|  |  |
| --- | --- |
| **Название отчета** | **РОССИЙСКИЙ РЫНОК АПТЕЧНЫХ РОЗНИЧНЫХ СЕТЕЙ 2017 ТЕНДЕНЦИИ РЫНКА (ВЫПУСК 3)** |
| Название компании-исполнителя | Маркетинговое Агентство Step by Step |
| Дата выхода отчета | 20.11.2017 |
| Количество страниц | 66 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 аптечных сетей.  **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:**  …  Объем розничного коммерческого аптечного рынка в 2016 году составил …. руб. Рост во всех сегментах рынка (лекарственные средства, БАДы и пр.) составил …%.  В натуральном выражении было реализовано около … упаковок, что на …% больше, чем в первом квартале 2016 г. Наибольший вклад в аптечные продажи вносят лекарственные средства: в 2016 году около ...% на дополнительный ассортимент аптек, включающий изделия медицинского назначения, медтехнику, косметику и т.д. и … сегмент лекарственных средств оказывает наиболее существенный вклад и влияние на коммерческий аптечный рынок и повторяет ее динамику: прирост продаж ЛС составил …% в рублях  Аналитики рынка выделяют следующие тренды в 2016 – 2017 годах:   * Консолидация * Мультиформатность внутри сети * Борьба за покупателей * Выстраивание более тесных взаимоотношений с производителями.   В каждом времени года (и даже в каждом месяце) можно выделить особенно покупаемые товары.  С октября по март максимально популярны витамины и средства от простуды.  С середины апреля по середину августа ярко выраженный сезонный характер носят аллергические заболевания, вызванные непереносимостью пыльцы растений, тополиного пуха, дорожной пыли и некоторых других аллергенов. Именно в это время возникает наибольший спрос на антигистаминные средства, которые являются препаратами симптоматической терапии, и пациенты вынуждены принимать их на протяжении всего периода заболевания, то есть преимущественно в весенне-летний период. ….. |
| Подробное оглавление/содержание отчета | |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | | 1 | **Содержание** | | |  | | 2 | **Введение** | | | **4** | | 3 | **Методологическая часть** | | | **5** | |  | 3.1 | *Описание типа исследования* | | *5* | |  | 3.2 | *Объект исследования* | | *5* | |  | 3.3 | *Цели и задачи исследования* | | *5* | |  | 3.4 | *География исследования* | | *5* | |  | 3.5 | *Время проведения исследования* | | *5* | |  | 3.6 | *Методы сбора данных* | | *6* | | 4 | **Макроэкономические факторы, влияющие на Рынок** | | | **7** | |  | 4.1 | *Общая экономическая ситуация* | | *7* | | 5 | **Описание влияющих Рынков** | | | **15** | |  | 5.1 | *Основные показатели российского производства* | | *15* | |  | 5.2 | *Динамика развития рынка. Объем и темпы роста* | | *16* | |  |  | 5.2.1 | Объем рынка | 16 | |  | 5.3 | *Прогноз развития рынка до 2020 года* | | *18* | | 6 | **Сегментация рынка** | | | **20** | |  | 6.1 | *Основные определения* | | *20* | |  | 6.2 | *Сегментирование аптек по формам собственности* | | *21* | |  |  | 6.2.1 | Сегментирование аптек по видам | 22 | |  |  | 6.2.2 | Сегментирование аптек по принадлежности к сетям | 22 | |  |  | 6.2.3 | Сегментирование по аптек по характеру отпуска | 24 | |  | 6.3 | *Тенденции в различных рыночных сегментах* | | *25* | |  | 6.4 | *Основные принципы ценообразования* | | *26* | |  |  | 6.4.1 | Ценовое сегментирование Продукции | 28 | |  |  | 6.4.2 | Тенденции в ценовых сегментах | 30 | | 7 | **Основные количественные характеристики рынка** | | | **32** | |  | 7.1 | *Динамика развития рынка. Объем и темпы роста* | | *32* | |  |  | 7.1.1 | Объем рынка | 32 | |  | 7.2 | *Прогноз развития рынка до 2020 года* | | *33* | |  | 7.3 | *Влияние сезонности на Рынок* | | *34* | | 8 | **Сбытовая структура Рынка** | | | **36** | |  | 8.1 | *Конкуренция между крупнейшими аптечными сетями.* | | *36* | |  | 8.2 | *Описание профилей основных игроков рынка* | | *43* | | 9 | **Конкурентный анализ** | | | **45** | |  | 9.1 | *Основные компании розничного рынка* | | *45* | |  |  | 9.1.1 | Описание профилей крупнейших компаний | 45 | |  |  | 9.1.2 | Сравнительная характеристика основных розничных компаний на рынке | 52 | |  |  | 9.1.3 | Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими розничными компаниями | 56 | | 10 | **Анализ потребителей** | | | **58** | |  | 10.1 | *Сегментация потребителей* | | *58* | |  | 10.2 | *Потребительские мотивации и поведение при покупке Продукции* | | *60* | | 11 | **Обобщающие выводы по отчету** | | | **62** | |  | 11.1 | *Факторы, влияющие на развитие Рынка* | | *62* | |  |  | 11.1.1 | Step-анализ Рынка | 62 | |  |  | 11.1.2 | Факторы, благоприятствующие развитию Рынка | 63 | |  | 11.2 | *Анализ рисков* | | *63* | |  |  | 11.2.1 | Сдерживающие факторы Рынка/анализ рисков | 63 | |  | 11.3 | *Текущая ситуация и перспективы развития рынка* | | *64* | |
| Количество и названия таблиц, диаграмм, графиков | Диаграмма 1. Динамика ВВП в текущих ценах, 2014-2016 гг. и 2017 – 2019 гг прогноз, трлн. руб.  Диаграмма 2. Темпы роста промышленного производства, 2011-2017 гг. (прогноз), %  Диаграмма 3. Динамика объема инвестиций в основной капитал, 2010-2016 гг., трлн руб., %  Диаграмма 4. Инфляция в 2011-2017 гг. (прогноз), %  Диаграмма 5. Динамика оборота розничной торговли, 2011-2016 гг. и 9 мес. 2017 г., трлн руб.  Диаграмма 6. Среднедушевые денежные доходы населения 2011 – 2016 гг., руб.  Диаграмма 7. Среднедушевые денежные доходы населения январь-сентябрь 2017г. и прогноз до конца года, руб.  Диаграмма 8. Объем и темп роста производства лекарственных средств 2010-2015 гг., млрд. руб., %  Диаграмма 9. Объем производства лекарственных средств в разрезе федеральных округов, 2015 г., %  Диаграмма 10. Объем фармацевтического рынка 2008-2016 гг., млрд. руб., %  Диаграмма 11. Объем фармацевтического рынка в разрезе сегментов 2010-2015 гг., млрд. руб.  Диаграмма 12. Доли аптек по формам собственности в натуральном выражении, 1 пол. 2017 г., %  Диаграмма 13. Доли сегментов аптечных сетей в зависимости от локализации в натуральном выражении, %  Диаграмма 14. Товарооборот на одну аптеку аптечных сетей в зависимости от формы локализации, 3 кв. 2017г., млн. руб.  Диаграмма 15. Доля аптек по категориям от общего количества аптек, 3 кв. 2017г., %  Диаграмма 16. Размер среднего чека в зависимости от товарооборота аптеки 3 кв. 2017г., руб.  Диаграмма 17. Объем розничного коммерческого аптечного рынка 2014-2016 гг., млрд. руб., %  Диаграмма 18. Товарооборот аптек 1-3 кв. 2017г., млрд. руб.  Диаграмма 19. Динамика совокупной доли рынка от общего товарооборота в денежном выражении крупнейших аптечных ритейлеров, %  Диаграмма 20. Распределение аптек по федеральным округам 2016 г., %  Таблица 1. Показатели аптечных сетей в зависимости от формы локализации  Таблица 2. ТОП 20 аптечных сетей 2016 г. и их показатели  Таблица 3. Сравнительная характеристика основных розничных компаний на рынке  Таблица 4. Социально-демографический статус основного потребителя ЛС  Таблица 5. STEP-анализ российского Рынка аптечного ритейла  Таблица 6. Возможные риски, связанные с Рынком аптечного ритейла |
| Способ предоставления отчета (в электронном / печатном виде/ оба) | В печатном/ электронном формате |
| Название файла (если отчет предоставлен в электронном виде) | ГИ аптечные сети 2017.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.**