Маркетинговое Агентство Step by Step
109004, г. Москва, Николоямский пер. д.3А, стр.2
Тел. +7 (495) 912-48-17, +7 (985) 760-50-73, www.step-by-step.ru

Название отчета	**КАБИНЕТНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ РОССИЙСКОГО РЫНКА ОПТИКИ**
Название компании-исполнителя	Группа компаний Step by Step
Дата выхода отчета	19.10.2012
Количество страниц	106 стр.
Язык отчета	русский
Стоимость (руб.)	30 000 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 оптики **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 • Выявление основных тенденций Рынка • Описание потребителей на Рынке **Выдержки из исследования:** Объем производства различных категорий оптики российскими компаниями в 2011году составляет порядка _____ тыс.шт. По расчётам специалистов ГК Step by Step объём рынка оптики в РФ составил _____ млн. шт. Можно прогнозировать рост рынка на ____ **%** к 2015 году. Объем импорта оправ и арматуры для очков составил в 2011 году в натуральном выражении _____ ед., а в стоимостном выражении _____ млн. USD Объем экспорта в 2011 году составил _____ ед. в натуральном выражении, а в стоимостном выражении _____ тыс. USD Основными странами производителями готовых очков на данный момент являются: • _____; • _____; • _____. Основными странами производителями очков солнцезащитных на данный момент являются: • _____; • _____; • _____; • _____. Крупнейшие производители контактных линз: • _____; • _____; • _____; • _____; • _____; • _____. С возрастом люди все чаще используют очки, а не контактные линзы. Так, в возрасте до 25 лет _____% респондентов носят очки, а ___% контактные линзы.
Подробное оглавление/содержание отчета	1 **Введение** **5** 2 **Методологическая часть** **6** 2.1 *Описание типа исследования* *6* 2.2 *Объект исследования* *6*

	2.3	*Цели и задачи исследования*	*6*
	2.4	*География исследования*	*6*
	2.5	*Время проведения исследования*	*6*
	2.6	*Методы сбора данных*	*6*
3	**Макроэкономические факторы, влияющие на Рынок**		**8**
	3.1	*Общеэкономическая ситуация в России*	*8*
	3.1.1	Валовой внутренний продукт	8
	3.1.2	Промышленное производство	11
	3.1.3	Уровень инфляции	12
	3.1.4	Уровень доходов населения	13
	3.1.5	Инвестиции	16
	3.1.6	Розничная торговля	17
	3.1.7	Влияние макроэкономических факторов на развитие изучаемого рынка	19
	3.2	*Описание отрасли*	*19*
	3.2.1	Факторы, влияющие на отрасль	20
	3.2.2	Государственное влияние в отрасли	21
	3.2.3	Законодательство и лицензирование	22
	3.2.4	Структура международных стандартов в очковой оптике	25
	3.3	*Описание смежных Рынков*	*26*
	3.3.1	Рынок платных услуг врачей-офтальмологов	26
	3.3.2	Рынок аксессуаров к средствам коррекции зрения	27
4	**Сегментация и структура Рынка**		**31**
	4.1	*Описание технологии производства Продукции*	*31*
	4.1.1	Изготовление контактных линз	31
	4.1.2	Изготовление очков, очковых линз	32
	4.1.3	Сырье и материалы, используемые при производстве Продукции	34
	4.2	*Сегментирование продукции по основным наименованиям*	*38*
	4.2.1	Сегментирование оправ	38
	4.2.2	Сегментирование очков/очковых линз	40
	4.2.3	Сегментирование контактных линз	44
	4.2.4	Тенденции различных сегментов продукции	49
5	**Основные количественные характеристики рынка**		**51**
	5.1	*Основные показатели российского производства*	*51*
	5.2	*Динамика развития рынка. Объем и темпы роста*	*54*
	5.2.1	Объем рынка в натуральном выражении	54
	5.2.2	Объем и темпы роста рынка в денежном выражении	55
6	**Импорт и экспорт на Рынке**		**56**
	6.1	*Импорт и Экспорт Оправ (Код 9003)*	*56*
	6.1.1	Основные страны-импортеры	57
	6.1.2	Основные страны-производители	57
	6.1.3	Основные страны-экспортеры	58
	6.2	*Импорт и Экспорт Готовых очков (Код*	*59*

		9004)	
	6.2.1	Основные страны-импортеры	59
	6.2.2	Основные страны-производители	60
	6.2.3	Основные страны-экспортеры	60
6.3		*Импорт и Экспорт Очков солнцезащитных (Код 90041)*	*61*
	6.3.1	Основные страны-импортеры	62
	6.3.2	Основные страны-производители	62
	6.3.3	Основные страны-экспортеры	63
6.4		*Импорт и Экспорт Линз контактных (Код 90013)*	*64*
	6.4.1	Основные страны-импортеры	64
	6.4.2	Основные страны-производители	65
	6.4.3	Основные страны-экспортеры	66
6.5		*Импорт и Экспорт Линз для очков из стекла (Код 90014)*	*66*
	6.5.1	Основные страны-импортеры	67
	6.5.2	Основные страны-производители	67
	6.5.3	Основные страны-экспортеры	68
6.6		*Импорт и Экспорт Линз для очков из прочих материалов (Код 90015)*	*68*
	6.6.1	Основные страны-импортеры	69
	6.6.2	Основные страны-производители	70
	6.6.3	Основные страны-экспортеры	70
7		**Описание системы сбыта на рынке**	**73**
7.1		*Цепочка движения товара*	*73*
7.2		*Краткое описание основных сегментов участников Рынка*	*74*
	7.2.1	Производители Продукции	74
	7.2.2	Дистрибьюторы Продукции	75
	7.2.3	Розничный сектор	77
8		**Конкурентный анализ**	**82**
8.1		*Конкуренция между крупнейшими производителями и поставщиками Продукции*	*82*
	8.1.1	Основные параметры конкуренции	82
	8.1.2	Основные производители Рынка. Описание профилей крупнейших компаний	82
	8.1.3	Крупнейшие производители контактных линз	83
	8.1.4	Сравнительная характеристика крупнейших производителей контактных линз по основным параметрам	90
	8.1.5	Крупнейшие производители очковой оптики	91
	8.1.6	Сравнительная характеристика крупнейших производителей очковой оптики по основным параметрам	95
8.2		*Конкуренция между крупнейшими компаниями розничного сектора*	*96*
	8.2.1	Основные параметры конкуренции	96
	8.2.2	Сравнительная характеристика крупнейших розничных компаний	96

	8.2.3	Сравнительная характеристика крупнейших розничных игроков на рынке средств коррекции зрения	101
9	**Анализ потребителей**		**102**
	9.1	*Описание потребителей, оценка существующей и потенциальной емкости рынка*	*102*
	9.2	*Сегментация потребителей с описанием и количественной оценкой сегментов*	*102*
	9.3	*Структура потребления Продукции по видам*	*103*
	9.4	*Степень активности в потреблении Продукции или Услуги. Количество Продукции потребляемого одним потребителем за единицу времени*	*105*
	9.5	*Потребительские предпочтения по: видам, маркам Продукции*	*105*

Количество и названия таблиц, диаграмм, графиков

Диаграмма 1. Динамика изменений объемов ВВП, 2002-2012 гг. (прогноз), млрд. RUR
Диаграмма 2. Динамика цепных темпов прироста ВВП за 2002 - 2012гг., %
Диаграмма 3. Динамика темпов прироста ВВП в ценах 2002 года по базису 2002 года за 2002 -2012гг., %
Диаграмма 4. Индексы физического объема ВВП (в процентах к соответствующему кварталу предыдущего года), 2010 - 2 квартал 2012 гг.
Диаграмма 5. Индекс промышленного производства в % к соответствующему периоду предыдущего года, 2011 – первый квартал 2012 гг.
Диаграмма 6. Уровень инфляции 2003-2012 (прогноз) гг., %
Диаграмма 7. Среднемесячная заработная плата за 2011 – 8 мес. 2012 года, тыс. RUR.
Диаграмма 8. Динамика темпов прироста среднемесячной заработной платы за 8 мес. 2012 года к аналогичному периоду 2011 года, %
Диаграмма 9. Динамика физического объема инвестиций в основной капитал, в 2012 г., в % к соответствующему периоду предыдущего года
Диаграмма 10. Оборот розничной торговли за 2011 год - 8 мес. 2012 года, млрд. RUR
Диаграмма 11. Динамика темпов прироста среднедневного оборота розничной торговли за 8 мес. 2012 года
Диаграмма 12. Объем производства различных категорий оптики российскими компаниями в 2010-2011гг. и прогноз на 2012г., тыс. шт.
Диаграмма 13. Объем отдельных сегментов рынка оптики в 2011г., шт.
Диаграмма 14. Динамика объема и темпов роста рынка оптики в 2010-2011гг. и прогноз до 2015г., млрд. долл., %
Диаграмма 15. Потребительские предпочтения по средству коррекции зрения в 2011г., %

Таблица 1. Коэффициент приведения уровня инфляции для расчета темпов прироста среднемесячной заработной платы
Таблица 2. Оценка возможного влияния макроэкономических факторов на рынок оптики
Таблица 3. Требования к продукции
Таблица 4. Сравнительный анализ звеньев распределения платных услуг врачей-офтальмологов
Таблица 5. Преимущества и недостатки очков с полимерными

	линзами Таблица 6. Преимущества и недостатки очков с минеральными линзами Таблица 7. Динамика производства очков для коррекции зрения, защитных или прочих очков и аналогичных оптических приборов в России в 2010-2012 гг., тыс. шт. Таблица 8. Динамика производства контактных линз и линз для очков в России в 2010-2012 гг., тыс. шт. Таблица 9. Динамика производства оправы и арматура для очков, защитных очков и аналогичных оптических приборов в России в 2010-2012 гг., тыс. шт. Таблица 10. Коды ТНВЭД продукции рынка оптики **Таблица 11. Объем импорта и экспорта оправ** Таблица 12. Основные страны – импортеры Продукции Таблица 13. Основные страны производители Продукции Таблица 14. Основные страны – экспортеры Продукции Таблица 15. Объем импорта и экспорта готовых очков Таблица 16. Основные страны – импортеры Продукции Таблица 17. Основные страны производители Продукции Таблица 18. Основные страны – экспортеры Продукции Таблица 19. Объем импорта и экспорта солнцезащитных очков Таблица 20. Основные страны – импортеры Продукции Таблица 21. Основные страны производители Продукции Таблица 22. Основные страны – экспортеры Продукции Таблица 23. Объем импорта и экспорта контактных линз Таблица 24. Основные страны – импортеры Продукции Таблица 25. Основные страны производители Продукции Таблица 26. Основные страны – экспортеры Продукции Таблица 27. Объем импорта и экспорта линз для очков из стекла Таблица 28. Основные страны – импортеры Продукции Таблица 29. Основные страны производители Продукции Таблица 30. Основные страны – экспортеры Продукции Таблица 31. Объем импорта и экспорта линз для очков из прочих материалов Таблица 32. Основные страны – импортеры Продукции Таблица 33. Основные страны производители Продукции Таблица 34. Основные страны – экспортеры Продукции Таблица 35. Структура импорта российского рынка оптики в 2011 году Таблица 36. Структура экспорта российского рынка оптики в 2011 году Таблица 37. Сегментация по цене производителей рынка оптики Таблица 38. Интернет-магазины очковой продукции с разбивкой по сегментам Рынка Таблица 39. Сравнительная характеристика крупнейших производителей контактных линз по основным параметрам Таблица 40. Характеристика крупнейших производителей очковой оптики по основным параметрам Таблица 41. Характеристика крупнейших розничных игроков по основным параметрам Схема 1. Схема движения готовой продукции на рынке средств коррекции зрения Схема 2. Сегментация основных игроков по типу торговых точек Схема 3. Структура потребления средств коррекции зрения
Способ предоставления отчета (в электронном / печатном виде/ оба)	В печатном/ электронном формате

Название файла (если отчет предоставлен в электронном виде)	ГИ_рынок штор-2012.pdf

Маркетинговое Агентство Step by Step **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 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 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 – член **Национальной гильдии профессиональных консультантов, Гильдии маркетологов**, **Международной ассоциации ESOMAR.**