|  |  |
| --- | --- |
| **Название отчета** | **РОССИЙСКИЙ РЫНОК АПТЕЧНЫХ РОЗНИЧНЫХ СЕТЕЙ 2017 ТЕНДЕНЦИИ РЫНКА (ВЫПУСК 3)** |
| Название компании-исполнителя | Маркетинговое Агентство Step by Step |
| Дата выхода отчета  | 20.11.2017 |
| Количество страниц | 66 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 аптечных сетей.**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 розничного коммерческого аптечного рынка в 2016 году составил …. руб. Рост во всех сегментах рынка (лекарственные средства, БАДы и пр.) составил …%.В натуральном выражении было реализовано около … упаковок, что на …% больше, чем в первом квартале 2016 г. Наибольший вклад в аптечные продажи вносят лекарственные средства: в 2016 году около ...% на дополнительный ассортимент аптек, включающий изделия медицинского назначения, медтехнику, косметику и т.д. и … сегмент лекарственных средств оказывает наиболее существенный вклад и влияние на коммерческий аптечный рынок и повторяет ее динамику: прирост продаж ЛС составил …% в рубляхАналитики рынка выделяют следующие тренды в 2016 – 2017 годах:* Консолидация
* Мультиформатность внутри сети
* Борьба за покупателей
* Выстраивание более тесных взаимоотношений с производителями.

В каждом времени года (и даже в каждом месяце) можно выделить особенно покупаемые товары. С октября по март максимально популярны витамины и средства от простуды. С середины апреля по середину августа ярко выраженный сезонный характер носят аллергические заболевания, вызванные непереносимостью пыльцы растений, тополиного пуха, дорожной пыли и некоторых других аллергенов. Именно в это время возникает наибольший спрос на антигистаминные средства, которые являются препаратами симптоматической терапии, и пациенты вынуждены принимать их на протяжении всего периода заболевания, то есть преимущественно в весенне-летний период. ….. |
| 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. Объем и темп роста производства лекарственных средств 2010-2015 гг., млрд. руб., %Диаграмма 9. Объем производства лекарственных средств в разрезе федеральных округов, 2015 г., %Диаграмма 10. Объем фармацевтического рынка 2008-2016 гг., млрд. руб., %Диаграмма 11. Объем фармацевтического рынка в разрезе сегментов 2010-2015 гг., млрд. руб.Диаграмма 12. Доли аптек по формам собственности в натуральном выражении, 1 пол. 2017 г., %Диаграмма 13. Доли сегментов аптечных сетей в зависимости от локализации в натуральном выражении, %Диаграмма 14. Товарооборот на одну аптеку аптечных сетей в зависимости от формы локализации, 3 кв. 2017г., млн. руб.Диаграмма 15. Доля аптек по категориям от общего количества аптек, 3 кв. 2017г., %Диаграмма 16. Размер среднего чека в зависимости от товарооборота аптеки 3 кв. 2017г., руб.Диаграмма 17. Объем розничного коммерческого аптечного рынка 2014-2016 гг., млрд. руб., %Диаграмма 18. Товарооборот аптек 1-3 кв. 2017г., млрд. руб.Диаграмма 19. Динамика совокупной доли рынка от общего товарооборота в денежном выражении крупнейших аптечных ритейлеров, %Диаграмма 20. Распределение аптек по федеральным округам 2016 г., %Таблица 1. Показатели аптечных сетей в зависимости от формы локализацииТаблица 2. ТОП 20 аптечных сетей 2016 г. и их показателиТаблица 3. Сравнительная характеристика основных розничных компаний на рынкеТаблица 4. Социально-демографический статус основного потребителя ЛСТаблица 5. STEP-анализ российского Рынка аптечного ритейлаТаблица 6. Возможные риски, связанные с Рынком аптечного ритейла |
| Способ предоставления отчета (в электронном / печатном виде/ оба) | В печатном/ электронном формате |
| Название файла (если отчет предоставлен в электронном виде) | ГИ аптечные сети 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.**