|  |  |
| --- | --- |
| **Название отчета** | **РОССИЙСКИЙ РЫНОК ТОРГОВОГО И СКЛАДСКОГО СТЕЛЛАЖНОГО ОБОРУДОВАНИЯ 2018. ТЕНДЕНЦИИ РЫНКА (ВЫПУСК 5)** |
| Название компании-исполнителя | Маркетинговое Агентство Step by Step |
| Дата выхода отчета | 02.08.2018 |
| Количество страниц | 120 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 торгового и складского стеллажного оборудования.  **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:**  …  Спрос на складское оборудование увеличивается вслед за ростом сделок на рынке складской недвижимости, прогнозируется и дальнейшее увеличение потребности в складском оборудовании за счет ввода новых складских площадей в 2018 году. Также происходит активное развитие рынка складской недвижимости в регионах, что вызывает и рост спроса на складские стеллажи в крупных городах России.  Объем продаж на рынке складской недвижимости ежегодно растет. В 2017 году он составил …. кв. м., а к концу 2018 года может достичь ….. кв. м. Наибольшую долю в объеме потребления складских помещений занимают московские предприятия. Общий объем предложения на рынке складской недвижимости также ежегодно растет сокращающимися темпами. В 2018 году, согласно прогнозам экспертов, он может вырасти еще на …%. Большая часть объема предложения складских помещений приходится на Москву. Таким образом, можно сделать вывод о том, что и основной объем спроса на складское оборудование приходится на предприятия, расположенные в Москве.  Последние три года происходит ежегодное сокращение объема нового строительства складских помещений, однако, по прогнозам экспертов, в 2018 году показатель должен вырасти на …%. Более половины объема строительства складских помещений – это складские помещения в Москве.  Повышение спроса на складские помещения и низкий показатель ввода складских площадей в 2017 г. привели к сокращению вакантности в большинстве городов России. Ожидается ее сокращение и в 2018 году.  Общий объем предложения на рынке торговой недвижимости последние три года ежегодно растет сокращающимися темпами, но в 2018 году, согласно прогнозам экспертов, может произойти более резкий рост показателя. Большая часть объема предложения торговых помещений приходится на Москву.  С 2015 года происходит ежегодное сокращение объема нового строительства торговых помещений, однако, по прогнозам экспертов, в 2018 году общая площадь построенных торговых центров должна существенно вырасти - на …%. Большая часть объема ввода торговых помещений– это торговые центры в Москве.  Основной объем спроса на торговое оборудование приходится на предприятия, расположенные в городах-миллиониках России, ожидается рост спроса на торговые стеллажи за счет резкого увеличение объемов нового строительства торговой недвижимости.  При объемах экспорта и импорта стеллажей в 2017 году соответственно …. тонн и …. тонн объем производства составил …. тонн.  С 2015 года наблюдается ежегодное сокращение рынка стеллажей значительными темпами, в 2017 году он достиг своего рекордно минимального значения – …. тонны (….% к 2016 году).  В структуре сегмента складских стеллажей большую часть занимают продажи фронтальных стеллажей.  Емкость рынка стеллажей ежегодно растет сокращающимися темпами. В 2018 году емкость рынка составит ……. паллетомест.  ….. |
| Подробное оглавление/содержание отчета | |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | | 1 | **Содержание** | | |  | | 2 | **Введение** | | | **5** | | 3 | **Методологическая часть** | | | **6** | |  | 3.1 | *Описание типа исследования* | | *6* | |  | 3.2 | *Объект исследования* | | *6* | |  | 3.3 | *Цели и задачи исследования* | | *6* | |  | 3.4 | *География исследования* | | *6* | |  | 3.5 | *Время проведения исследования* | | *6* | |  | 3.6 | *Методы сбора данных* | | *6* | | 4 | **Макроэкономическая конъюнктура** | | | **8** | |  | 4.1 | *Описание отрасли* | | *16* | |  |  | 4.1.1 | Рынок мебели | 16 | |  | 4.2 | *Описание влияющих Рынков* | | *18* | |  |  | 4.2.1 | Рынок складской недвижимости | 18 | |  |  | 4.2.2 | Рынок торговой недвижимости | 26 | | 5 | **Сегментация рынка** | | | **30** | |  | 5.1 | *Основные определения* | | *30* | |  | 5.2 | *Сегментирование продукции на рынке* | | *32* | |  |  | 5.2.1 | Сегментирование по основным наименованиям | 32 | |  |  | 5.2.2 | Сегментирование по технологии производства | 33 | |  |  | 5.2.3 | Сегментирование по потреблению | 36 | |  | 5.3 | *Основные принципы ценообразования* | | *36* | |  |  | 5.3.1 | Ценовое сегментирование Продукции | 37 | |  |  | 5.3.2 | Тенденции в ценовых сегментах | 40 | | 6 | **Основные количественные характеристики рынка** | | | **41** | |  | 6.1 | *Динамика развития рынка. Объем и темпы роста* | | *41* | |  | 6.2 | *Основные показатели российского производства* | | *43* | |  | 6.3 | *Емкость рынка* | | *44* | |  | 6.4 | *Прогноз развития рынка* | | *44* | |  | 6.5 | *Влияние сезонности на Рынок* | | *47* | |  | 6.6 | *Основные тенденции рынка* | | *47* | |  | 6.7 | *Анализ импорта и экспорта* | | *48* | |  |  | 6.7.1 | Соотношение импорта и экспорта | 49 | |  |  | 6.7.2 | Импорт | 49 | |  |  | 6.7.3 | Экспорт | 52 | | 7 | **Сбытовая структура Рынка** | | | **55** | |  | 7.1 | *Цепочка движения товара* | | *55* | |  | 7.2 | *Краткое описание основных сегментов участников Рынка* | | *56* | |  |  | 7.2.1 | Производители Продукции | 56 | |  |  | 7.2.2 | Дистрибьюторы продукции | 56 | | 8 | **Конкурентный анализ** | | | **57** | |  | 8.1 | *Конкуренция между крупнейшими производителями на рынке* | | *57* | |  |  | 8.1.1 | Основные производители | 57 | |  |  | 8.1.2 | Основные параметры конкуренции | 57 | |  |  | 8.1.3 | Описание профилей крупнейших компаний | 57 | |  |  | 8.1.4 | Сравнительная характеристика основных производителей на рынке | 73 | |  | 8.2 | *Конкуренция между крупнейшими дистрибьюторами и оптовыми компаниями* | | *77* | |  |  | 8.2.1 | Основные дистрибьюторы | 77 | |  |  | 8.2.2 | Основные параметры конкуренции | 77 | |  |  | 8.2.3 | Описание профилей крупнейших компаний | 77 | |  |  | 8.2.4 | Сравнительная характеристика основных дистрибьюторов на рынке | 97 | |  |  | 8.2.5 | Тенденции в направлении конкуренции между игроками рынка | 101 | | 9 | **Анализ потребителей** | | | **103** | |  | 9.1 | *Сегментация потребителей* | | *103* | |  |  | 9.1.1 | Потребители в сегменте B2B | 103 | |  |  | 9.1.2 | Основные тенденции в поведении потребителей | 112 | | 10 | **Обобщающие выводы по отчету** | | | **114** | |  | 10.1 | *Факторы, влияющие на развитие Рынка* | | *114* | |  |  | 10.1.1 | Step-анализ Рынка | 114 | |  |  | 10.1.2 | Факторы, благоприятствующие развитию Рынка | 118 | |  | 10.2 | *Анализ рисков* | | *118* | |  |  | 10.2.1 | Сдерживающие факторы Рынка/анализ рисков | 119 | |  | 10.3 | *Текущая ситуация и перспективы развития рынка* | | *120* | |
| Количество и названия таблиц, диаграмм, графиков |  |
| Способ предоставления отчета (в электронном / печатном виде/ оба) | В печатном/ электронном формате |
| Название файла (если отчет предоставлен в электронном виде) | ГИ стеллажное и торговое оборудование 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.**