграмма 14. Структура общего объема импорта в натуральном выражении, %Диаграмма 15. Оборот ВЭД по категории искусственных деревьевДиаграмма 16. Оборот ВЭД по категории новогодних украшенийДиаграмма 17. Объем и темп роста импорта в Россию товаров для новогодних и рождественских праздников 2013-2017 гг., тоннДиаграмма 18. Виды новогодних деревьев, которые украшают жители России к Новому годуДиаграмма 19. Виды искусственных новогодних деревьев, которые предпочитают потребителиДиаграмма 20. Структура спроса на елочные игрушки по видам изделийДиаграмма 21. Предпочтения потребителей по видам новогодних украшений для домаТаблица 1. Лесистость территории РФ по регионам в 2012 – 2016 гг, %Таблица 2. Общий запас древесины лесных насаждений на землях лесного фонда и землях иных категорий по регионам в 2012 – 2016 г., млн. м3Таблица 3. Площадь лесовосстановления по регионам РФ в 2012 – 2016 гг., тыс. гаТаблица 4. Средняя стоимость отечественного спиленного новогоднего дерева (стандартной зеленой ели) в лесных хозяйствах и елочных базарах в различных регионах России в 2016 годуТаблица 5. Границы стоимости на новогодние деревья ценовых сегментов «Средний» и «Высокий», руб./м.Таблица 6. Пределы стоимости различных видов искусственных елейТаблица 7. Средняя стоимость ели из пленки ПВХ высотой 1.5 метра основных производителейТаблица 8. Границы стоимости основных видов новогодних украшений.Таблица 9. Средняя стоимость елочных игрушек основных производителей, руб./шт.Таблица 10. Объем предложения натуральных новогодних деревьев в России в 2016 и 2017 гг., млн. шт.Таблица 11. Структура производства елочных игрушек в России в 2016 г по регионам, %Таблица 12. Динамика производства елочных игрушек в России в 2012 – 2016 гг., тыс. руб., %Таблица 13. Производство елочных украшений в разрезе сегментов 2010-2016гг., тыс. руб.Таблица 14. Исходные данные для расчета объема российского рынка искусственных новогодних деревьев в 2016 годуТаблица 15. Исходные данные для расчета объема российского рынка елочных игрушек в 2016 годуТаблица 16. Расчет емкости рынка новогодних елей в 2017 году в РоссииТаблица 17. Таможенные коды продукцииТаблица 18. Соотношение импорта и экспорта на рынкеТаблица 19. Основные страны – импортеры искусственных новогодних растений, 2016г.Таблица 20. Основные страны-производители импорта искусственных новогодних растений, 2016г.Таблица 21. Основные компании-производители импорта искусственных новогодних растений, 2016г.Таблица 22. Основные страны - экспортеры искусственных новогодних елей, 2016 г.Таблица 23. Основные страны – производители экспорта искусственных новогодних елей, 2016 г.Таблица 24. Основные компании-производители экспорта искусственных новогодних растений, 2016г.Таблица 25. Объем внешней торговли натуральными елямиТаблица 26. Основные страны-импортеры живых новогодних елей, 2016г.Таблица 27. Основные страны-производители импорта живых новогодних елей, 2016г.Таблица 28. Фирмы-производители импорта натуральных новогодних елей, 2016 г.Таблица 29. Основные страны – импортеры новогодних украшений , 2016г.Таблица 30. Основные страны-производители импорта новогодних украшений , 2016г.Таблица 31. Основные компании-производители импорта новогодних украшений , 2016г.Таблица 32. Основные страны - экспортеры новогодних украшений, 2016 г.Таблица 33. Основные страны – производители экспорта новогодних украшений, 2016 г.Таблица 34. Основные компании-производители импорта новогодних украшений , 2016г.Таблица 35. Основные производители елей на рынкеТаблица 36. Производители елочных украшенийТаблица 37. Сравнительная характеристика основных производителей на рынке (часть 1)Таблица 38. Дистрибьюторы на изучаемом рынкеТаблица 39. Сравнительная характеристика основных дистрибьюторов и оптовых компаний на рынкеТаблица 40. Основные розничные торговые точкиТаблица 41. Анализ параметров конкуренции основных розничных сетейТаблица 42. Анализ параметров конкуренции основных розничных сетей по формату магазиновТаблица 43. Сравнительная характеристика основных компаний розничного сектора на рынкеТаблица 44. STEP-анализ РынкаСхема 1. Ценовая сегментация натуральных новогодних деревьевСхема 2. Ценовое сегментирование искусственных елей на российском рынке в 2014 году.Схема 3. Ценовое сегментирование основных производителей елочных игрушекСхема 4. Общая схема товародвижения на рынке новогодних елей и елочных игрушек |
| Способ предоставления отчета (в электронном / печатном виде/ оба) | В печатном/ электронном формате |
| Название файла (если отчет предоставлен в электронном виде) | ГИ новогодняя продукция 2017.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.**