|  |  |
| --- | --- |
| **Название отчета** | **РОССИЙСКИЙ РЫНОК МЕТАЛЛИЧЕСКОЙ ПОСУДЫ 2018. ТЕНДЕНЦИИ РЫНКА. ПРОГНОЗ ДО 2021 ГОДА (ВЫПУСК 4)** |
| Название компании-исполнителя | Маркетинговое Агентство Step by Step |
| Дата выхода отчета  | 12.04.2018 |
| Количество страниц | 146 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 металлической 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:**…Влияющим для рынка металлической посуды является рынок стали и чугуна. Объемы производства стали и чугуна ежегодно колеблются от снижения до роста невысокими темпами. В 2016 году производство стали увеличилось на .% до …. тонн, а чугуна – снизилось на …% до …. тонн.Согласно расчетным данным объем рынка металлической посуды в России в 2016 году составил ….. рублей. Объем сегмента алюминиевой посуды составил …. тонн. В 2017 году объем данного сегмента составил ….. тонн (+…% к 2016 году). Прогнозируется рост данного сегмента темпами ….% в год до 2021 года, таким образом, в 2021 году показатель должен составить около ….. тонн.Объем сегмента посуды с антипригарным покрытием составил в 2016 году ….. руб., а в 2017 увеличился на …% до ….. руб. Сегмент посуды с антипригарным покрытием на …% состоит из алюминиевой посуды, таким образом объем сегмента алюминиевой посуды с антипригарным покрытием составляет в 2016 году …. руб., а в 2017 году он увеличился на ….% до ….. руб. Ожидается рост сегмента алюминиевой посуды на …% до … руб. в 2018 году.В 2013 году на долю импортной посуды из алюминия приходилось ….% продаж. Но уже к 2016 году отечественные аналоги занимают …% рынка. Прогнозируется сокращение доли импорта в сегменте алюминиевой посуды.….. |
| Подробное оглавление/содержание отчета |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1 | **Содержание** |  |
| 2 | **Введение** | **5** |
| 3 | **Основные определения** | **6** |
| 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* | *16* |
|  | 5.2 | *Рынок посуды* | *16* |
|  | 5.3 | *Описание влияющих Рынков* | *19* |
|  |  | 5.3.1 | Производство металлов | 19 |
|  | 5.4 | *Описание смежных Рынков* | *21* |
|  | 5.5 | *Рынок керамической посуды* | 21 |
|  | 5.6 | *Тенденции рынка* | *23* |
|  | 5.7 | *Прогноз развития рынка до 2020 года* | *24* |
| 6 | **Сегментация рынка** | **25** |
|  | 6.1 | *Определение продукции* | *25* |
|  | 6.2 | *Сегментация по окпд* | *25* |
|  | 6.3 | *Сегментирование металлической посуды по назначению* | *25* |
|  | 6.4 | *Сегментирование металлической посуды по форме изделия* | *25* |
|  | 6.5 | *Сегментирование металлической посуды по виду изделия* | *26* |
|  | 6.6 | *Сегментирование металлической посуды по типу потребителей* | *27* |
|  | 6.7 | *Сегментирование металлической посуды по видам упаковки* | *27* |
|  | 6.8 | *Сегментирование металлической посуды по материалу изготовления* | *27* |
|  | 6.9 | *Сегментирование металлической посуды по технологии производства* | *28* |
|  |  | 6.9.1 | Способ производства | 28 |
|  |  | 6.9.2 | Вид покрытия | 28 |
|  |  | 6.9.3 | Способы нанесения антипригарного покрытия | 29 |
|  | 6.10 | *Основные принципы ценообразования* | *30* |
|  |  | 6.10.1 | Ценовое сегментирование Продукции | 30 |
| 7 | **Основные количественные характеристики рынка** | **36** |
|  | 7.1 | *Российское производство* | *36* |
|  | 7.2 | *Динамика развития рынка. Объем и темпы роста* | *37* |
|  |  | 7.2.1 | Объем рынка | 37 |
|  |  | 7.2.2 | Основные тенденции рынка | 38 |
|  | 7.3 | *Прогноз развития рынка до 2021 года* | *40* |
|  | 7.4 | *Анализ внешней торговли* | *43* |
|  |  | 7.4.1 | Структура внешней торговли | 44 |
|  | 7.5 | *Стальная посуда (кроме ножей)* | 45 |
|  |  | 7.5.1 | Импорт | 46 |
|  |  | 7.5.2 | Экспорт | 49 |
|  | 7.6 | *Ножи* | 51 |
|  |  | 7.6.1 | Импорт | 52 |
|  |  | 7.6.2 | Экспорт | 55 |
|  | 7.7 | *Эмалированная посуда* | 57 |
|  |  | 7.7.1 | Импорт | 57 |
|  |  | 7.7.2 | Экспорт | 60 |
|  | 7.8 | *Алюминиевая посуда* | 63 |
|  |  | 7.8.1 | Импорт | 63 |
|  |  | 7.8.2 | Экспорт | 66 |
|  | 7.9 | *Чугунная посуда* | 68 |
|  |  | 7.9.1 | Импорт | 69 |
|  | 7.10 | *Основные тенденции во внешней торговле* | 71 |
| 8 | **Сбытовая структура Рынка** | **72** |
|  | 8.1 | *Цепочка движения товара* | *72* |
|  | 8.2 | *Краткое описание основных сегментов участников Рынка* | *74* |
|  |  | 8.2.1 | Производители Продукции | 74 |
|  |  | 8.2.2 | Дистрибьюторы продукции | 75 |
|  |  | 8.2.3 | Розничный сектор | 75 |
| 9 | **Конкурентный анализ** | **77** |
|  | 9.1 | *Конкуренция между крупнейшими производителями на рынке* | *77* |
|  |  | 9.1.1 | Основные производители | 77 |
|  |  | 9.1.2 | Основные параметры конкуренции | 79 |
|  |  | 9.1.3 | Описание профилей крупнейших компаний | 79 |
|  |  | 9.1.4 | Сравнительная характеристика основных производителей на рынке | 99 |
|  | 9.2 | *Конкуренция между крупнейшими дистрибьюторами и оптовыми компаниями* | *102* |
|  |  | 9.2.1 | Основные дистрибьюторы и оптовые компании | 102 |
|  |  | 9.2.2 | Сравнительная характеристика основных оптовых компаний на рынке | 115 |
|  | 9.3 | *Конкуренция между крупнейшими компаниями розничного сектора* | *118* |
|  |  | 9.3.1 | Основные параметры конкуренции | 119 |
|  |  | 9.3.2 | Описание профилей крупнейших компаний | 120 |
| 10 | **Сравнительная характеристика основных розничных компаний на рынке** | 129 |
|  | 10.1 | *Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими предприятиями розничного сектора* | 136 |
| 11 | **Анализ потребителей** | **137** |
|  | 11.1 | *Сегментация потребителей* | *137* |
|  |  | 11.1.1 | Потребители в сегменте B2C | 137 |
|  |  | 11.1.2 | Потребители в сегменте B2B | 137 |
|  | 11.2 | *Потребительские предпочтения* | *137* |
| 12 | **Обобщающие выводы по отчету** | **144** |
|  | 12.1 | *Факторы, влияющие на развитие Рынка* | *144* |
|  |  | 12.1.1 | Step-анализ Рынка | 144 |
|  |  | 12.1.2 | Сдерживающие факторы развития рынка металлической посуды | 145 |
|  | 12.2 | *Текущая ситуация и перспективы развития рынка* | *146* |

 |
| 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. Объем рынка посуды в 2016-2017гг. и прогноз на 2018 – 2021 гг, млрд. руб.Диаграмма 9. Структура рынка посуды (кроме одноразовой) в 2016 году, %Диаграмма 10. Динамика объемов производства стали и чугуна в России в 2012 – 2016 гг., млн. тонн, %Диаграмма 11. Структура производства стали в России в 2016 г. по регионам РФ, %Диаграмма 12. Структура производства чугуна в России в 2016 г. по регионам РФ, %Диаграмма 13. Динамика российского рынка керамической посуды в России в денежном выражении в 2013 – 2017 году, %Диаграмма 14. Прогноз динамики объема рынка керамической посуды в России в 2018-2020гг. в денежном выражении, млрд. руб.Диаграмма 15. Структура объема производства российской металлической посуды в 2016 году.Диаграмма 16. Прогноз динамики объема продаж алюминиевой посуды в натуральном выражении в 2016 – 2021 гг., тыс. тоннДиаграмма 17. Прогноз динамики объема продаж алюминиевой посуды в денежном выражении в 2016 – 2018 гг., тыс. тоннДиаграмма 18. Прогноз динамики объема продаж антипригарной посуды в денежном выражении в 2016 – 2018 гг., тыс. тоннДиаграмма 19. Регулярность покупки потребителями посудыДиаграмма 20. Наиболее важные критерии выбора посуды потребителямиДиаграмма 21. Основные места приобретения посуды потребителямиДиаграмма 22. Ответы респондентов на вопрос «Покупаете ли вы посуду в подарок?»Таблица 1. Исходные и расчетные данные объема рынка керамической посуды в 2016г.Таблица 2. Динамика средней стоимости основных видов металлической посудыТаблица 3. Средняя стоимость основных видов металлической посуды по регионам РФ в 2017 году, руб./шт.Таблица 4. Динамика объема производства российской металлической посуды 2012-2016 гг., тыс. шт.Таблица 5. Исходные и расчетные данные объема российского рынка металлической посуды в 2016 годуТаблица 6. Таможенные коды продукцииТаблица 7. Объем импорта и экспорта в 2016 г.Таблица 8. Структура импорта и экспорта металлической посуды по видам материала изготовления в 2016 г.Таблица 9. Общий объем импорта и экспорта стальной посуды в стоимостном и натуральном выражении в 2016 г.Таблица 10. Основные страны – импортеры стальной посуды в РФ в 2016 г.Таблица 11. Основные страны-производители импортируемой в РФ стальной посуды в натуральном и денежном выражении, 2016 г.Таблица 12. Основные компании-производители импортируемой в РФ стальной посуды в натуральном и денежном выражении, 2016 г.Таблица 13. Основные страны назначения российского экспорта стальной посуды в натуральном и денежном выражении, 2016 г.Таблица 14. Основные страны происхождения российского экспорта стальной посуды в натуральном и денежном выражении, 2016 г.Таблица 15. Основные компании-производители экспортируемой в РФ стальной посуды в натуральном и денежном выражении, 2016 г.Таблица 16. Общий объем импорта и экспорта ножей в стоимостном и натуральном выражении в 2016 г.Таблица 17. Основные страны – импортеры ножей в РФ в 2016 г.Таблица 18. Основные страны-производители импортируемой в РФ ножей в натуральном и денежном выражении, 2016 г.Таблица 19. Основные компании-производители импорта ножей в РФ в натуральном и денежном выражении, 2016 г.Таблица 20. Основные страны назначения российского экспорта ножей в натуральном и денежном выражении, 2016 г.Таблица 21. Основные страны происхождения российского экспорта ножей в натуральном и денежном выражении, 2016 г.Таблица 22. Основные компании-производители экспорта ножей в РФ в натуральном и денежном выражении, 2016 г.Таблица 23. Общий объем импорта и экспорта эмалированной посуды в стоимостном и натуральном выражении в 2016 г.Таблица 24. Основные страны – импортеры эмалированной посуды в РФ в 2016 г.Таблица 25. Основные страны-производители импортируемой в РФ эмалированной посуды в натуральном и денежном выражении, 2016 г.Таблица 26. Основные компании-производители импортируемой в РФ эмалированной посуды в натуральном и денежном выражении, 2016 г.Таблица 27. Основные страны назначения российского экспорта эмалированной посуды в натуральном и денежном выражении, 2016 г.Таблица 28. Основные страны происхождения российского экспорта эмалированной посуды в натуральном и денежном выражении, 2016 г.Таблица 29. Основные компании-производители экспортируемой в РФ эмалированной посуды в натуральном и денежном выражении, 2016 г.Таблица 30. Общий объем импорта и экспорта алюминиевой посуды в стоимостном и натуральном выражении в 2016 г.Таблица 31. Основные страны – импортеры алюминиевой посуды в РФ в 2016 г.Таблица 32. Основные страны-производители импортируемой в РФ алюминиевой посуды в натуральном и денежном выражении, 2016 г.Таблица 33. Основные компании-производители импортируемой в РФ алюминиевой посуды в натуральном и денежном выражении, 2016 г.Таблица 34. Основные страны назначения российского экспорта алюминиевой посуды в натуральном и денежном выражении, 2016 г.Таблица 35. Основные страны происхождения российского экспорта алюминиевой посуды в натуральном и денежном выражении, 2016 г.Таблица 36. Основные компании-производители экспортируемой в РФ алюминиевой посуды в натуральном и денежном выражении, 2016 г.Таблица 37. Общий объем импорта и экспорта чугунной посуды в стоимостном и натуральном выражении в 2016 г.Таблица 38. Основные страны назначения российского экспорта чугунной посуды в натуральном и денежном выражении, 2016 г.Таблица 39. Основные страны происхождения российского экспорта чугунной посуды в натуральном и денежном выражении, 2016 г.Таблица 40. Основные компании-производители экспортируемой в РФ чугунной посуды в натуральном и денежном выражении, 2016 г.Таблица 41. Основные производители металлической посудыТаблица 42. Сравнительная характеристика основных производителей на рынкеТаблица 43. Финансовые показатели ООО Безант М в 2015 - 2016 гг., тыс. руб.Таблица 44. Финансовые показатели ООО Спецторг в 2015 - 2016 гг., млн. руб.Таблица 45. Сравнительная характеристика дистрибьюторов на рынкеТаблица 46. Крупнейшие розничные торговые точкиТаблица 47. Анализ параметров конкуренции основных розничных сетейТаблица 48. Анализ параметров конкуренции основных розничных сетей по формату магазиновТаблица 49. Сравнительная характеристика основных компаний розничного сектора на рынкеТаблица 50. Step-анализ рынка металлической посудыТаблица 51 .Возможные риски, связанные с рынкомСхема 1. Ценовая сегментация рынка металлической посудыСхема 2. 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 металлической 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.**