|  |  |
| --- | --- |
| **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.**