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	**АНАЛИТИЧЕСКАЯ СПРАВКА ПО РОССИЙСКОМУ РЫНКУ ЛАМИНАТА В 2011 ГОДУ**
Название компании-исполнителя	Группа компаний Step by Step
Дата выхода отчета	31.05.2012
Количество страниц	105 стр.
Язык отчета	русский
Стоимость (руб.)	25 000 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 ламината в России. **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:** По оценке экспертов рынка, объем рынка в 2011 году составил … млн. кв. м. Средние темпы роста, которые прогнозируют эксперты рынка, составляют …% в год. Аналитики ГК Step by Step полагают, что темпы роста будут постоянными, незначительно возрастающими (от …% в 2011г. до …% к 2015г.)… Поскольку выход на Рынок ламината достаточно сложен, главные позиции среди отечественных производителей занимают зарубежные компании … Всего существует шесть групп, но современные производители, в основном, выпускают ламинаты трех классов… Для производства напольных ламинированных покрытий используются технологии…
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. Макроэкономическая конъюнктура 8** 3.1. *Общеэкономическая ситуация в России 8* 3.1.1. Динамика валового внутреннего продукта 8 3.1.2. Промышленное производство 10 3.1.3. Уровень инфляции 11 3.1.4. Уровень доходов населения 13 3.1.5. Инвестиции 14 3.1.6. Влияние макроэкономических факторов на развитие изучаемого рынка 15 **4. Описание влияющего Рынка. Рынок недвижимости 16** 4.1. Объемы ввода жилья 16 4.2. Цены на жилье 17 4.3. Основные принципы ценообразования 18 4.4. Основные застройщики 20

4.5. Потребительские предпочтения по типу материала дома 20
4.6. Коммерческая недвижимость Москвы 22
5. Описание смежного Рынка. Рынок лакокрасочных материалов 26
5.1. Объемы рынка 26
5.2. Емкость рынка 27
5.3. Характеристика игроков рынка 28
5.4. Потребление 32
5.5. B2C рынки 32
5.6. B2B рынки 32
5.7. Тенденции 33
6. Государственная политика в сфере стройматериалов 36
6.1. Техрегламент о пожарной безопасности 36
6.2. Пожаробезопасность отделочных материалов 37
7. Сегментация рынка 40
7.1. Определение продукции 40
7.2. Сегментирование продукции по основным наименованиям 41
7.2.1. Сегментирование Продукции по степени членения элементов покрытия 43
7.2.2. Классы износостойкости ламинированного напольного покрытия 44
7.2.3. Способы производства ламината 45
7.2.4. Основные преимущества ламината 47
7.2.5. Сегментация ламината по бренду 47
7.2.6. Срок службы некотороых типов продукции 48
7.3. Ценовое сегментирование 49
7.3.1. Ценовое сегментирование на рынке ламината 49
7.3.2. Ценовой мониторинг интернет-ресурсов в рамках исследования 52
8. Основные количественные показатели Рынка 57
9. Сбытовая структура Рынка 60
9.1. Цепочка движения товара 60
9.2. Краткое описание основных сегментов участников Рынка 61
9.2.1. Производители Продукции 61
9.2.2. Тенденции в направлении конкуренции между производителями на рынке 63
9.2.3. Дистрибьюторы продукции 64
9.2.4. Розничный сектор 66
9.3. Основные принципы ценообразования 68
10. Объемы импорта и экспорта 70
10.1. Импорт 70
10.1.1. Общие показатели 70
10.1.2. Поквартальная динамика импорта в 2011 году 70
10.1.3. Объем импорта по странам – поставщикам 71
10.1.4. Объем импорта по странам производителям 72
10.1.5. Объем импорта по маркам и компаниям-поставщикам продукции 73
10.2. Экспорт 75
10.2.1. Общие показатели 75
10.2.2. Поквартальная динамика импорта в 2011 году 75
10.2.3. Объем экспорта по странам – поставщикам 76
10.2.4. Объем экспорта по странам получателям 77
10.2.5. Объем импорта по компаниям – производителям продукции 77
10.2.6. Объем импорта по маркам (брендам) 79
10.2.7. Соотношение импорта и экспорта на рынке ламината 79
10.2.8. Соотношение импорта и российского производства на рынке ламината 80
11. Конкурентный анализ 81

11.1. Основные параметры конкуренции 81
11.2. Основные производители. Описание профилей крупнейших компаний 81
11.3. Конкуренция между крупнейшими компаниями розничного сектора 87
12. Анализ потребителей 92
12.1. Описание потребителей 92
12.2. Сегментация потребителей с описанием и количественной оценкой сегментов 92
12.3. Предпочтение потребителей 93
12.4. Предпочтения потребителей по брендам ламината 95
13. Обобщающие выводы по отчету 97
13.1. Факторы, влияющие на развитие Рынка 97
13.1.1. STEP–анализ факторов, влияющих на Рынок 97
13.1.2. Риски, связанные с Рынком, способы избежать рисков 98
13.1.3. Общие выводы по отчету 99
13.2. Приложение 1. Общие данные ценового интернет-мониторинга 102

Количество и названия таблиц, диаграмм, графиков

Диаграмма 1. Динамика изменения объема ВВП, 2002-2012 гг. (прогноз), млрд. руб.
Диаграмма 2. Индекс изменения объема ВВП, январь-апрель 2011 – 2012 гг.
Диаграмма 3. Изменение индекса промышленного производства, январь-апрель 2011 - 2012 гг., % к соответствующему периоду предыдущего года
Диаграмма 4. Уровень инфляции 2003-2012 (прогноз) гг., %
Диаграмма 5. Динамика номинальной начисленной среднемесячной заработной платы на одного работника, рублей, январь-апрель 2012 г.
Диаграмма 6. Динамика предложения объектов жилой недвижимости на вторичном рынке в 2011 году, тыс. шт.
Диаграмма 7. Осведомленность потребителей о монолитном домостроении
Диаграмма 8. Объем рынка ЛКМ в России в 2005-2012 гг. (прогноз), тыс. тонн
Диаграмма 9. Динамика рынка ЛКМ в России в 2005-2012 гг., %
Диаграмма 10. Доли крупнейших производителей ЛКМ, %
Диаграмма 11. Структура потребления продукции на рынке B2B, %
Диаграмма 12. Структура предложения на рынке напольных покрытий, %
Диаграмма 13. Марочная структура московского рынка ламината, %
Диаграмма 14. Ценовая структура московского рынка ламината
Диаграмма 15. Стоимостная структура товара среди брендов-лидеров ламината
Диаграмма 16. Динамика развития рынка ламината в 2007-2011гг. и прогноз до 2015г., млн. кв. м.
Диаграмма 17. Прогноз темпов роста рынка ламинированных полов, 2007-2016 гг.
Диаграмма 18. Поквартальная динамика импорта в 2011 году, в натуральном и стоимостном выражении
Диаграмма 19. Компании-поставщики продукции
Диаграмма 20. Поквартальная динамика экспорта в 2011 году, в натуральном и стоимостном выражении
Диаграмма 21. Объем экспорта по компаниям – производителям в натуральном выражении, %
Диаграмма 22. Соотношение импорта и экспорта на рынке в натуральном выражении, %
Диаграмма 23. Выбор потребителей напольного покрытия на кухне, %
Диаграмма 24. «Какой ламинат вы считаете самым лучшим?», распределение ответов в %

Таблица 1. Оценка влияния макроэкономических факторов на изучаемый

	рынок Таблица 2. Средние цены на жилую и коммерческую недвижимость в 2011 году в некоторых регионах России, руб. Таблица 3. Структура затрат на строительство жилого дома, % Таблица 4. Характеристика основных розничных сегментов Таблица 5. Положительные и отрицательные стороны закона Таблица 6. Сравнительный анализ российских и международных требований пожаробезопасности отделочных материалов Таблица 7. Классы эксплуатации ламината Таблица 8. Сравнение напольных покрытий по сроку службы Таблица 9. Ценовые сегменты для ламината класса 31 Таблица 10. Ценовые сегменты для ламината класса 32 Таблица 11. Ценовые сегменты для ламината класса 33 Таблица 12. Ценовые сегменты для ламината класса 34 Таблица 13. Данные для расчета емкости рынка ламината в 2012г. Таблица 14. Категории продукции в таможенных базах Таблица 15. Поквартальная динамика импорта в 2011 году, в натуральном и стоимостном выражении Таблица 16. Объем импорта по странам-поставщикам продукции Таблица 17. Объем импорта по странам-производителям продукции Таблица 18.Объем импорта по маркам и компаниям-поставщикам продукции Таблица 19. Поквартальная динамика экспорта в 2011 году, в натуральном и стоимостном выражении Таблица 20. Объем экспорта по странам-производителям Таблица 21. Объем экспорта по странам – получателям Таблица 22. Объем экспорта по компаниям – производителям Таблица 23. Объем экспорта по маркам Таблица 24. Соотношение импорта и экспорта на рынке Таблица 25. Сравнительная характеристика компаний-производителей ламината Таблица 26. Характеристика основных розничных сегментов Таблица 27. Сравнительная характеристика основных игроков розничного сегмента Таблица 28. STEP-анализ рынка Таблица 29. Возможные риски, связанные с Рынком Таблица 30. Общие данные ценового интернет-мониторинга, май 2012г. Схема 1. Структура рынка напольных покрытий Схема 2. Цепочка товародвижения на Рынке
Способ предоставления отчета (в электронном / печатном виде/ оба)	В печатном/ электронном формате
Название файла (если отчет предоставлен в электронном виде)	ГИ_ламинат_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.**