

Название отчета	КАБИНЕТНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ РОССИЙСКОГО РЫНКА ОСВЕЖИТЕЛЕЙ ВОЗДУХА (АЭРОЗОЛЬНЫЕ, СПРЕИ)		
Название компании-исполнителя	Группа компаний Step by Step		
Дата выхода отчета	07.08.2013		
Количество страниц	136 стр.		
Язык отчета	русский		
Стоимость (руб.)	27 500 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	<p>Цель исследования: анализ текущей ситуации на рынке</p> <p>Задачи исследования:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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 <p>Выдержки из исследования:</p> <p>Развитие рынка освежителей воздуха к 2012 году находилось в окружении следующих макроэкономических параметров:</p> <ul style="list-style-type: none"> • рост добавленной стоимости на ...% в год; • рост объемов предложения на рынке не менее чем на ...% в год; • • <p>Объем российского производства освежителей воздуха (аэрозоли, спреи) составил млн. баллонов. Объем рынка в натуральном выражении оценивается в ... млн. баллонов. В стоимостном выражении объем рынка освежителей воздуха (аэрозолей и спреев) может оцениваться в ...</p> <p>В 2012 году оборот внешней торговли в натуральном выражении составил ...тыс. тонн. Оборот внешней торговли в стоимостном выражении составилмлн. USD.</p> <p>В структуре потребления освежителей воздуха в натуральном выражении наибольшая доля приходилась на бренд.....</p>		
Подробное оглавление/содержание отчета	1	Введение	6
	2	Список использованных терминов	7
	3	Методологическая часть	9
	3.1	<i>Описание типа исследования</i>	9
	3.2	<i>Объект исследования</i>	9
	3.3	<i>Цели и задачи исследования</i>	9
	3.4	<i>География исследования</i>	9
	3.5	<i>Время проведения исследования</i>	9
	3.6	<i>Методы сбора данных</i>	10
	4	Макроэкономические факторы, влияющие на Рынок	11
	4.1	<i>Общеэкономическая ситуация в России</i>	11
	4.1.1	<i>Динамика валового внутреннего продукта</i>	11
	4.1.2	<i>Промышленное производство</i>	13
	4.1.3	<i>Уровень инфляции</i>	14
	4.1.4	<i>Уровень доходов населения</i>	16
	4.1.5	<i>Инвестиции</i>	18

	4.1.6	Розничная торговля	19
		Влияние макроэкономических факторов	20
	4.1.7	на развитие изучаемого рынка	
	4.2	<i>Описание отрасли</i>	21
	4.3	<i>Описание влияющих Рынков</i>	21
5		Сегментация рынка освежителей воздуха	23
	5.1	<i>Сегментирование продукции на рынке</i>	23
		Сегментирование в зависимости от места	23
	5.1.1	использования	
	5.1.2	Сегментирование по дисперсной среде	23
		Сегментирование по регламентам	23
	5.1.3	использования	
	5.1.4	Сегментирование по времени действия	23
		Сегментирование по степени	24
	5.1.5	автоматизации применения	
	5.1.6	Сегментирование по принципу действия	24
	5.2	<i>Тенденции в различных рыночных сегментах</i>	25
	5.3	<i>Основные принципы ценообразования</i>	26
	5.3.1	Ценовое сегментирование Продукции	26
	5.3.2	Тенденции в ценовых сегментах	26
	5.4	<i>Государственная регистрация, требования к безопасности и другие меры регулирования рынков</i>	27
	5.4.1	Требования к безопасности	27
	5.4.2	Стандарты	27
	5.4.3	Саморегулируемые организации	27
6		Основные количественные характеристики рынка	28
	6.1	<i>Основные показатели российского производства</i>	28
	6.2	<i>Динамика развития рынка. Объем и темпы роста</i>	28
	6.2.1	Объем рынка	28
		Емкость рынка степень насыщенности	28
	6.2.2	рынка	
	6.2.3	Основные тенденции рынка	28
	6.3	<i>Прогноз развития рынка до 2020 года</i>	29
	6.4	<i>Влияние сезонности на Рынок</i>	29
	6.5	<i>Анализ внешней торговли</i>	29
	6.5.1	Структура внешней торговли	30
	6.5.2	Импорт	30
	6.5.3	Экспорт	32
	6.5.4	Основные тенденции во внешней торговле	33
7		Сбытовая структура Рынка	34
	7.1	<i>Цепочка движения товара</i>	34
		<i>Краткое описание основных сегментов участников</i>	35
	7.2	<i>Рынка</i>	
	7.2.1	Производители Продукции	35
	7.2.2	Дистрибьюторы продукции	35
	7.2.3	Розничный сектор	35
8		Конкурентный анализ	37
	8.1	<i>Конкуренция между крупнейшими производителями на рынке</i>	37

	8.1.1	Основные производители	37
	8.1.2	Основные параметры конкуренции	39
	8.1.3	Описание профилей крупнейших компаний	40
	8.1.4	Сравнительная характеристика основных производителей на рынке	47
	8.1.5	Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими производителями	50
	8.2	<i>Конкуренция между крупнейшими дистрибьюторами и оптовыми компаниями</i>	50
	8.2.1	Основные дистрибьюторы и оптовые компании	50
	8.2.2	Основные параметры конкуренции	50
	8.2.3	Описание профилей крупнейших компаний	51
	8.2.4	Сравнительная характеристика основных оптовых компаний на рынке	52
	8.2.5	Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими дистрибьюторами и оптовыми компаниями	52
	8.3	<i>Конкуренция между крупнейшими компаниями розничного сектора</i>	52
	8.3.1	Основные компании розничного рынка	52
	8.3.2	Основные параметры конкуренции	52
	8.3.3	Описание профилей крупнейших компаний	53
	8.3.4	Сравнительная характеристика основных розничных компаний на рынке	53
	8.3.5	Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими дистрибьюторами и оптовыми компаниями	54
9		Анализ потребителей	55
	9.1	<i>Сегментация потребителей</i>	55
	9.1.1	Потребители в сегменте B2C	55
	9.1.2	Потребители в сегменте B2B	55
	9.2	<i>Структура потребления Продукции</i>	56
	9.3	<i>Потребительские предпочтения</i>	57
10		Обобщающие выводы по отчету	58
	10.1	<i>Факторы, влияющие на развитие Рынка</i>	58
	10.1.1	Step-анализ Рынка	58
	10.1.2	Факторы, благоприятствующие развитию Рынка	58
	10.2	<i>Анализ рисков</i>	58
	10.2.1	Сдерживающие факторы Рынка/анализ рисков	58
	10.3	<i>Прогнозы развития рынка</i>	58
	10.3.1	Потребление	58
	10.3.2	Продукция	58
	10.3.3	Основные игроки	58
	10.4	<i>Текущая ситуация и перспективы развития рынка</i>	58
Количество и названия таблиц, диаграмм, графиков	Диаграмма 1. Динамика ВВП с 2002-2012, трлн. RUR Диаграмма 2. Темпы прироста ВВП в текущих и ценах 2002 года в 2003-2012 гг., % Диаграмма 3. Динамика ВВП в январе–мае 2012-2013гг. трлн.RUR, %		

	<p>Диаграмма 4. Динамика темпов прироста промышленного производства за 2012- первое полугодие 2013гг., %</p> <p>Диаграмма 5. Динамика темпов прироста цен на потребительские товары в 2002-2012гг., %</p> <p>Диаграмма 6. Динамика темпов прироста цен на промышленные товары в 2002-2012гг., %</p> <p>Диаграмма 7. Темп роста цен промышленные и потребительские товары нарастающим итогом за первое полугодие 2013 года, %</p> <p>Диаграмма 8. Динамика номинальной среднемесячной заработной платы с 2002 по 2012 (октябрь) гг., тыс. руб.</p> <p>Диаграмма 9. Динамика среднемесячной заработной платы в первом полугодии 2012-2013гг., тыс. руб., %</p> <p>Диаграмма 10. Динамика объема инвестиций в основной капитал в 2002-2012гг., трлн. руб.</p> <p>Диаграмма 11. Динамика оборота розничной торговли в РФ в 2002-2012гг., млрд. руб.</p> <p>Диаграмма 12. Динамика оборотов розничной торговли в первом полугодии 2012-2013 млрд. RUR, %</p> <p>Диаграмма 13. Динамика стоимости отгруженной продукции химического производства в РФ в 2005-2012гг., млрд. RUR, %</p> <p>Диаграмма 14. Структура отгруженной продукции химического производства по типам хозяйств в 2005-2012гг., %</p> <p>Диаграмма 15. Помесячный объем реализации продукции химического производства в 2012 году, млрд. RUR</p> <p>Диаграмма 16. Отклонения объема реализации продукции химического производства от среднемесячного в 2012 году, %</p> <p>Диаграмма 17. Объем реализации продукции по коду 24.5 в 2012 году, млн. RUR</p> <p>Диаграмма 18. Помесячный объем реализации мыла, моющих, чистящих, полирующих косметических и парфюмерных средств в 2012 году, млрд. RUR</p> <p>Диаграмма 19. Отклонения от среднемесячного объема реализации мыла, моющих, чистящих, полирующих косметических и парфюмерных средств в 2012 году, %</p> <p>Диаграмма 20. Динамика стоимости отгруженных товаров по виду деятельности «Металлургическое производство и производство готовых металлических изделий» в 2002-2012гг.</p> <p>Диаграмма 21. Динамика стоимости отгруженных товаров по виду деятельности «Металлургическое производство и производство готовых металлических изделий» в январе-мае 2012-2013гг.</p> <p>Диаграмма 22. Динамика количества организаций по виду деятельности «Металлургическое производство и производство готовых металлических изделий» в 2005-2011гг.</p> <p>Диаграмма 23. Динамика численности работников по виду деятельности «Металлургическое производство и производство готовых металлических изделий» в 2005-2011гг.</p> <p>Диаграмма 24. Динамика рентабельности продаж по виду деятельности «Металлургическое производство и производство готовых металлических изделий» в 2005-2011гг.</p> <p>Диаграмма 25. Динамика производства чугуна в 2002-2012гг.</p> <p>Диаграмма 26. Динамика производства чугуна в январе-мае 2012-2013гг.</p> <p>Диаграмма 27. Динамика производства стали в 2002-2012гг.</p> <p>Диаграмма 28. Динамика производства стали в январе-мае 2013гг.</p> <p>Диаграмма 29. Динамика производства готового проката в 2002-2012гг.</p> <p>Диаграмма 30. Динамика производства готового проката в январе-мае 2012-2013гг.</p> <p>Диаграмма 13. Прогнозные значения объема рынка освежителей воздуха на 2013-2020гг., %</p> <p>Диаграмма 14. Прогнозные значения объема рынка освежителей воздуха в натуральном выражении на 2013-2020гг., млн. шт.</p> <p>Диаграмма 15. Интернет анализ функциональных запросов пользователей</p>
--	---

	<p>Интернет по освежителям воздуха</p> <p>Диаграмма 16. Интернет анализ запросов пользователей Интернет по брендам автоматических освежителей воздуха</p> <p>Диаграмма 17. Анализ структуры запросов Интернет пользователей по емкостям освежителей воздуха по состоянию на 03.08.2013</p> <p>Таблица 1. Оценка возможного влияния макроэкономических факторов на российский рынок освежителей воздуха</p> <p>Таблица 2. Объем и темпы прироста реализации продукции химического производства в январе 2013 года, %</p> <p>Таблица 3. Объем и темп прироста реализации мыла, моющих, чистящих, полирующих косметических и парфюмерных средств в январе 2013г, %</p> <p>Таблица 2. Ценовое сегментирование аэрозольных освежителей воздуха в 2013 году емкостью 300 ml</p> <p>Таблица 3. Краткая характеристика ряда лицензий (допуска) необходимого для производства освежителей воздуха</p> <p>Таблица 4. Саморегулируемые организации, членами которых являются российские производители освежителей воздуха</p> <p>Таблица 5. Исходные и расчетные данные объема российского производства освежителей воздуха (аэрозоли, спреи) в 2012 году</p> <p>Таблица 6. Исходные и расчетные данные для определения объема рынка освежителей воздуха в натуральном выражении, млн. шт.</p> <p>Таблица 7. Исходные и расчетные данные объема рынка в стоимостном выражении</p> <p>Таблица 8. Исходные и расчетные данные степени насыщения рынка в 2012 году, %</p> <p>Таблица 9. Таможенные коды продукции</p> <p>Таблица 10. Объем внешней торговли в 2013 г.</p> <p>Таблица 11. Основные страны отправители освежителей воздуха ввозимых на территорию РФ в 2012 году</p> <p>Таблица 12. Основные страны-производители освежителей воздуха, ввозимых на территорию РФ в 2012г.</p> <p>Таблица 13. Основные страны назначения экспорта освежителей воздуха из РФ в 2012 году</p> <p>Таблица 14. Основные страны-производители освежителей воздуха, экспортируемых из РФ в 2012 году.</p> <p>Таблица 15. Производители освежителей воздуха, представленных на российском рынке</p> <p>Таблица 16. Сравнительная характеристика основных производителей освежителей воздуха по основным каналам товародвижения</p> <p>Таблица 17. Сравнительная характеристика основных производителей на рынке</p> <p>Таблица 18. Основные дистрибьюторы и оптовые компании российского рынка освежителей воздуха</p> <p>Таблица 19. Сравнительная характеристика основных производителей освежителей воздуха по основным каналам товародвижения</p> <p>Таблица 20. Сравнительная характеристика основных дистрибьюторов и оптовых компаний на рынке</p> <p>Таблица 21. Основные сведения об основных розничных компаниях в 2012 году</p> <p>Таблица 22. Анализ параметров конкуренции основных розничных сетей по сегментации по ценам в 2012 году</p> <p>Таблица 23. Анализ параметров конкуренции основных розничных сетей по формату магазинов в 2012 году</p> <p>Таблица 24. Сравнительная характеристика основных компаний розничного сектора на рынке</p> <p>Таблица 25. Структура потребления освежителей воздуха по основным брендам, представленным на рынке в 2010-2012гг.,%</p> <p>Таблица 26. Результаты анализа потребительских предпочтений пользователей Интернет по запросам основных брендов освежителей воздуха</p> <p>Таблица 27. Step-анализ рынка освежителей воздуха</p>
--	--

	Таблица 28. Анализ рисков на рынке освежителей воздуха в РФ в 2012-2013гг. Таблица 29. Результаты ценового мониторинга аэрозольных освежителей воздуха Схема 1. Производство освежителей воздуха в системе ОКВЭД Схема 1. Типовая модель ценообразования на рынке освежителей воздуха Схема 2. Цепочки движения товаров на рынке освежителей воздуха
Способ предоставления отчета (в электронном / печатном виде/ оба)	В печатном/ электронном формате
Название файла (если отчет предоставлен в электронном виде)	ГИ_РРОВ_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.**