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	**КАБИНЕТНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ РОССИЙСКОГО РЫНКА УСТРОЙСТВ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ СЕНСОРНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ (БАНКОМАТЫ, ПЛАНШЕТНИКИ, СМАРТФОНЫ, ИГРОВЫЕ АВТОМАТЫ)**
Название компании-исполнителя	Группа компаний Step by Step
Дата выхода отчета	28.03.2013
Количество страниц	67 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 **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:** Доля смартфонов в общих продажах мобильных телефонов в России ниже, чем в среднем по миру, при этом темп прироста показателя в 2011-2012 годах опережает среднемировой. В третьем квартале 2012 года в России было реализовано около … млн. смартфонов, т.е. рынок продаж «умных» мобильных телефонов с начала 2011 года ... Суммарное количество банкоматов 103 банков, включенных в рейтинг по итогам I полугодия 2012 года, достигло ….тысяч штук, что почти на ….%, или на …. штуки, больше, чем ровно год назад, то есть по состоянию на 1 июля 2011 года. В 2012 году объем внешней торговли устройствами с сенсорными технологиями в натуральном выражении составил …. млн. шт. Объем внешней торговли в стоимостном выражении составил ….. млн. USD. Общий объем импорта игровых автоматов с сенсорным экраном в РФ составил …. штук в натуральном выражении и …. тыс. USD в стоимостном выражении. Большая часть импортированных игровых автоматов была импортирована из …. (…% в натуральном и ….% в стоимостном выражении).
Подробное оглавление/содержание отчета	1 **Введение** **4** 2 **Список использованных терминов** **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 *Задачи* *6* 3.5 *География исследования* *6* 3.6 *Время проведения исследования* *6* 3.7 *Методы сбора данных* *7* 4 **Макроэкономические факторы, влияющие на Рынок** **8** 4.1 *Общеэкономическая ситуация в России* *8* 4.1.1 Динамика валового внутреннего продукта **8**

	4.1.2	Промышленное производство	**11**
	4.1.3	Уровень инфляции	**11**
	4.1.4	Уровень доходов населения	**13**
	4.1.5	Инвестиции	**14**
	4.1.6	Розничная торговля	**16**
	4.1.7	Влияние макроэкономических факторов на развитие изучаемого рынка	**18**
5	**Описание отрасли. Влияющие и смежные рынки**		**20**
	5.1	*Описание отрасли*	*20*
	5.2	*Описание влияющих Рынков*	*21*
	5.3	*Описание смежных рынков*	*24*
6	**Сегментация рынка**		**28**
	6.1	*Сегментирование продукции на рынке*	*28*
	6.1.1	I. Сегментирование всех устройств с сенсорным управлением	**28**
	6.1.2	II. Сегментирование смартфонов и планшетных компьютеров	**29**
	6.1.3	III. Сегментирование банкоматов	**31**
	6.1.4	IV. Сегментирование игровых автоматов	**32**
	6.2	*Тенденции в различных рыночных сегментах*	*33*
	6.3	*Ценовое сегментирование Продукции*	*34*
	6.4	*Тенденции в ценовых сегментах*	*35*
7	**Основные количественные характеристики рынка**		**39**
	7.1	*Динамика развития рынка. Объем и темпы роста*	*39*
	7.2	*Анализ внешней торговли*	*43*
	7.2.1	Оборот внешней торговли	**44**
	7.2.2	Импорт	**44**
	7.2.3	Экспорт	**48**
8	**Основные тенденции внешней торговли**		**49**
	8.1	*Прогноз развития рынка до 2015 года*	*50*
	8.2	*Влияние сезонности на Рынок*	*50*
	8.3	*Конкурентный анализ*	*51*
	8.4	*Конкуренция между крупнейшими производителями*	*51*
9	**Анализ потребителей**		**57**
	9.1	*Потребители в сегменте B2C*	*57*
	9.2	*Потребители в сегменте B2B*	*59*
10	**Обобщающие выводы по отчету**		**62**
	10.1	*Факторы, влияющие на развитие Рынка*	*62*
	10.2	*Факторы, благоприятствующие развитию Рынка*	*64*
	10.3	*Сдерживающие факторы Рынка/анализ рисков*	*65*
	10.4	*Текущая ситуация и перспективы развития рынка*	*66*

Количество и названия таблиц, диаграмм, графиков	Диаграмма 1. Динамика ВВП с 2002-2012, трлн. RUR Диаграмма 2. Темпы прироста ВВП в текущих ценах в 2003-2012 гг., % Диаграмма 3. Темпы прироста ВВП в ценах 2002 года в 2003-2012гг., % Диаграмма 4. Индекс физического объема ВВП в 2012 году, % Диаграмма 5. Динамика помесячных темпов роста промышленного производства в 2012 году к аналогичному периоду 2011 года, % Диаграмма 6. Динамика темпов прироста цен на потребительские товары в 2002-2012гг., %

Диаграмма 7. Динамика темпов прироста цен на промышленные товары в 2002-2012гг, %
Диаграмма 8. Динамика номинальной среднемесячной заработной платы с 2002 по 2012 (октябрь) гг., тыс. руб.
Диаграмма 9. Динамика темпов прироста номинальной среднемесячной заработной платы с 2002 по 2012 гг., %
Диаграмма 10. Динамика среднемесячной зарплаты в 2011-2012гг., тыс. руб.
Диаграмма 11. Динамика объема инвестиций в основной капитал в 2002-2011гг., трлн. руб.
Диаграмма 12. Помесячная динамика темпов прироста объема инвестиций в 2012 году, %
Диаграмма 13. Динамика оборота розничной торговли в РФ в 2002-2012гг., млрд. руб.
Диаграмма 14. Динамика темпов прироста оборота розничной торговли в 2003-2011гг., %
Диаграмма 15. Темпы прироста оборотов розничной торговли в 2012 года к аналогичным периодам 2011 года, %
Диаграмма 16. Оборот розничной торговли в 2012 году, помесячно, млрд. рублей
Диаграмма 17. Доли продаж смартфонов по операционным системам в России и мире в 3 квартале 2012 года
Диаграмма 18. Доли продаж планшетных ПК в России и мире во 2 квартал 2012 года
Диаграмма 19. Структура продаж смартфонов в РФ по ценовым сегментам в 2011-2012гг, %
Диаграмма 20. Объём российского рынка смартфонов, доля смартфонов в общих продажах мобильных телефонов, 1 кв. 2011 – 3 кв. 2013 гг.
Диаграмма 21. Распределение ответов на вопрос «Какие устройства используются в вашей компании?»
Диаграмма 22. Основные типы пользователей мобильных сенсорных устройств в корпоративной среде
Диаграмма 23. Функциональное использование мобильных устройств в корпоративной среде
Таблица 1. Оценка возможного влияния макроэкономических факторов на российский рынок устройств с использованием сенсорных технологий
Таблица 2. Топ-10 банков по количеству собственных банкоматов по России на 1 июля 2012 года
Таблица 3. Динамика рынка банкоматов России в натуральном выражении, 2008-2012 годы
Таблица 4. Таможенные коды продукции
Таблица 5. Объем внешней торговли 2012 г.
Таблица 6. Товарная структура импорта устройств с сенсорными технологиями в 2012 г.
Таблица 7. География импорта игровых автоматов с сенсорным экраном в 2012 г.
Таблица 8. География импорта цветных сенсорных ж/к мониторов для установки в банкоматы в 2012 г.
Таблица 9. Структура импорта из Китая цветных сенсорных ж/к мониторов для установки в банкоматы в 2012 году
Таблица 10. География импорта банкоматов с сенсорным экраном в 2012
Таблица 11. Основные страны-импортеры навигаторов с сенсорным дисплеем в 2012 г.
Таблица 12. География импорта планшетных компьютеров в 2012 г.
Таблица 13. География импорта смартфонов в 2012 г.
Таблица 14. Товарная структура экспорта зерновых в России за 2012г.
Таблица 15. География экспорта планшетных компьютеров за 2012г.
Таблица 16. Прогноз динамики рынка смартфонов России в натуральном выражении в 2012-2015 годах, млн. штук
Таблица 17. Прогноз динамики рынка планшетных ПК России в натуральном выражении в 2013-2015 годах, млн. штук

	Таблица 18. Прогноз динамики рынка банкоматов России в натуральном выражении в 2012-2015 годах, кол-во устройств Таблица 19. Основные производители смартфонов, представленные на Таблица 20. Основные производители планшетов, представленные на Таблица 21. Основные производители банкоматов, представленные на рынке РФ Таблица 22. Основные производители игровых автоматов с сенсорным экраном, представленные на российском рынке Таблица 23. Сравнительная характеристика основных производителей
Способ предоставления отчета (в электронном / печатном виде/ оба)	В печатном/ электронном формате
Название файла (если отчет предоставлен в электронном виде)	ГИ_РРУСТ_2013.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.**