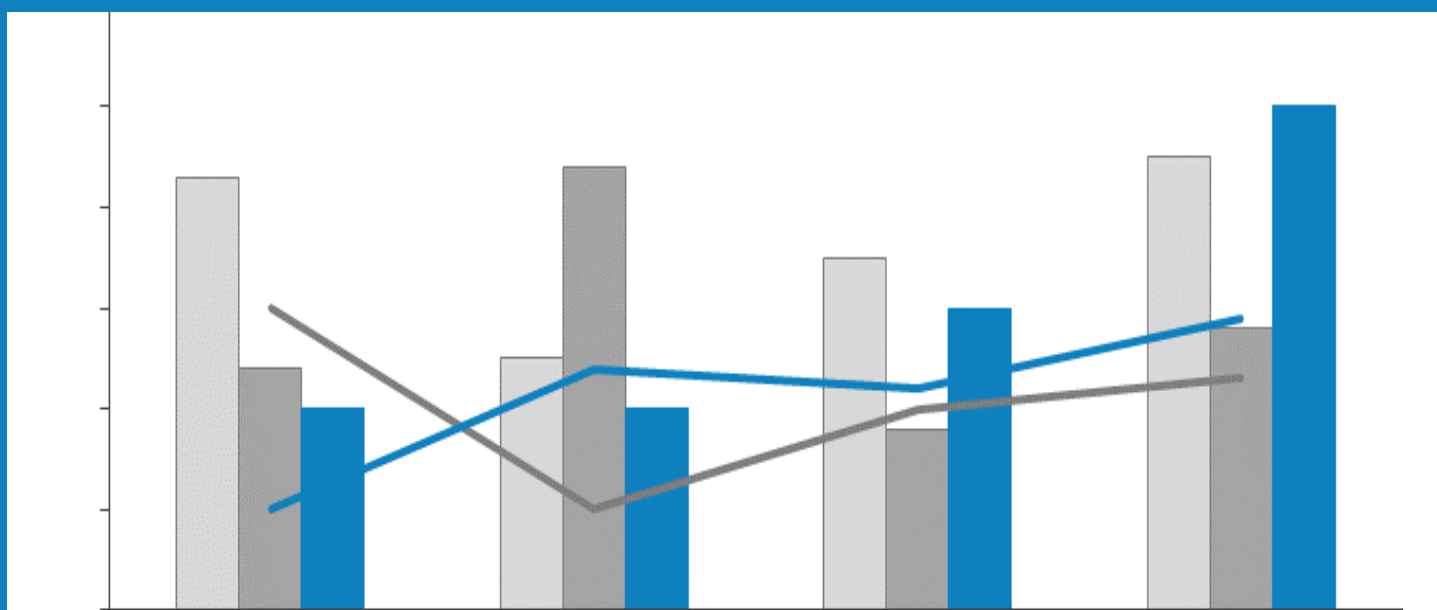




Аналитический отчет DISCOVERY RESEARCH GROUP

Анализ рынка сканеров штрих-кодов в России



Агентство DISCOVERY Research Group было создано в 2005 г. За годы работы нашими клиентами стали тысячи компаний. Со списком клиентов можно ознакомиться тут: <http://www.drgroup.ru/clients.html>

Наши клиенты, в том числе - крупнейшие мировые корпорации, выражают благодарность агентству за проведенные исследования <http://www.drgroup.ru/reviews.html>

Почему маркетинговые исследования выгоднее покупать у нас?

1. Мы используем максимально полный набор источников,

который можно использовать в рамках кабинетного исследования, включая экспертные интервью с игроками рынка, результаты обработки баз данных ФТС РФ, данные ФСГС РФ (Росстата), профильных государственных органов и многие другие виды источников информации.

2. Мы обновляем исследование на момент его приобретения.

Таким образом, вы получаете обзор рынка по состоянию на самый последний момент. Наши отчеты всегда самые свежие на рынке!

3. Мы максимально визуализируем данные

путем формирования таблиц и построения диаграмм. Это позволяет клиентам тратить меньше времени на анализ данных, а также использовать подготовленные нами графики в собственных документах. Естественно, при этом очень много выводов дается в текстовом виде, ведь далеко не всю информацию можно представить в виде таблиц и диаграмм.

4. Все наши отчеты предоставляются клиентам в форматах Word и Excel,

что позволяет Вам в дальнейшем самостоятельно работать с отчетом, используя данные любым способом (изменять, копировать и вставлять в любой документ).

5. Мы осуществляем послепродажную поддержку

Любой клиент после приобретения отчета может связаться с нашим агентством, и мы в кратчайшие сроки предоставим консультацию по теме исследования.

Методология проведения исследований

Одним из направлений работы агентства DISCOVERY Research Group является подготовка *готовых исследований*. Также такие исследования называют *инициативными*, поскольку агентство самостоятельно инициирует их проведение, формулирует тему, цель, задачи, выбирает методологию проведения и после завершения проекта предлагает результаты всем заинтересованным лицам.

Мы проводим исследования рынков России, стран СНГ, Европы, США, некоторых стран Азиатско-Тихоокеанского региона.

Основным предназначением *готовых исследований* является ознакомление участников рынка – брендов, импортеров, дистрибьюторов, клиентов, всех заинтересованных лиц, – с текущей рыночной ситуацией, событиями прошлых периодов и прогнозами на будущее. *Хорошее готовое исследование должно быть логически выстроенным и внутренне непротиворечивым, емким без лишней малоприменимой информации, точным и актуальным, давать возможность быстро получить нужные сведения.*

РЫНОЧНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ

Хорошее готовое исследование должно отражать данные обо всех ключевых рыночных показателях, а значит содержать в себе информацию:

- об объеме, темпе роста и динамике развития производства, импорта и экспорта, и самого рынка;
- о различных сценариях прогноза ключевых показателей рынка в натуральном и стоимостном выражении;
- о структуре потребления;
- об основных сегментах рынка и ключевых отраслях;
- о ключевых тенденциях и перспективах развития рынка в ближайшие несколько лет;
- о ключевых факторах, определяющих текущее состояние и развитие рынка;
- о потребительских свойствах различных товарных групп;
- о рыночных долях основных участников рынка;
- о конкурентной ситуации на рынке;
- о финансово-хозяйственной деятельности участников рынка;
- иногда проводится мониторинг цен и определяется уровень цен на рынке;
- и др.

ИСТОЧНИКИ ИНФОРМАЦИИ

Для того, чтобы клиент получил максимально детальное представление об анализируемом рынке мы используем все доступные источники информации:

1. Базы данных Федеральной Таможенной службы РФ, ФСГС РФ (Росстат).
2. Материалы DataMonitor, EuroMonitor, Eurostat.
3. Печатные и электронные деловые и специализированные издания, аналитические обзоры.
4. Ресурсы сети Интернет в России и мире.
5. Экспертные опросы.
6. Материалы участников отечественного и мирового рынков.
7. Результаты исследований маркетинговых и консалтинговых агентств.
8. Материалы отраслевых учреждений и базы данных.
9. Результаты ценовых мониторингов.
10. Материалы и базы данных статистики ООН (United Nations Statistics Division: Commodity Trade Statistics, Industrial Commodity Statistics, Food and Agriculture Organization и др.).
11. Материалы Международного Валютного Фонда (International Monetary Fund).
12. Материалы Всемирного банка (World Bank).
13. Материалы ВТО (World Trade Organization).
14. Материалы Организации экономического сотрудничества и развития (Organization for Economic Cooperation and Development).
15. Материалы International Trade Centre.
16. Материалы Index Mundi.
17. Результаты исследований DISCOVERY Research Group.

Очевидно, что использование большего числа источников позволяет исследователю, во-первых, собирать максимальный объем доступной информации, дополнять информацию из одних источников информацией из других источников, во-вторых, производить перекрестную проверку получаемых сведений.

Периодические печатные и цифровые СМИ подвержены влиянию участников рынка. При анализе необходимо внимательно сравнивать оценки разных показателей, предоставленных различными игроками. В базах данных ФТС РФ декларанты (импортеры и экспортеры) зачастую занижают импортную и экспортную цены. Кроме этого, многие источники не имеют возможности объективно и полно собирать всю необходимую информацию о рынке. Например, ФСГС РФ (Росстат) ведет учет сведений об объемах выпуска продукции не по всем кодам, существующим в классификаторе кодов ОКПД (общероссийский классификатор продукции по видам экономической деятельности). Следовательно, часть информации приходится получать из дополнительных источников.

В силу вышеназванных причин очень важно использовать максимально широкий круг источников информации.

ОБРАБОТКА БАЗ ДАННЫХ И ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

При этом сбор информации – это лишь полдела. Важно *правильно обработать базы данных и рассчитать значения требующихся показателей*. Для этого нужны высокая квалификация и опыт работы в программах Access, Excel, SPSS. Наши специалисты обладают этими качествами.

Кроме того, за годы работы специалистами агентства DISCOVERY Research Group разработаны *собственное специальное программное обеспечение и алгоритмы обработки различных баз данных*, в т.ч. баз данных ФТС РФ. Это позволяет производить более точные расчеты за меньший период времени, экономя тем самым деньги Клиента. *При желании вы можете ознакомиться с ними.*

Наши Клиенты получают возможность оперировать более точными оценками всевозможных рыночных показателей, более обоснованно оценивать позиции своей компании, прогнозировать объемы собственных продаж и продаж конкурентов!!!

Этот отчет был подготовлен **DISCOVERY Research Group** исключительно в целях информации. **DISCOVERY Research Group** не гарантирует точности и полноты всех сведений, содержащихся в отчете, поскольку в некоторых источниках приведенные сведения могли быть случайно или намеренно искажены. Информация, представленная в этом отчете, не должна быть истолкована, прямо или косвенно, как информация, содержащая рекомендации по дальнейшим действиям по ведению бизнеса. Все мнение и оценки, содержащиеся в данном отчете, отражают мнение авторов на день публикации и могут быть изменены без предупреждения.

DISCOVERY Research Group не несет ответственности за какие-либо убытки или ущерб, возникшие в результате использования любой третьей стороной информации, содержащейся в данном отчете, включая опубликованные мнения или заключения, а также за последствия, вызванные неполнотой представленной информации. Информация, представленная в настоящем отчете, получена из открытых источников. Дополнительная информация может быть представлена по запросу.

Этот документ или любая его часть не может распространяться без письменного разрешения **DISCOVERY Research Group** либо тиражироваться любыми способами.

ВАЖНО!

Задачи, поставленные и решаемые в настоящем отчете, являются общими и не могут рассматриваться как комплексное исследование рынка того или иного товара или услуги. Для решения специфических задач необходимо проведение Ad hoc исследования, которое в полной мере будет соответствовать потребностям бизнеса.

Основное направление деятельности **DISCOVERY Research Group** – проведение маркетинговых исследований полного цикла в Москве и регионах России, а также выполнение отдельных видов работ на разных этапах реализации исследовательского проекта.

Также **DISCOVERY Research Group** в интересах Заказчика разрабатывает и реализует PR-кампании, проводит конкурентную разведку с привлечением соответствующих ресурсов.

Специалисты агентства обладают обширными знаниями в маркетинге, методологии, методике и технике маркетинговых и социологических исследований, экономике, математической статистике и анализе данных.

Специалисты агентства являются экспертами и авторами статей в известных деловых и специализированных изданиях, среди которых Коммерсантъ, Ведомости, Эксперт РБК, Профиль и ряд других.

Агентство **DISCOVERY Research Group** является партнером РИА «РосБизнесКонсалтинг» и многих других Интернет-площадок по продаже отчетов готовых исследований.

Содержание

Список таблиц и диаграмм	10
Таблицы:	10
Диаграммы:	11
Резюме	13
Глава 1. Методология исследования	14
Объект исследования	14
Цель исследования	14
Задачи исследования.....	14
Метод сбора и анализа данных.....	14
Источники получения информации	15
Объем и структура выборки.....	15
Глава 2. Классификация и основные характеристики сканеров штрих-кодов	17
Описание и основные характеристики	17
Классификация	17
<i>По устройству.....</i>	<i>17</i>
<i>По типу исполнения</i>	<i>17</i>
Глава 3. Объем и темпы роста рынка сканеров штрих-кодов в России	18
Объем и темпы роста рынка	18
Сегмент «1D технология»	21
Сегмент «2D технология»	27
Глава 4. Объем и темпы производства сканеров штрих-кодов в России	28
Глава 5. Импорт сканеров штрих-кодов в Россию и экспорт сканеров штрих-кодов из России	29
Импорт по сегментам	29
Сегмент «1D технология»	32
Импорт по брендам	32
Импорт по брендам и группам.....	36
Сегмент «2D технология»	44
Импорт по брендам	44
Импорт по брендам и группам.....	48
Экспорт по сегментам.....	57
Сегмент «1D технология»	58
Экспорт по брендам.....	58
Экспорт по брендам и группам	58

Сегмент «2D технология»	58
Экспорт по брендам.....	58
Экспорт по брендам и группам	58
Глава 6. Основные события, тенденции и перспективы развития рынка сканеров штрих-кодов в России	58
ЕГАИС - единая государственная автоматизированная информационная система.....	59
Маркировка лекарственных препаратов.....	59
ЕГАИС для табака	59
Маркировка обуви	59
Маркировка велосипедов	59
Корпорация HONEYWELL повышает локализацию в России.....	59
Глава 7. Финансово-хозяйственная деятельность и планы развития ключевых игроков рынка сканеров штрих-кодов	59
HONEYWELL.....	60
ZEBRA (MOTOROLA, SYMBOL).....	65
DATALOGIC	65
CIPHERLAB	65
АТОЛ.....	65

Список таблиц и диаграмм

Отчет содержит 28 таблиц и 34 диаграммы.

Таблицы:

Таблица 1. Объем импорта, экспорта, производства и рынка сканеров штрих-кодов в России, шт.

Таблица 2. Объем импорта, экспорта, производства и рынка сканеров штрих-кодов в России, \$.

Таблица 3. Объем сегмента «1D технология» рынка сканеров штрих-кодов в России по брендам, шт.

Таблица 4. Объем сегмента «1D технология» рынка сканеров штрих-кодов в России по брендам, тыс. \$.

Таблица 5. Объем сегмента «2D технология» рынка сканеров штрих-кодов в России по брендам, шт.

Таблица 6. Объем сегмента «2D технология» рынка сканеров штрих-кодов в России по брендам, тыс. \$.

Таблица 7. Объем производства сканеров штрих-кодов по брендам и субъектам федерации в России, шт.

Таблица 8. Объем производства сканеров штрих-кодов по брендам и субъектам федерации в России, тыс. \$.

Таблица 9. Объем импорта сканеров штрих-кодов по сегментам в Россию, шт.

Таблица 10. Объем импорта сканеров штрих-кодов по сегментам в Россию, \$.

Таблица 11. Объем импорта сканеров штрих-кодов сегмента «1D технология» в Россию по брендам, шт.

Таблица 12. Объем импорта сканеров штрих-кодов сегмента «1D технология» в Россию по брендам, тыс.\$.

Таблица 13. Объем импорта сканеров штрих-кодов сегмента «1D технология» в Россию по брендам и группам, шт.

Таблица 14. Объем импорта сканеров штрих-кодов сегмента «1D технология» в Россию по брендам и группам, тыс.\$.

Таблица 15. Объем импорта сканеров штрих-кодов сегмента «2D технология» в Россию по брендам, шт.

Таблица 16. Объем импорта сканеров штрих-кодов сегмента «2D технология» в Россию по брендам, тыс.\$.

Таблица 17. Объем импорта сканеров штрих-кодов сегмента «2D технология» в Россию по брендам и группам, шт.

Таблица 18. Объем импорта сканеров штрих-кодов сегмента «2D технология» в Россию по брендам и группам, тыс.\$.

Таблица 19. Объем экспорта сканеров штрих-кодов по сегментам из России, шт.

Таблица 20. Объем экспорта сканеров штрих-кодов по сегментам из России, \$.

Таблица 21. Объем экспорта сканеров штрих-кодов сегмента «1D технология» из России по брендам, шт.

Таблица 22. Объем экспорта сканеров штрих-кодов сегмента «1D технология» из России по брендам, тыс.\$.

Таблица 23. Объем экспорта сканеров штрих-кодов сегмента «1D технология» из России по брендам и группам, шт.

Таблица 24. Объем экспорта сканеров штрих-кодов сегмента «1D технология» из России по брендам и группам, тыс.\$.

Таблица 25. Объем экспорта сканеров штрих-кодов сегмента «2D технология» из России по брендам, шт.

Таблица 26. Объем экспорта сканеров штрих-кодов сегмента «2D технология» из России по брендам, тыс.\$.

Таблица 27. Объем экспорта сканеров штрих-кодов сегмента «2D технология» из России по брендам и группам, шт.

Таблица 28. Объем экспорта сканеров штрих-кодов сегмента «2D технология» из России по брендам и группам, тыс.\$.

Диаграммы:

Диаграмма 1. Темпы прироста объемов производства, импорта и экспорта рынка сканеров штрих-кодов в России в натуральном выражении, %.

Диаграмма 2. Темпы прироста объемов производства, импорта и экспорта рынка сканеров штрих-кодов в России в стоимостном выражении, %.

Диаграмма 3. Доли брендов сегмента «1D технология» рынка сканеров штрих-кодов в России, % от объема рынка в натуральном выражении.

Диаграмма 4. Доли сегмента «1D технология» брендов рынка сканеров штрих-кодов в России, % от объема рынка в стоимостном выражении.

Диаграмма 5. Доли брендов сегмента «2D технология» рынка сканеров штрих-кодов в России, % от объема рынка в натуральном выражении.

Диаграмма 6. Доли сегмента «2D технология» брендов рынка сканеров штрих-кодов в России, % от объема рынка в стоимостном выражении.

Диаграмма 7. Объем и темп прироста импорта сканеров штрих-кодов в Россию, шт.

Диаграмма 8. Объем и темп прироста импорта сканеров штрих-кодов в Россию, \$.

Диаграмма 9. Доли брендов в объеме импорта сканеров штрих-кодов сегмента «1D технология» в Россию, % от натурального объема.

Диаграмма 10. Доли брендов в объеме импорта сканеров штрих-кодов сегмента «1D технология» в Россию, % от стоимостного объема.

Диаграмма 11. Доли брендов в объеме импорта ручных (мобильных, портативных) сканеров штрих-кодов сегмента «1D технология» в Россию, % от натурального объема.

Диаграмма 12. Доли брендов в объеме импорта стационарных сканеров штрих-кодов сегмента «1D технология» в Россию, % от натурального объема.

Диаграмма 13. Доли брендов в объеме импорта ручных (мобильных, портативных) сканеров штрих-кодов сегмента «1D технология» в Россию, % от стоимостного объема.

Диаграмма 14. Доли брендов в объеме импорта стационарных сканеров штрих-кодов сегмента «1D технология» в Россию, % от стоимостного объема.

Диаграмма 15. Доли брендов в объеме импорта сканеров штрих-кодов сегмента «2D технология» в Россию, % от натурального объема.

Диаграмма 16. Доли брендов в объеме импорта сканеров штрих-кодов сегмента «2D технология» в Россию, % от стоимостного объема.

Диаграмма 17. Доли брендов в объеме импорта встраиваемых сканеров штрих-кодов сегмента «2D технология» в Россию, % от натурального объема.

Диаграмма 18. Доли брендов в объеме импорта ручных (мобильных, портативных) сканеров штрих-кодов сегмента «2D технология» в Россию, % от натурального объема.

Диаграмма 19. Доли брендов в объеме импорта стационарных сканеров штрих-кодов сегмента «2D технология» в Россию, % от натурального объема.

Диаграмма 20. Доли брендов в объеме импорта встраиваемых сканеров штрих-кодов сегмента «2D технология» в Россию, % от стоимостного объема.

Диаграмма 21. Доли брендов в объеме импорта ручных (мобильных, портативных) сканеров штрих-кодов сегмента «2D технология» в Россию, % от стоимостного объема.

Диаграмма 22. Доли брендов в объеме импорта стационарных сканеров штрих-кодов сегмента «2D технология» в Россию, % от стоимостного объема.

Диаграмма 23. Объем и темп прироста экспорта сканеров штрих-кодов из России, шт.

Диаграмма 24. Объем и темп прироста экспорта сканеров штрих-кодов из России, \$.

Диаграмма 25. Доли брендов в объеме экспорта сканеров штрих-кодов сегмента «1D технология» из России, % от натурального объема.

Диаграмма 26. Доли брендов в объеме экспорта сканеров штрих-кодов сегмента «1D технология» из России, % от стоимостного объема.

Диаграмма 27. Доли брендов в объеме экспорта ручных (мобильных, портативных) сканеров штрих-кодов сегмента «1D технология» из России, % от натурального объема.

Диаграмма 28. Доли брендов в объеме экспорта ручных (мобильных, портативных) сканеров штрих-кодов сегмента «1D технология» из России, % от стоимостного объема.

Диаграмма 29. Доли брендов в объеме экспорта сканеров штрих-кодов сегмента «2D технология» из России, % от натурального объема.

Диаграмма 30. Доли брендов в объеме экспорта сканеров штрих-кодов сегмента «2D технология» из России, % от стоимостного объема.

Диаграмма 31. Доли брендов в объеме экспорта ручных (мобильных, портативных) сканеров штрих-кодов сегмента «2D технология» из России, % от натурального объема.

Диаграмма 32. Доли брендов в объеме экспорта стационарных сканеров штрих-кодов сегмента «2D технология» из России, % от натурального объема.

Диаграмма 33. Доли брендов в объеме экспорта ручных (мобильных, портативных) сканеров штрих-кодов сегмента «2D технология» из России, % от стоимостного объема.

Диаграмма 34. Доли брендов в объеме экспорта стационарных сканеров штрих-кодов сегмента «2D технология» из России, % от стоимостного объема.

Резюме

Агентство маркетинговых исследований DISCOVERY Research Group завершило исследование рынка сканеров штрих-кодов в России.

Сканер штрих-кода — это устройство, которое считывает штрих-код, нанесённый на упаковку товара, и передаёт эту информацию в компьютер, кассовые аппараты, POS-терминалы.

Рынок сканеров штрих-кодов представлен двумя сегментами:

- 1D технология;
- 2D технология или имиджевые

По типу исполнения выделяю:

- Ручные(мобильные или портативные);
- Стационарные;
- Встраиваемые.

Объем рынка сканеров штрих-кодов в России 2019 г. составил 681 951 шт. Наибольшую долю рынка в 2019 г. занял сегмент «2D технология» или имиджевые сканеры штрих-кодов. Что касается типа исполнения, наиболее востребованы ручные сканеры штрих-кодов.

В 2019 г. корпорация HONEYWELL открыла завод в Липецкой области. На заводе будут производить продукцию для систем автоматизации, пожарной и промышленной безопасности, защиты персонала и автоматической идентификации.

Объем импорта сканеров штрих-кодов в Россию в 2019 г. составил \$ 44 796,2 тыс. Наибольшую долю импорта сканеров штрих-кодов в 2019 г. заняли бренды: HONEYWELL, MOTOROLA/SYMBOL/ZEBRA, DATALOGIC и MINDEO.

Объем экспорта сканеров штрих-кодов из России в 2019 г. составил \$ 1 433,8 тыс.

Глава 1. Методология исследования

Объект исследования

Рынок сканеров штрих-кодов в России.

Цель исследования

Текущее состояние и перспективы развития рынка сканеров штрих-кодов.

Задачи исследования

1. Классификация и основные характеристики сканеров штрих-кодов.
2. Объем, темпы роста и динамика развития рынка сканеров штрих-кодов в России.
3. Объем импорта сканеров штрих-кодов в Россию и экспорта сканеров штрих-кодов из России.
4. Рыночные доли брендов сканеров штрих-кодов в России.
5. Конкурентная ситуация на рынке сканеров штрих-кодов в России.
6. Основные события, тенденции и перспективы развития рынка сканеров штрих-кодов в России.
7. Финансово-хозяйственную деятельность участников рынка сканеров штрих-кодов.

Метод сбора и анализа данных

Основным методом сбора данных является мониторинг документов.

В качестве основных методов анализа данных выступают так называемые (1) Традиционный (качественный) контент-анализ интервью и документов и (2) Квантитативный (количественный) анализ с применением пакетов программ, к которым имеет доступ наше агентство.

Контент-анализ выполняется в рамках проведения Desk Research (кабинетное исследование). В общем виде целью кабинетного исследования является проанализировать ситуацию на рынке сканеров штрих-кодов и получить (рассчитать) показатели, характеризующие его состояние в настоящее время и в будущем.

Источники получения информации

1. Базы данных Федеральной Таможенной службы РФ, ФСГС РФ (Росстат).
2. Материалы DataMonitor, EuroMonitor, Eurostat.
3. Печатные и электронные деловые и специализированные издания, аналитические обзоры.
4. Ресурсы сети Интернет в России и мире.
5. Экспертные опросы.
6. Материалы участников отечественного и мирового рынков.
7. Результаты исследований маркетинговых и консалтинговых агентств.
8. Материалы отраслевых учреждений и базы данных.
9. Результаты ценовых мониторингов.
10. Материалы и базы данных статистики ООН (United Nations Statistics Division: Commodity Trade Statistics, Industrial Commodity Statistics, Food and Agriculture Organization и др.).
11. Материалы Международного Валютного Фонда (International Monetary Fund).
12. Материалы Всемирного банка (World Bank).
13. Материалы ВТО (World Trade Organization).
14. Материалы Организации экономического сотрудничества и развития (Organization for Economic Cooperation and Development).
15. Материалы International Trade Centre.
16. Материалы Index Mundi.
17. Результаты исследований DISCOVERY Research Group.

Объем и структура выборки

Процедура контент-анализа документов не предполагает расчета объема выборочной совокупности. Обработке и анализу подлежат все доступные исследователю документы.

К отчету прилагается обработанная и пригодная к дальнейшему использованию **база данных с подробной информацией об импорте в Россию и экспорте из России сканеров штрих-кодов**. База включает в себя большое число различных показателей:

1. Категория продукта
2. Группа продукта
3. Производитель

4. Бренд
5. Год импорта/экспорта
6. Месяц импорта/экспорта
7. Компании получатели и отправители товара
8. Страны получатели, отправители и производители товара
9. Объем импорта и экспорта в натуральном выражении
10. Объем импорта и экспорта в стоимостном выражении

Содержащиеся в базе данных сведения позволят Вам самостоятельно выполнить любые требующиеся запросы, которые не включены в отчет.

Глава 2. Классификация и основные характеристики сканеров штрих-кодов

Описание и основные характеристики

Сканер штрих-кода — это устройство, которое считывает штрих-код, нанесённый на упаковку товара, и передаёт эту информацию в компьютер, кассовые аппараты, POS-терминалы.

Штрих-код, несущий в себе информацию для идентификации товара, наносится на упаковку товара при производстве изготовителем либо печатается при помощи специализированного принтера — принтера этикеток и считывается сканером.

.....

Классификация

По устройству

- светодиодные, излучающим элементом является светодиод, считывающим — ПЗС-матрица. Эти сканеры самые дешёвые и очень надёжные, но имеют небольшую дальность считывания, штрихкод надо подносить почти вплотную.
-
-

По типу исполнения

- ручные, которые оператор подносит к считываемому штрих-коду;
- стационарные,
- Встраиваемые.

Одной из важных характеристик сканера является его разрешение, от него зависят размеры считываемых штрихкодов. Некоторые модели сканеров обладают улучшенными возможностями для считывания повреждённых штрихкодов.

Глава 3. Объем и темпы роста рынка сканеров штрих-кодов в России

Объем и темпы роста рынка

Объем рынка рассчитан по формуле видимого потребления (импорт + производство – экспорт = объем рынка). Для расчета объема производства использовались официальные данные ФСГС РФ, а также данные компаний-брендов. Для расчета объемов импорта и экспорта использовались базы данных ФТС РФ (с последующей обработкой на уровне товарных категорий, групп, брендов и брендов).

Показатели объема рынка и производства рассчитаны в ценах брендов изучаемых в исследовании периодов времени (год, полугодие, квартал или месяц). Все цены выражены в долларах США.

Показатели объема импорта и экспорта рассчитаны в ценах ФТС РФ в долларах США (в ценах поставки товаров по информации в декларациях)

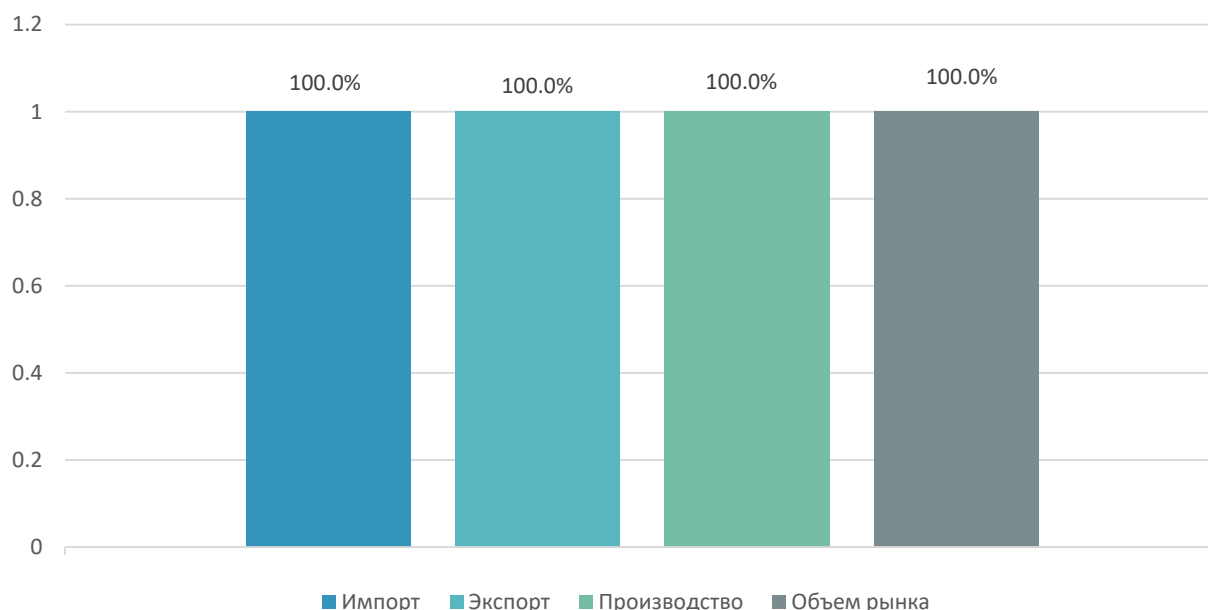
Согласно расчетам аналитиков DISCOVERY Research Group, объем рынка сканеров штрих-кодов в России в 2018 г. составил шт. В 2019 г. этот показатель был равен шт. Темп прироста в 2019 г. составил % от натурального объема рынка.

Таблица 1. Объем импорта, экспорта, производства и рынка сканеров штрих-кодов в России в 2016-2019 гг., шт.

Показатель	Сегмент	2016	2017	2018	2019
Импорт	1D технология				
	2D технология				
	Итого				
Экспорт	1D технология				
	2D технология				
	Итого				
Производство	1D технология				
	2D технология				
	Итого				
Рынок	1D технология				
	2D технология				
	Итого				
Темп прироста					

Источник: расчеты Discovery Research Group.

Диаграмма 1. Темпы прироста объемов производства, импорта и экспорта рынка сканеров штрих-кодов в России в 2019 г. в натуральном выражении, %.



Источник: расчеты Discovery Research Group.

Согласно расчетам аналитиков DISCOVERY Research Group, объем рынка сканеров штрих-кодов в России в 2018 г. \$ тыс. В 2019 г. этот показатель был \$ тыс.

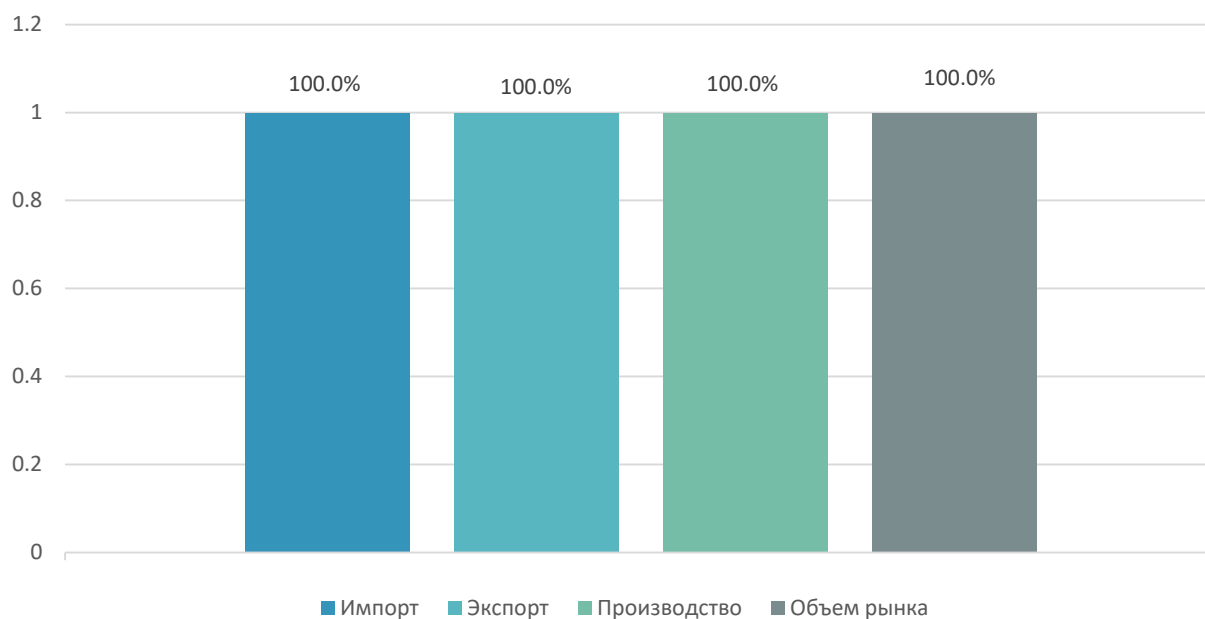
Темп прироста в 2019 г. составил % от стоимостного объема рынка.

Таблица 2. Объем импорта, экспорта, производства и рынка сканеров штрих-кодов в России в 2016-2019 гг., \$.

Показатель	Сегмент	2016	2017	2018	2019
Импорт	1D технология				
	2D технология				
	Итого				
Экспорт	1D технология				
	2D технология				
	Итого				
Производство	1D технология				
	2D технология				
	Итого				
Рынок	1D технология				
	2D технология				
	Итого				
Темп прироста					

Источник: расчеты Discovery Research Group.

Диаграмма 2. Темпы прироста объемов производства, импорта и экспорта рынка сканеров штрих-кодов в России в 2019 г. в стоимостном выражении, %.



Источник: расчеты Discovery Research Group

Сегмент «1D технология»

Наибольшую долю сегмента «1D технология» рынка сканеров штрих-кодов в 2019 г. занял бренд Его доля составила % натуральном выражении. На втором месте бренд с %. Также в тройку лидеров входит бренд Доля этого бренда в 2019 г. составила % в натуральном выражении.

Наибольшую долю сегмента «1D технология» рынка сканеров штрих-кодов в 2019 г. занял бренд Его доля составила % стоимостном выражении. На втором месте бренд с %. Также в тройку лидеров входит производитель Доля этого бренда в 2019 г. составила % в стоимостном выражении.

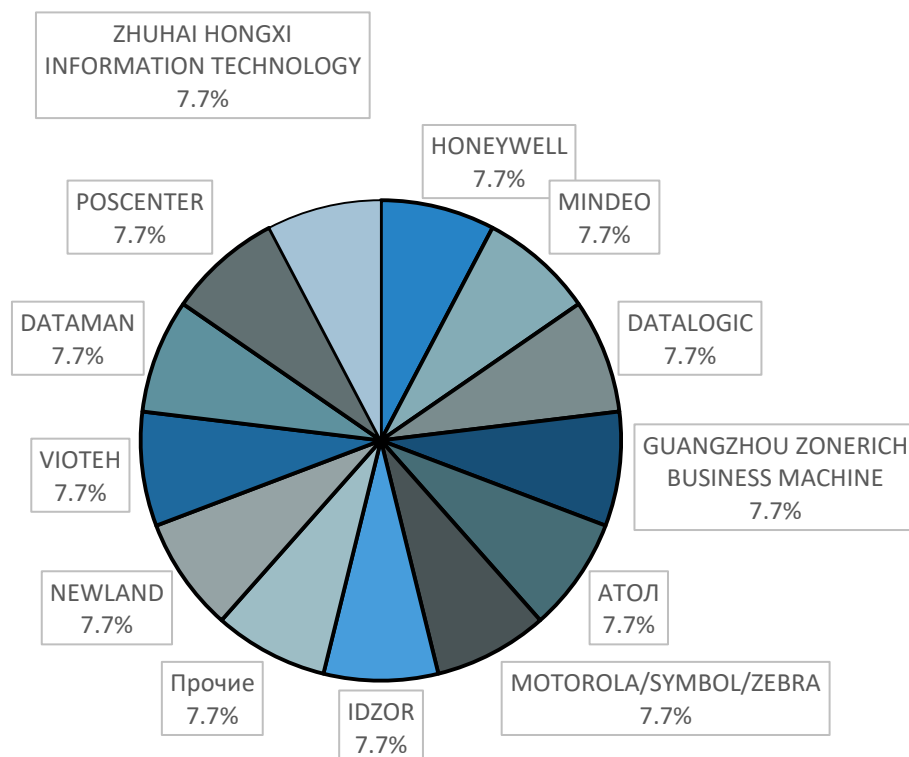
Таблица 3. Объем сегмента «1D технология» рынка сканеров штрих-кодов в России по брендам в 2016-2019 гг., шт.

Бренд	2016				2017				2018				2019			
	ИМ	ЭК	ПР-ВО	РЫНОК	ИМ	ЭК	ПР-ВО	РЫНОК	ИМ	ЭК	ПР-ВО	РЫНОК	ИМ	ЭК	ПР-ВО	РЫНОК
ARGOX																
CHAMPTEK																
CIPHERLAB																
COGNEX																
DATALOGIC																
DATAMAN																
DATECS																
GEMS PVT																
GUANGZHOU SHANGCHEN ELECTRONIC																
GUANGZHOU ZONERICH BUSINESS MACHINE																
HERMOS																
HONEYWELL																

IDZOR																
MERCURY																
MINDEO																
MOTOROLA/SYMBOL/ZEBRA																
NCR																
NEWLAND																
OPTICON																
POSCENTER																
POSTIS																
SICK																
Итого:																

Источник: расчеты Discovery Research Group.

Диаграмма 3. Доли брендов сегмента «1D технология» рынка сканеров штрих-кодов в России в 2019 г., % от объема рынка в натуральном выражении.



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group.

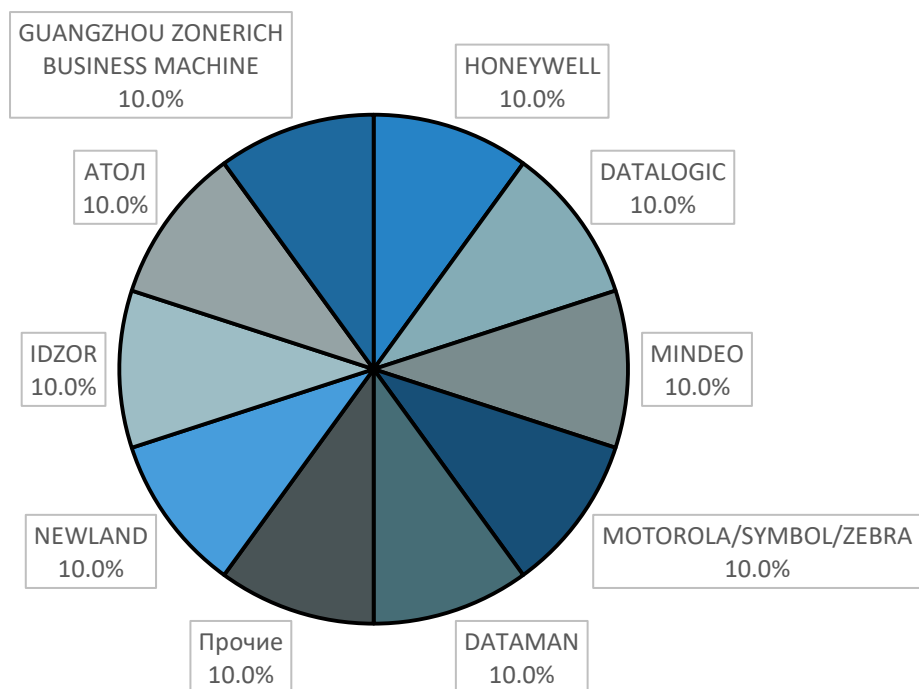
Таблица 4. Объем сегмента «1D технология» рынка сканеров штрих-кодов в России по брендам в 2016-2019 гг., тыс. \$.

Бренд	2016				2017				2018				2019			
	ИМ	ЭК	ПР-ВО	РЫНО К	ИМ	ЭК	ПР-ВО	РЫНО К	ИМ	ЭК	ПР-ВО	РЫНО К	ИМ	ЭК	ПР-ВО	РЫНО К
ARGOX																
CHAMPTEK																
CIPHERLAB																
COGNEX																
DATALOGIC																
DATAMAN																
DATECS																
GEMS PVT																
GUANGZHOU SHANGCHEN ELECTRONIC																
GUANGZHOU ZONERICH BUSINESS MACHINE																
HERMOS																
HONEYWELL																
IDZOR																
MERCURY																
MINDEO																
MOTOROLA/SYMBOL/ZEBRA																
NCR																
NEWLAND																
OPTICON																
POSCENTER																
POSTIS																
SICK																
SYSMEX																
UROVO																
VIOTEH																

WINCOR NIXDORF																
Итого:																

Источник: расчеты Discovery Research Group.

Диаграмма 4. Доли сегмента «1D технология» брендов рынка сканеров штрих-кодов в России в 2019 г., % от объема рынка в стоимостном выражении.



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group.

Сегмент «2D технология»

.....

Глава 4. Объем и темпы производства сканеров штрих-кодов в России

Согласно расчетам аналитиков DISCOVERY Research Group, объем производства сканеров штрих-кодов в 2019 г. объем производства сканеров штрих-кодов составил шт. или \$ тыс.

.....

Таблица 5. Объем производства сканеров штрих-кодов по брендам и субъектам федерации в России в 2016-2019 гг., шт.

Производитель	Бренд	СФ	2016	2017	2018	2019

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group.

Таблица 6. Объем производства сканеров штрих-кодов по брендам и субъектам федерации в России в 2016-2019 гг., тыс. \$.

Производитель	Бренд	СФ	2016	2017	2018	2019

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group.

Глава 5. Импорт сканеров штрих-кодов в Россию и экспорт сканеров штрих-кодов из России

Импорт по сегментам

Согласно расчетам аналитиков DISCOVERY Research Group, объем импорта сканеров штрих-кодов в Россию в 2018 г. составил шт. В 2017 г. этот показатель был равен шт. В 2019 г. объем импорта сканеров штрих-кодов составил шт.

В 2019 г. темп прироста составил % натурального объема импорта.

Наибольшую долю в импорте занимает Доля этого сегмента в 2019 г. составила % в натуральном выражении.

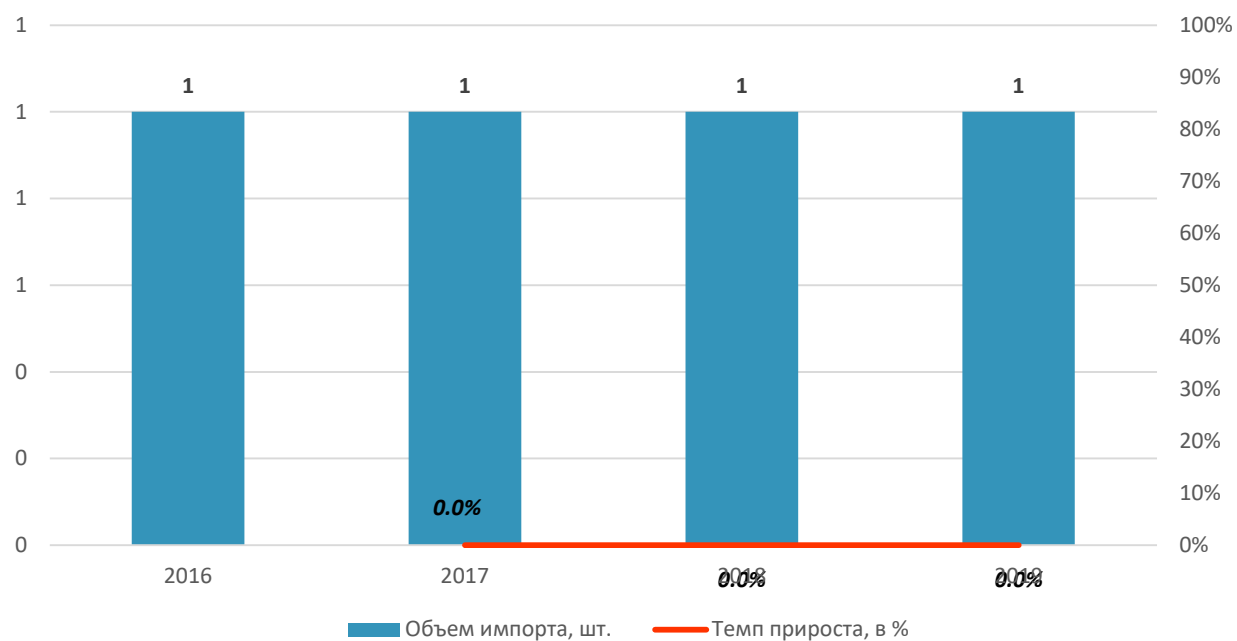
Что касается типа исполнения, наиболее востребованы сканеры штрих-кодов. Доля этой группы в 2019 г. составила % от общего объема импорта в натуральном выражении.

Таблица 7. Объем импорта сканеров штрих-кодов по сегментам в Россию в 2016-2019 гг., шт.

Сегмент	Группа	2016	2017	2018	2019
1D технология	Встраиваемый				
	Ручной (портативный, мобильный)				
	Стационарный				
1D технология Итог					
2D технология	Встраиваемый				
	Ручной (портативный, мобильный)				
	Стационарный				
2D технология Итог					
Итог					

Источник: расчеты Discovery Research Group по данным ФТС РФ.

Диаграмма 5. Объем и темп прироста импорта сканеров штрих-кодов в Россию в 2016-2019 гг., шт.



Источник: расчеты Discovery Research Group по данным ФТС РФ.

Объем импорта сканеров штрих-кодов в 2018 г. составил \$ тыс. В 2017 г. этот показатель был равен \$ тыс. В 2019 г. объем импорта сканеров штрих-кодов составил \$ тыс.

В 2019 г. темп прироста составил % стоимостного объема импорта.

Наибольшую долю в импорте занимает сегмент «.....». Доля этого сегмента в 2019 г. составила % в натуральном выражении.

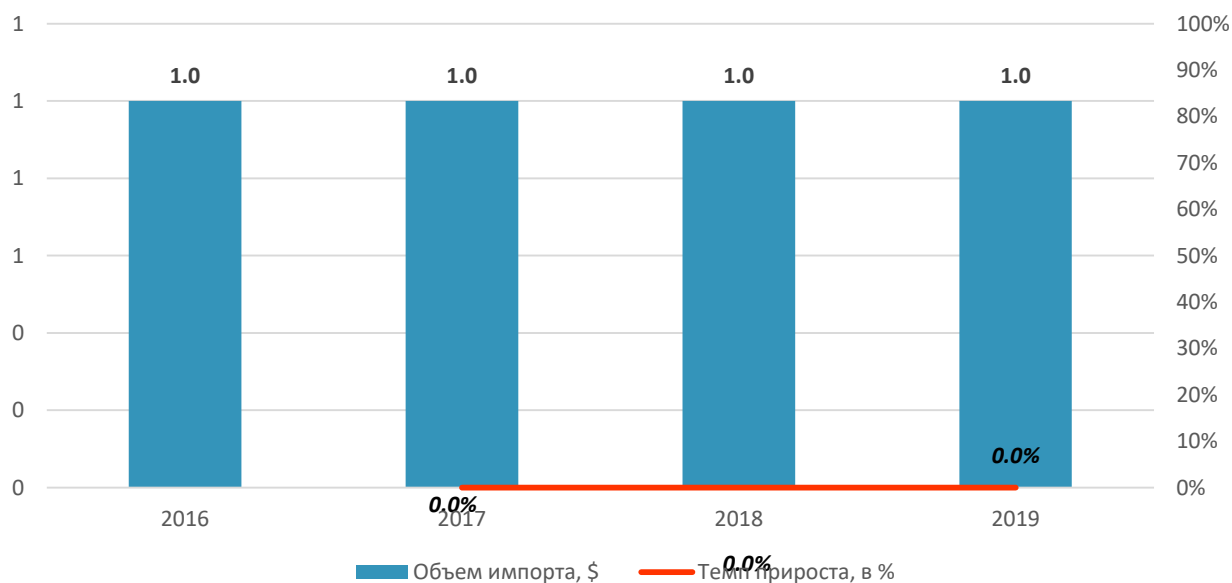
Что касается типа исполнения, наиболее востребованы сканеры штрих-кодов. Доля этой группы в 2019 г. составила % от общего объема импорта в натуральном выражении.

Таблица 8. Объем импорта сканеров штрих-кодов по сегментам в Россию в 2016-2019 гг., \$.

Сегмент	Группа	2016	2017	2018	2019
1D технология	Встраиваемый				
	Ручной (портативный, мобильный)				
	Стационарный				
1D технология Итого					
2D технология	Встраиваемый				
	Ручной (портативный, мобильный)				
	Стационарный				
2D технология Итого					
Итого					

Источник: расчеты Discovery Research Group по данным ФТС РФ.

Диаграмма 6. Объем и темп прироста импорта сканеров штрих-кодов в Россию в 2016-2019 гг., \$.



Источник: расчеты Discovery Research Group по данным ФТС РФ.

Сегмент «1D технология»

Импорт по брендам

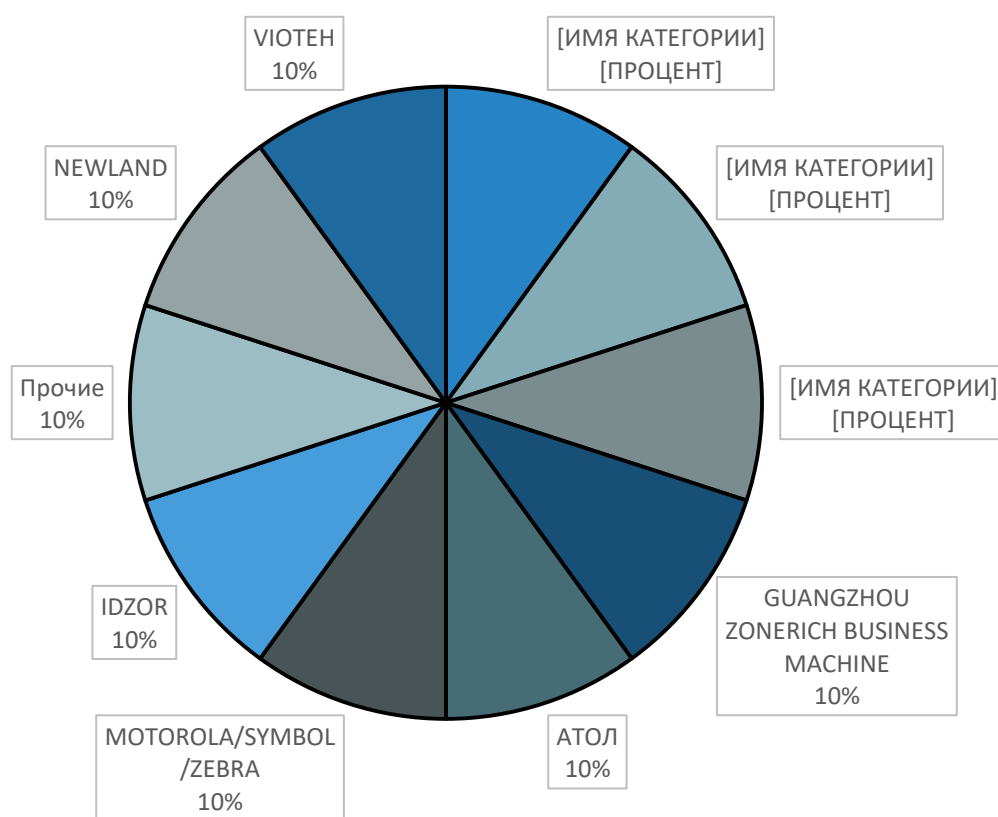
Таблица 9. Объем импорта сканеров штрих-кодов сегмента «1D технология» в Россию в 2016-2019 гг. по брендам, шт.

Бренд	2016	2017	2018	2019
ARGOX				
CHAMPTEK				
CIPHERLAB				
COGNEX				
DATALOGIC				
DATAMAN				
DATECS				
GEMS PVT				
GUANGZHOU SHANGCHEN ELECTRONIC				
GUANGZHOU ZONERICH BUSINESS MACHINE				
HERMOS				
HONEYWELL				
IDZOR				
MERCURY				
MINDEO				
MOTOROLA/SYMBOL/ZEBRA				
NCR				
NEWLAND				
OPTICON				
POSCENTER				
Итого:				

Источник: расчеты Discovery Research Group по данным ФТС РФ.

Наибольшую долю импорта сканеров штрих-кодов сегмента «1D технология» в натуральном выражении в 2019 г. занял бренд Его доля составила % от натурального объема. На втором месте с %. Также в тройку лидеров входит бренд Доля этого бренда в 2019 г. составила % в натуральном выражении.

Диаграмма 7. Доли брендов в объеме импорта сканеров штрих-кодов сегмента «1D технология» в Россию в 2019 г., % от натурального объема.



Источник: расчеты Discovery Research Group по данным ФТС РФ.

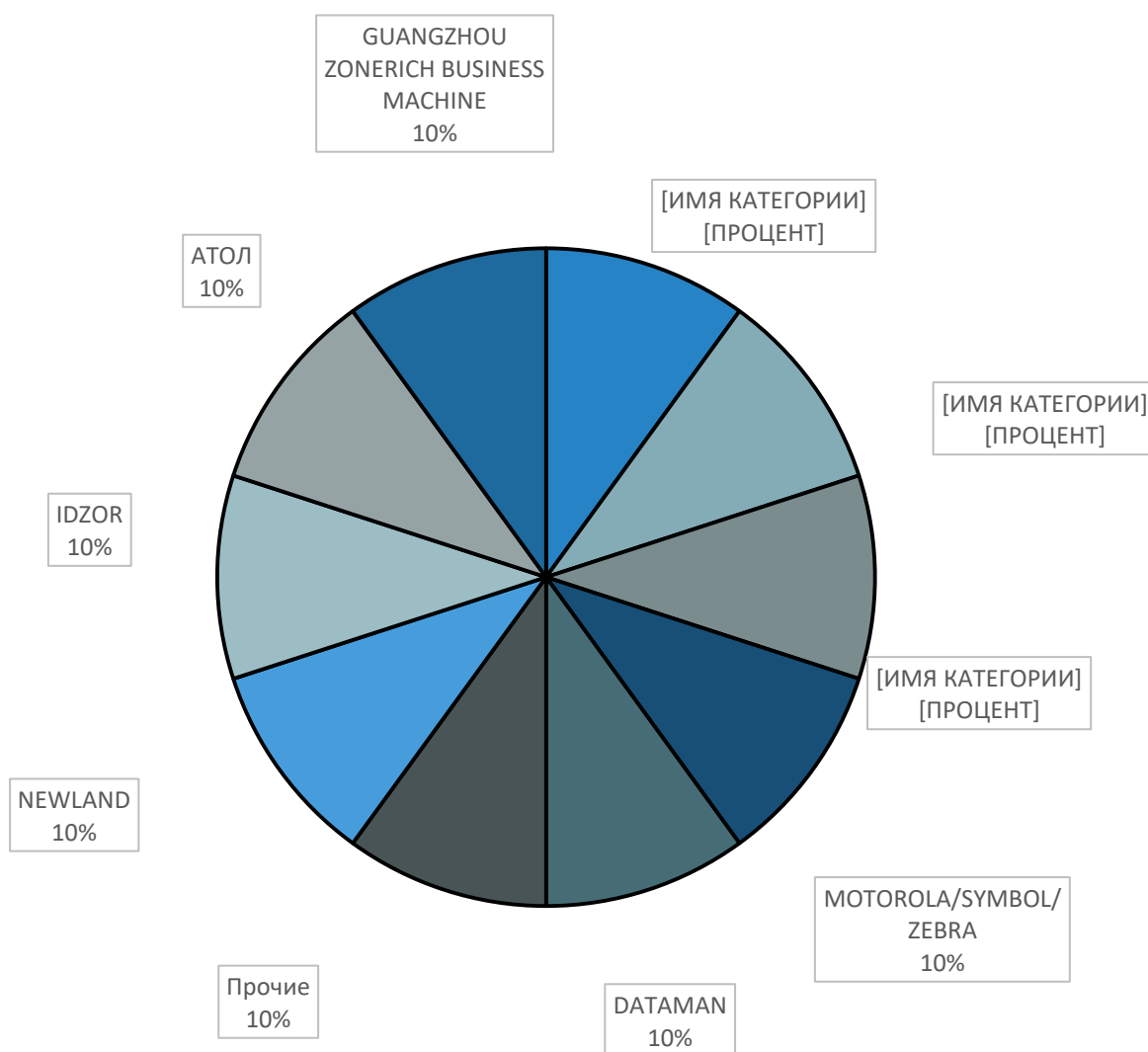
Таблица 10. Объем импорта сканеров штрих-кодов сегмента «1D технология» в Россию в 2016-2019 гг. по брендам, тыс.\$.

Бренд	2016	2017	2018	2019
ARGOX				
CHAMPTEK				
CIPHERLAB				
COGNEX				
DATALOGIC				
DATAMAN				
DATECS				
GEMS PVT				
GUANGZHOU SHANGCHEN ELECTRONIC				
GUANGZHOU ZONERICH BUSINESS MACHINE				
HERMOS				
HONEYWELL				
IDZOR				
MERCURY				
MINDEO				
MOTOROLA/SYMBOL/ZEBRA				
NCR				
NEWLAND				
OPTICON				
POSCENTER				
POSTIS				
SICK				
Итого:				

Источник: расчеты Discovery Research Group по данным ФТС РФ.

Наибольшую долю импорта сканеров штрих-кодов сегмента «1D технология» в стоимостном выражении в 2019 г. занял бренд Его доля составила % от стоимостного объема. На втором месте с %. Также в тройку лидеров входит бренд Доля этого бренда в 2019 г. составила 11% в стоимостном выражении.

Диаграмма 8. Доли брендов в объеме импорта сканеров штрих-кодов сегмента «1D технология» в Россию в 2019 г., % от стоимостного объема.



Источник: расчеты Discovery Research Group по данным ФТС РФ.

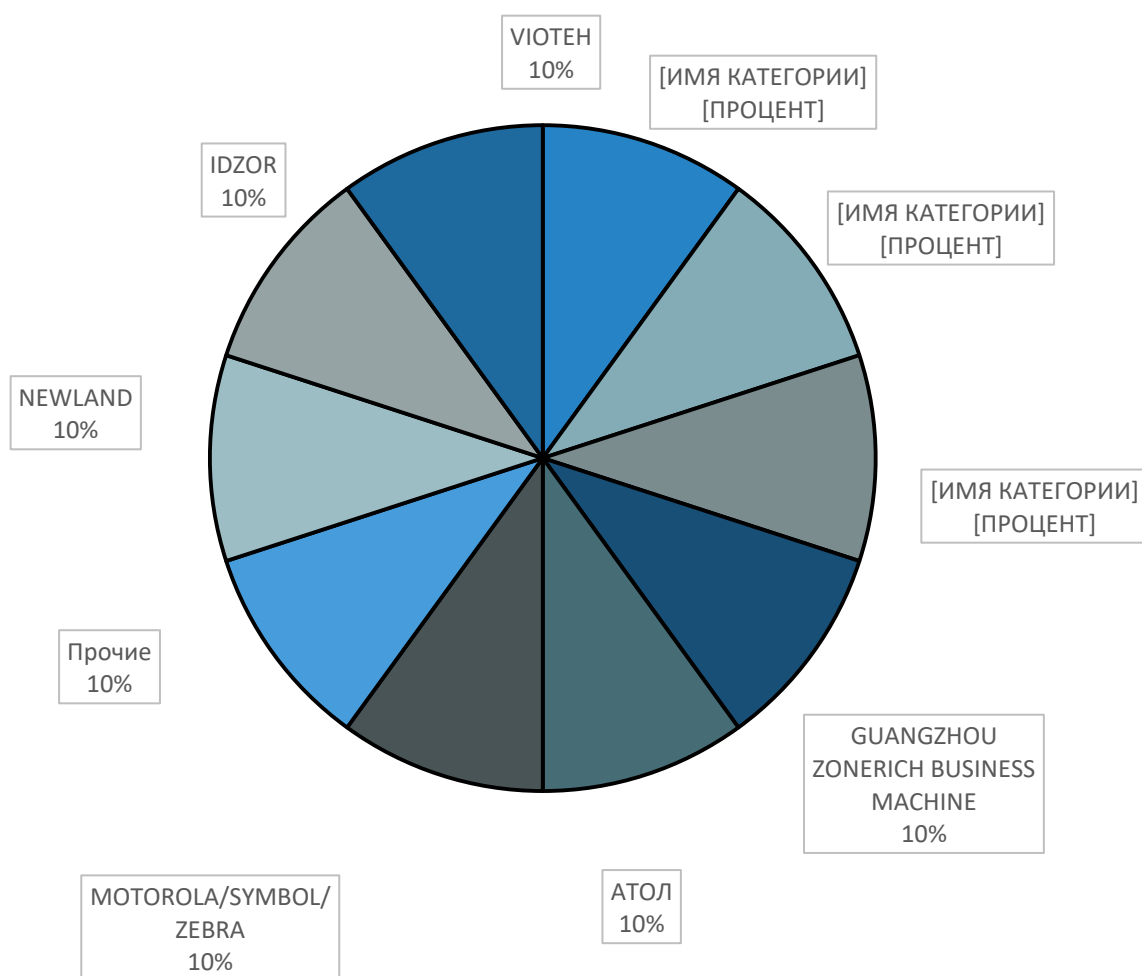
Стационарный	COGNEX				
	DATALOGIC				
	DATAMAN				
	HONEYWELL				
	IDZOR				
	MINDEO				
	MOTOROLA/SYMBOL/ ZEBRA				
	NCR				
	NEWLAND				
Стационарный Итог					
Итого:					

Источник: расчеты Discovery Research Group по данным ФТС РФ.

Наибольшую долю импорта ручных (мобильных, портативных) сканеров штрих-кодов сегмента «1D технология» в натуральном выражении в 2019 г. занял бренд

Его доля составила % от натурального объема. На втором месте с
%. Также в тройку лидеров входит бренд Доля этого бренда в 2019 г. составила
..... % в натуральном выражении.

Диаграмма 9. Доли брендов в объеме импорта ручных (мобильных, портативных) сканеров штрих-кодов сегмента «1D технология» в Россию в 2019 г., % от натурального объема.

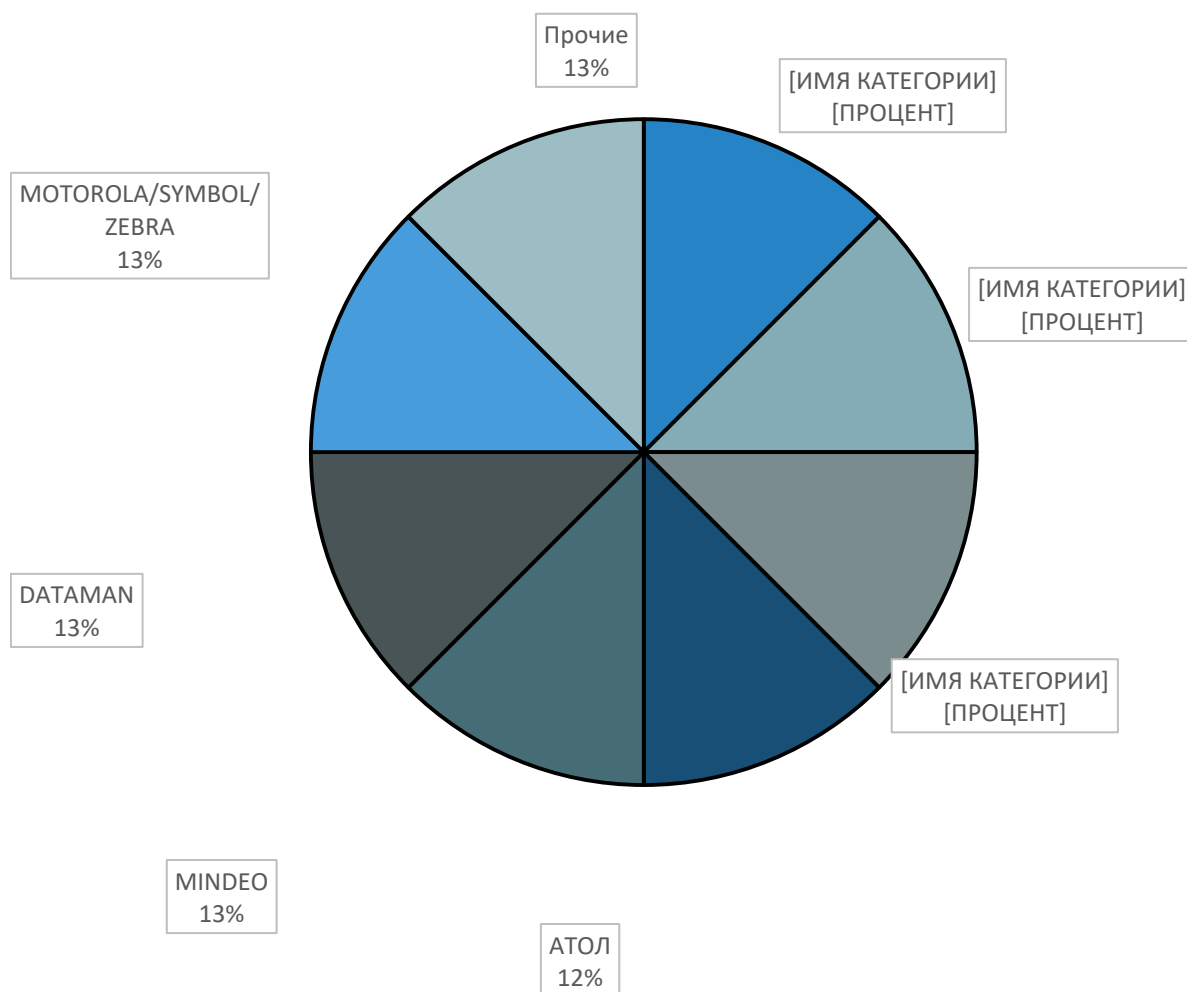


Источник: расчеты Discovery Research Group по данным ФТС РФ.

Наибольшую долю импорта стационарных сканеров штрих-кодов сегмента «1D технология» в натуральном выражении в 2019 г. занял бренд Его доля составила

57% от натурального объема. На втором месте с %. Также в тройку лидеров входит бренд Доля этого бренда в 2019 г. составила % в натуральном выражении.

Диаграмма 10. Доли брендов в объеме импорта стационарных сканеров штрих-кодов сегмента «1D технология» в Россию в 2019 г., % от натурального объема.



Источник: расчеты Discovery Research Group по данным ФТС РФ.

Таблица 12. Объем импорта сканеров штрих-кодов сегмента «1D технология» в Россию в 2016-2019 гг. по брендам и группам, тыс.\$.

Группа	Бренд	2016	2017	2018	2019
Встраиваемый	DATALOGIC				
Встраиваемый Итог					
Ручной (портативный, мобильный)	ARGOX				
	CHAMPTEK				
	CIPHERLAB				
	COGNEX				
	DATALOGIC				
	DATAMAN				
	DATECS				
	GEMS PVT				
	GUANGZHOU SHANGCHEN ELECTRONIC				
	GUANGZHOU ZONERICH BUSINESS MACHINE				
	HERMOS				
	HONEYWELL				
	IDZOR				
	MERCURY				
	MINDEO				
	MOTOROLA/SYMBOL/ZEBRA				
	NCR				
	NEWLAND				
	OPTICON				
	POSCENTER				
	POSTIS				
	SICK				
	SYSMEX				
Ручной (портативный, мобильный) Итог					
Стационарный	COGNEX				
	DATALOGIC				
	DATAMAN				
	HONEYWELL				
	IDZOR				

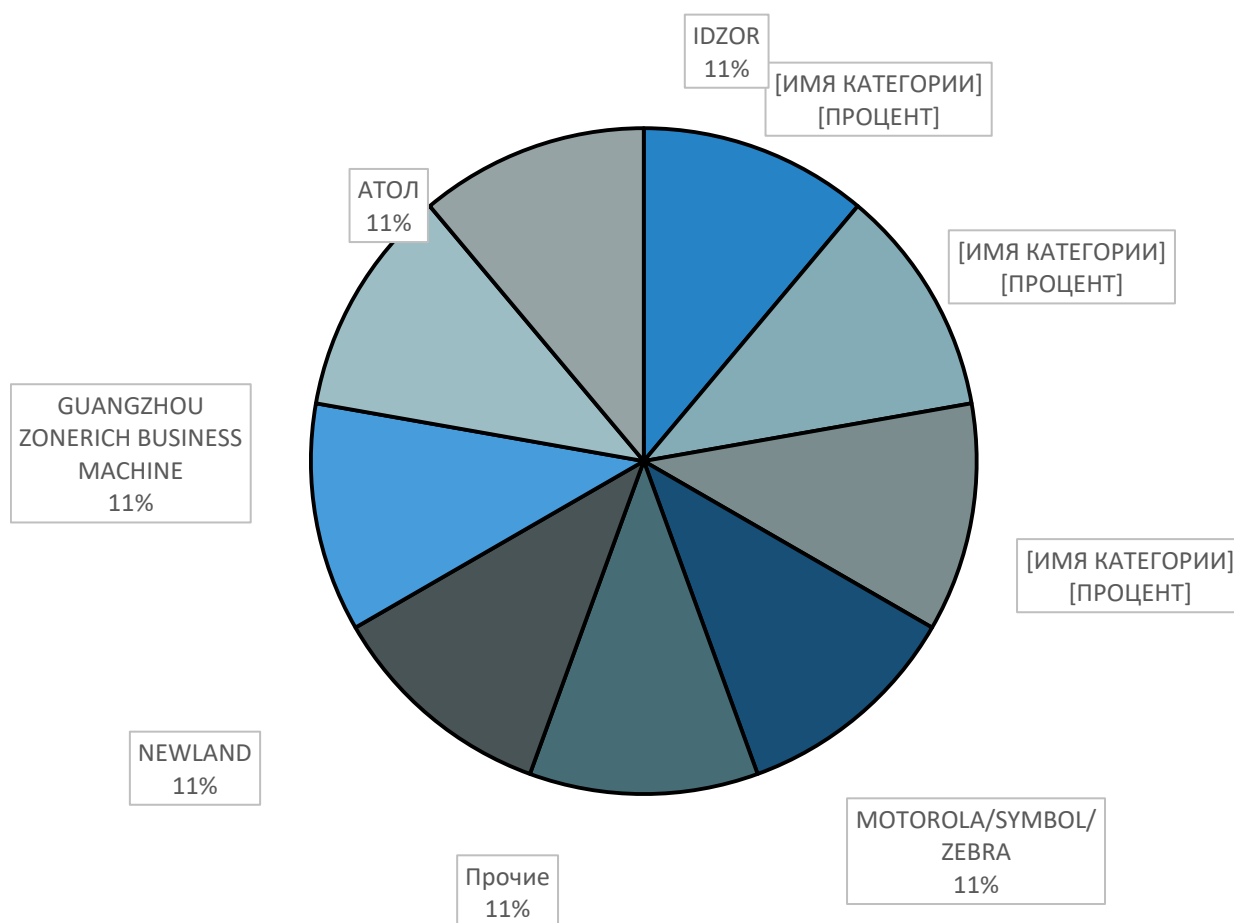
	MINDEO				
	MOTOROLA/SYMBOL/ZEBRA				
	NCR				
	NEWLAND				
	OPTICON				
Стационарный Итог					
Итого:					

Источник: расчеты Discovery Research Group по данным ФТС РФ.

Наибольшую долю импорта ручных (мобильных, портативных) сканеров штрих-кодов сегмента «1D технология» в стоимостном выражении в 2019 г. занял бренд

Его доля составила % от стоимостного объема. На втором месте с
%. Также в тройку лидеров входит бренд Доля этого бренда в 2019 г. составила
..... % в стоимостном выражении.

Диаграмма 11. Доли брендов в объеме импорта ручных (мобильных, портативных) сканеров штрих-кодов сегмента «1D технология» в Россию в 2019 г., % от стоимостного объема.

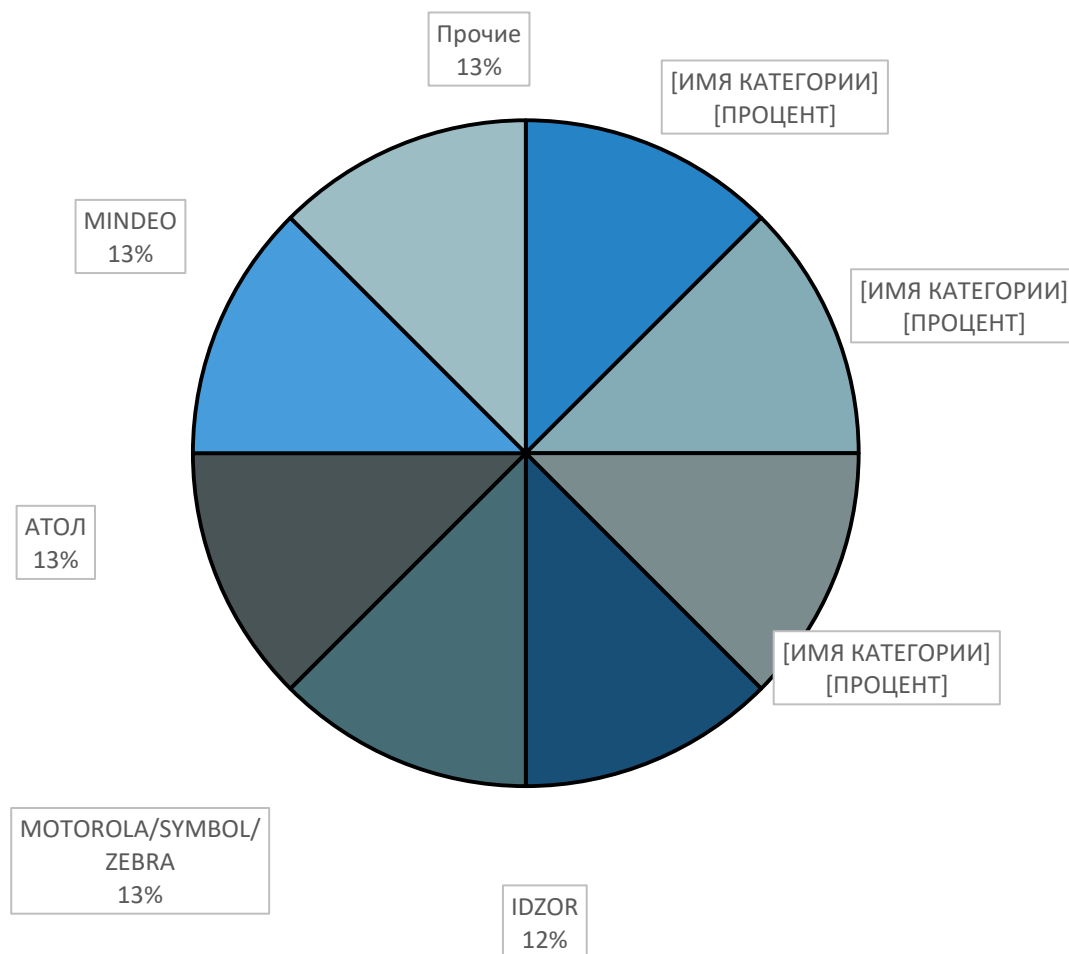


Источник: расчеты Discovery Research Group по данным ФТС РФ.

Наибольшую долю импорта стационарных сканеров штрих-кодов сегмента «1D технология» в стоимостном выражении в 2019 г. занял бренд Его доля составила % от стоимостного объема. На втором месте с %. Также в тройку

лидеров входит бренд Доля этого бренда в 2019 г. составила % в стоимостном выражении.

Диаграмма 12. Доли брендов в объеме импорта стационарных сканеров штрих-кодов сегмента «1D технология» в Россию в 2019 г., % от стоимостного объема.



Источник: расчеты Discovery Research Group по данным ФТС РФ.

Сегмент «2D технология»

Импорт по брендам

Таблица 13. Объем импорта сканеров штрих-кодов сегмента «2D технология» в Россию в 2016-2019 гг. по брендам, шт.

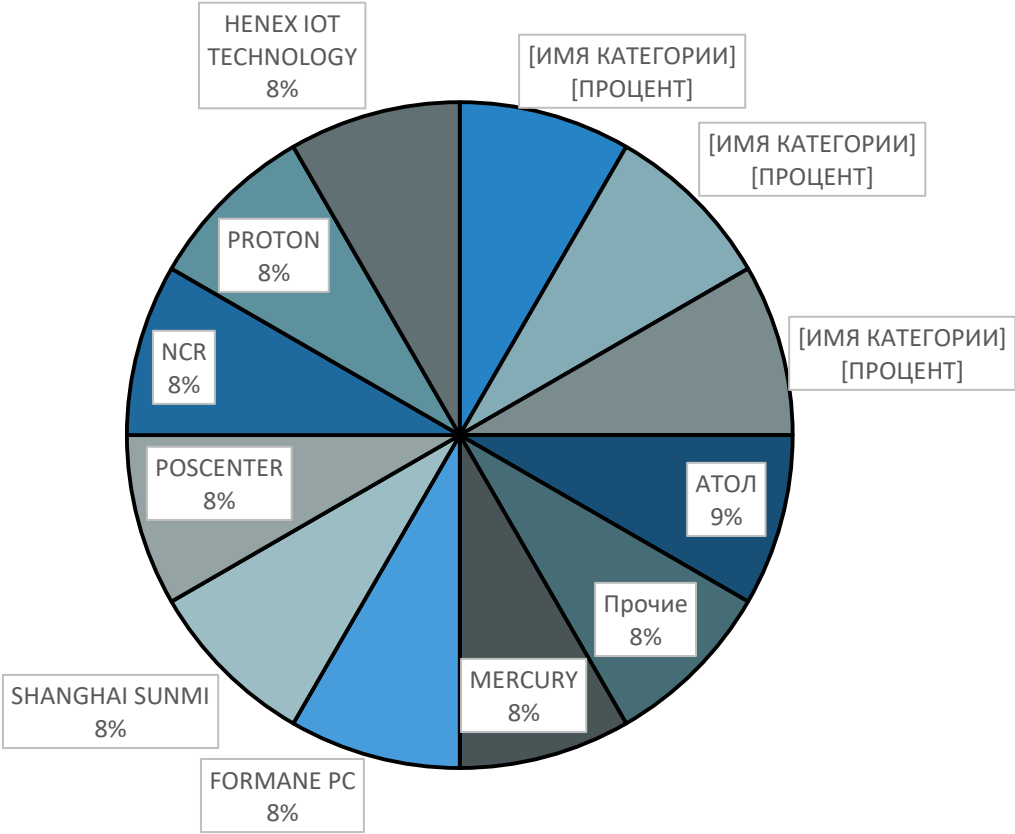
Бренд	2016	2017	2018	2019
ADVANCODE				
ARGOX				
CHAMPTEK				
CINO				
CIPHERLAB				
COGNEX				
CUSTOM				
DATALOGIC				
DATAMAN				
DATECS				
DEXP				
DORS				
FORMANE PC				
GEMS PVT				
GLOBALPOS				
HENEX IOT TECHNOLOGY				
HONEYWELL				
IDZOR				
INGENICO				
MARSON				
MERCURY				
METRO TECH				
MINDEO				
MOTOROLA/SYMBOL/ZEBRA				
NCR				
NEWLAND				
OPTICON				
POSCENTER				
POSMART CORPORATION				
POSTIS				
PROTON				
SHANGHAI SUNMI				
SICK				
SKIDATA				
SUNLUX				
SUNMI				
SUPOIN				
SYBLE				
SYSMEX				
UROVO				
VIOTEH				
WINCOR NIXDORF				

Итого:				

Источник: расчеты Discovery Research Group по данным ФТС РФ.

Наибольшую долю импорта сканеров штрих-кодов сегмента «2D технология» в натуральном выражении в 2019 г. занял бренд Его доля составила % от натурального объема. На втором месте с %. Также в тройку лидеров входит бренд Доля этого бренда в 2019 г. составила % в натуральном выражении.

Диаграмма 13. Доли брендов в объеме импорта сканеров штрих-кодов сегмента «2D технология» в Россию в 2019 г., % от натурального объема.



Источник: расчеты Discovery Research Group по данным ФТС РФ.

Таблица 14. Объем импорта сканеров штрих-кодов сегмента «2D технология» в Россию в 2016-2019 гг. по брендам, тыс.\$.

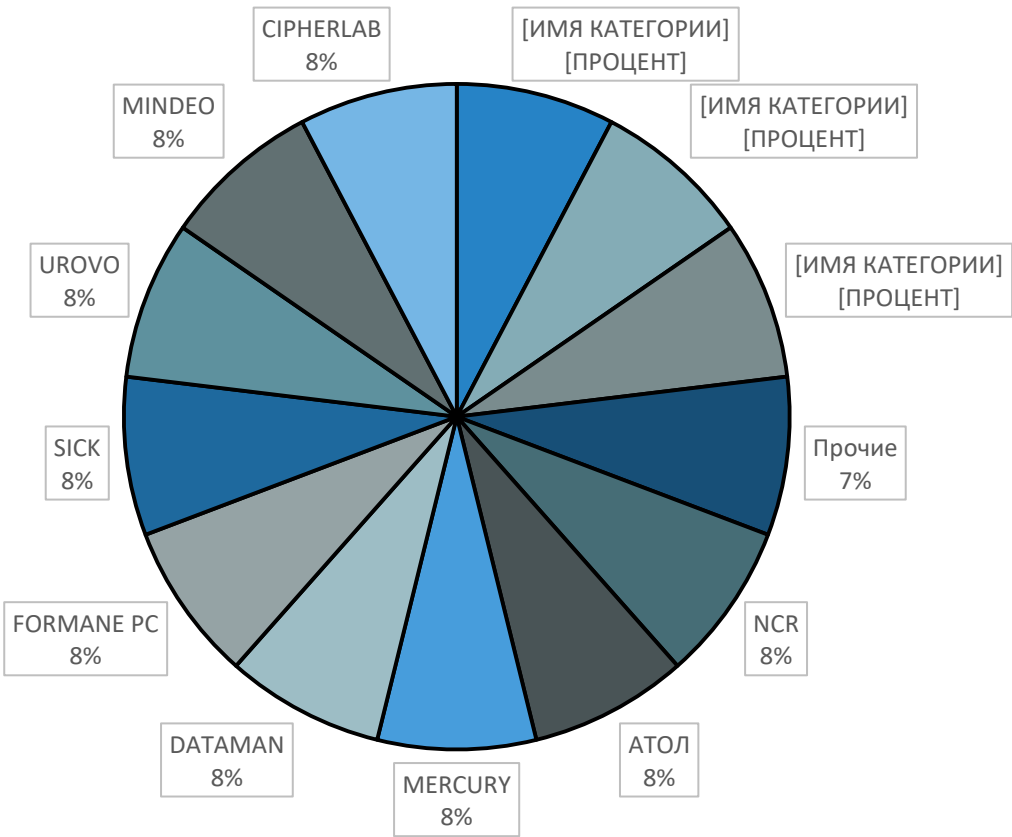
Бренд	2016	2017	2018	2019
ADVANCODE				
ARGOX				
CHAMPTEK				
CINO				
CIPHERLAB				
COGNEX				
CUSTOM				
DATALOGIC				
DATAMAN				
DATECS				
DEXP				
DORS				
FORMANE PC				
GEMS PVT				
GLOBALPOS				
HENEX IOT TECHNOLOGY				
HONEYWELL				
IDZOR				
INGENICO				
MARSON				
MERCURY				
METRO TECH				
MINDEO				
MOTOROLA/SYMBOL/ZEBRA				
NCR				
NEWLAND				
OPTICON				
POSCENTER				
POSMART CORPORATION				
POSTIS				
PROTON				
SHANGHAI SUNMI				
SICK				
SKIDATA				
SUNLUX				
SUNMI				
SUPOIN				
SYBLE				
SYSMEX				
UROVO				
VIOTEH				
WINCOR NIXDORF				
WINSON				
XIAMEN HANIN ELECTRONIC				

Итого:				

Источник: расчеты Discovery Research Group по данным ФТС РФ.

Наибольшую долю импорта сканеров штрих-кодов сегмента «2D технология» в стоимостном выражении в 2019 г. занял бренд Его доля составила % от стоимостного объема. На втором месте с %. Также в тройку лидеров входит бренд Доля этого бренда в 2019 г. составила % в стоимостном выражении.

Диаграмма 14. Доли брендов в объеме импорта сканеров штрих-кодов сегмента «2D технология» в Россию в 2019 г., % от стоимостного объема.



Источник: расчеты Discovery Research Group по данным ФТС РФ.

Импорт по брендам и группам

Таблица 15. Объем импорта сканеров штрих-кодов сегмента «2D технология» в Россию в 2016-2019 гг. по брендам и группам, шт.

Группа	Бренд	2016	2017	2018	2019
Встраиваемый	CHAMPTEK				
	CUSTOM				
	DATALOGIC				
	DORS				
	HONEYWELL				
	MINDEO				
	MOTOROLA/SYMBOL/ZEBRA				
	NCR				
	NEWLAND				
Встраиваемый Итог					
Ручной (портативный, мобильный)	ADVANCODE				
	ARGOX				
	CHAMPTEK				
	CINO				
	CIPHERLAB				
	COGNEX				
	CUSTOM				
	DATALOGIC				
	DATAMAN				
	DATECS				
	DEXP				
	FORMANE PC				
	GEMS PVT				
	GLOBALPOS				
	HENEX IOT TECHNOLOGY				
	HONEYWELL				
	IDZOR				
	INGENICO				
	MARSON				
	MERCURY				
	METRO TECH				
	MINDEO				
	MOTOROLA/SYMBOL/Z				

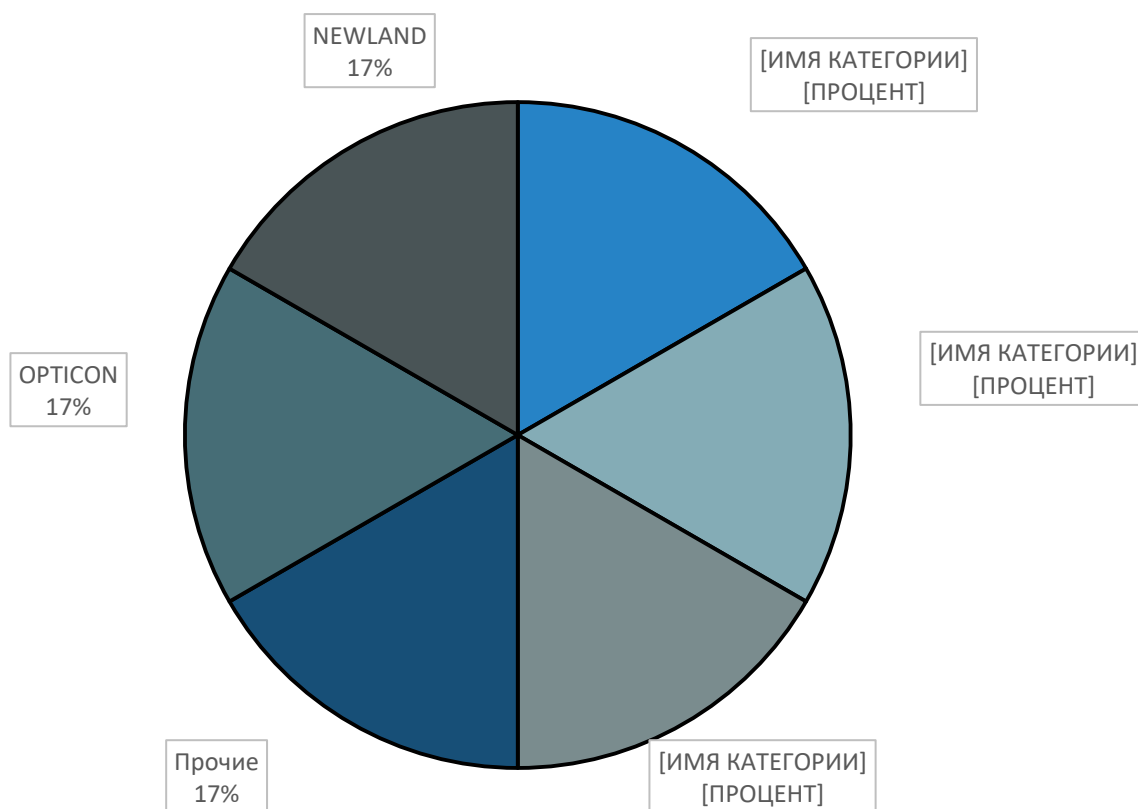
	EBRA				
	NCR				
	NEWLAND				
	OPTICON				
	POSCENTER				
	POSTMART CORPORATION				
	POSTIS				
	PROTON				
	SHANGHAI SUNMI				
	SICK				
	SKIDATA				
	SUNLUX				
	SUNMI				
	SUPOIN				
	SYBLE				
	SYSMEX				
	UROVO				
	VIOTEH				
	WINCOR NIXDORF				
Ручной (портативный, мобильный) Итого					
Стационарный	CHAMPTEK				
	COGNEX				
	DATALOGIC				
	DATAMAN				
	FORMANE PC				
	HONEYWELL				
	MERCURY				
	MINDEO				
	MOTOROLA/SYMBOL/Z EBRA				
	NCR				
Стационарный Итого					

Итого:					
--------	--	--	--	--	--

Источник: расчеты Discovery Research Group по данным ФТС РФ.

Наибольшую долю импорта встраиваемых сканеров штрих-кодов сегмента «2D технология» в натуральном выражении в 2019 г. занял бренд Его доля составила % от натурального объема. На втором месте с %. Также в тройку лидеров входит бренд Доля этого бренда в 2019 г. составила % в натуральном выражении.

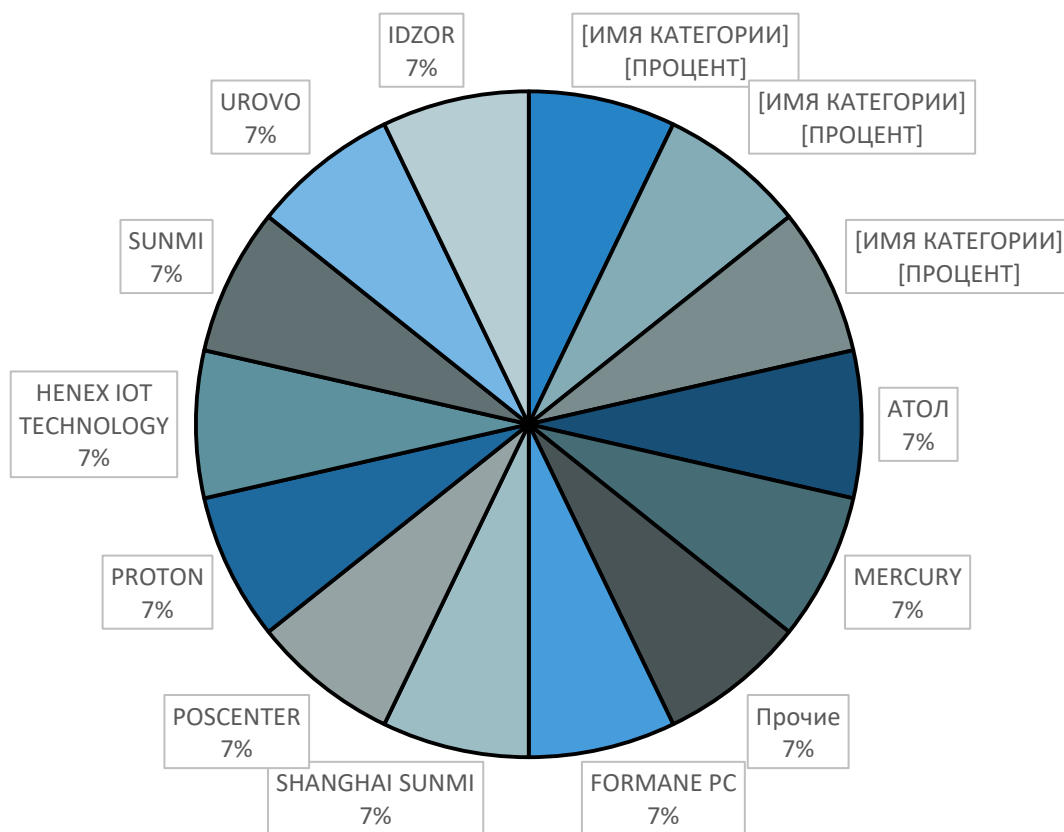
Диаграмма 15. Доли брендов в объеме импорта встраиваемых сканеров штрих-кодов сегмента «2D технология» в Россию в 2019 г., % от натурального объема.



Источник: расчеты Discovery Research Group по данным ФТС РФ.

Наибольшую долю импорта ручных (мобильных, портативных) сканеров штрих-кодов сегмента «2D технология» в натуральном выражении в 2019 г. занял бренд Его доля составила % от натурального объема. На втором месте с %. Также в тройку лидеров входит бренд Доля этого бренда в 2019 г. составила % в натуральном выражении.

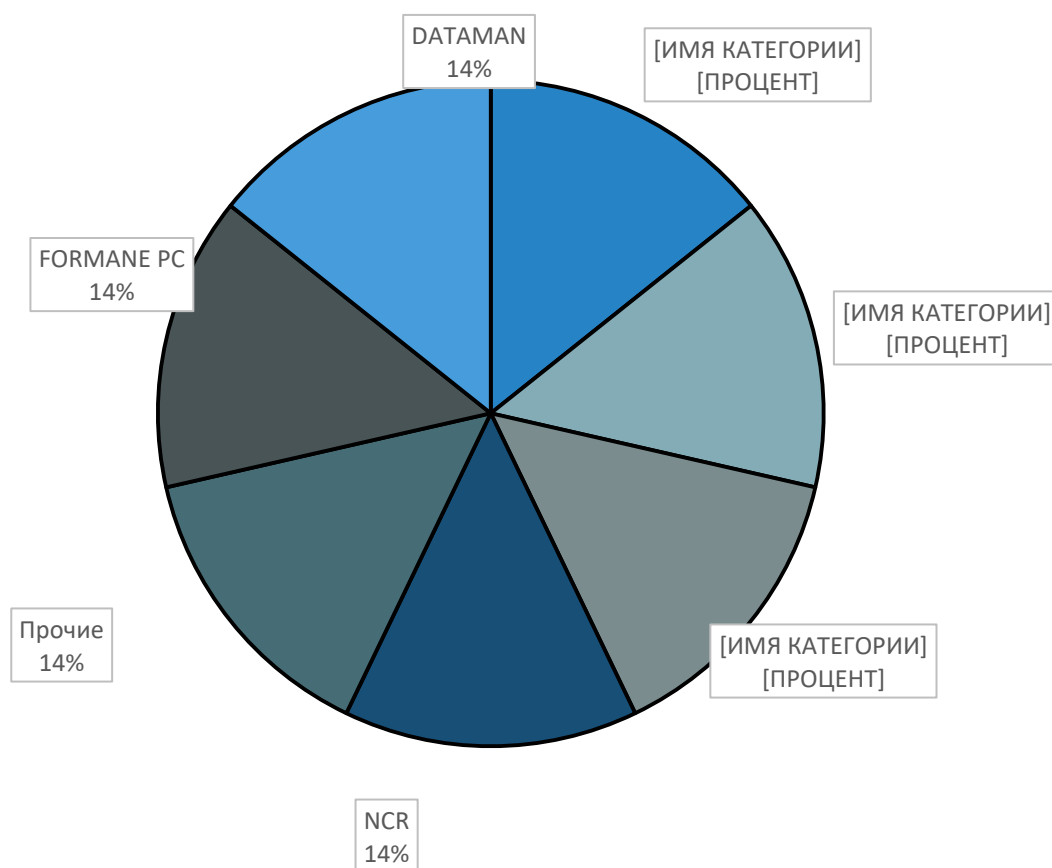
Диаграмма 16. Доли брендов в объеме импорта ручных (мобильных, портативных) сканеров штрих-кодов сегмента «2D технология» в Россию в 2019 г., % от натурального объема.



Источник: расчеты Discovery Research Group по данным ФТС РФ.

Наибольшую долю импорта стационарных сканеров штрих-кодов сегмента «2D технология» в натуральном выражении в 2019 г. занял бренд Его доля составила % от натурального объема. На втором месте с %. Также в тройку лидеров входит бренд Доля этого бренда в 2019 г. составила % в натуральном выражении.

Диаграмма 17. Доли брендов в объеме импорта стационарных сканеров штрих-кодов сегмента «2D технология» в Россию в 2019 г., % от натурального объема.



Источник: расчеты Discovery Research Group по данным ФТС РФ.

Таблица 16. Объем импорта сканеров штрих-кодов сегмента «2D технология» в Россию в 2016-2019 гг. по брендам и группам, тыс. \$.

Группа	Бренд	2016	2017	2018	2019
Встраиваемый	CHAMPTEK				
	CUSTOM				
	DATALOGIC				
	DORS				
	HONEYWELL				
	MINDEO				
	MOTOROLA/SYMBOL/ZE BRA				
	NCR				
	NEWLAND				
Встраиваемый Итог					
Ручной (портативный, мобильный)	ADVANCODE				
	ARGOX				
	CHAMPTEK				
	CINO				
	CIPHERLAB				
	COGNEX				
	CUSTOM				
	DATALOGIC				
	DATAMAN				
	DATECS				
	DEXP				
	FORMANE PC				
	GEMS PVT				
	GLOBALPOS				
	HENEX IOT TECHNOLOGY				
	HONEYWELL				
	IDZOR				
	INGENICO				
	MARSON				
	MERCURY				
	METRO TECH				
	MINDEO				
	MOTOROLA/SYMBOL/ZE BRA				
	NCR				
	NEWLAND				
	OPTICON				
	POSCENTER				

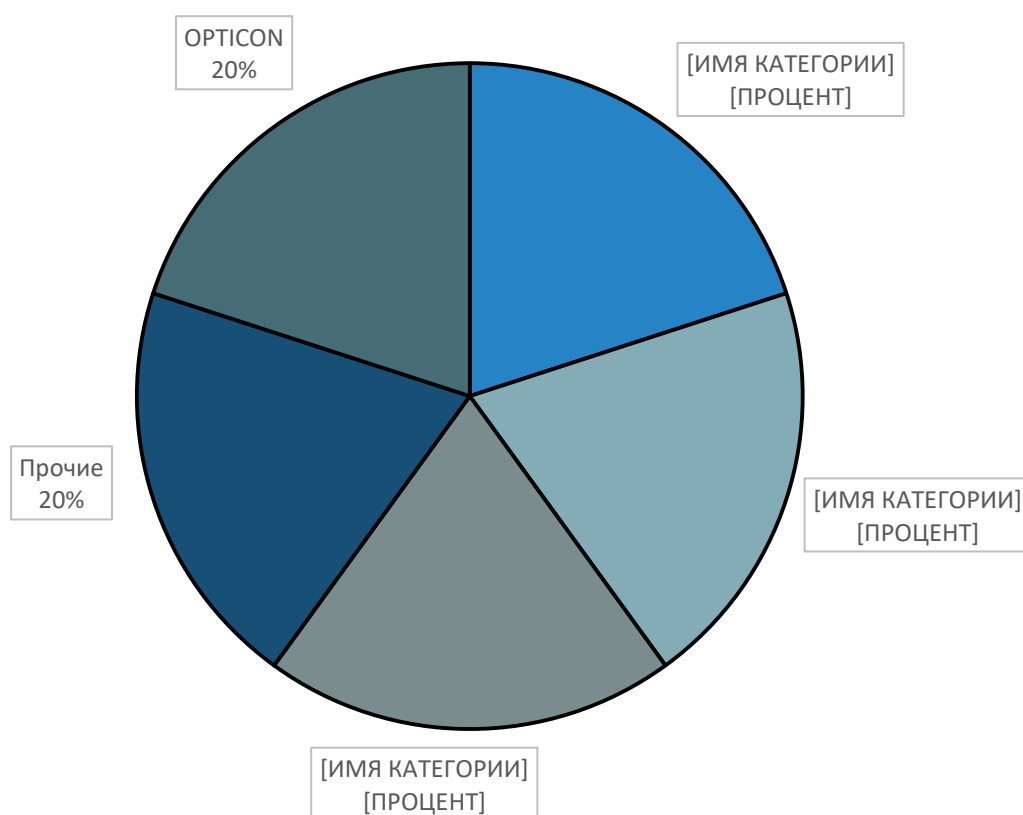
[illegible]

Источник: расчеты Discovery Research Group по данным ФТС РФ.

Наибольшую долю импорта встраиваемых сканеров штрих-кодов сегмента «2D технология» в стоимостном выражении в 2019 г. занял бренд Его доля составила

..... % от стоимостного объема. На втором месте с %. Также в тройку лидеров входит бренд Доля этого бренда в 2019 г. составила % в стоимостном выражении.

Диаграмма 18. Доли брендов в объеме импорта встраиваемых сканеров штрих-кодов сегмента «2D технология» в Россию в 2019 г., % от стоимостного объема.

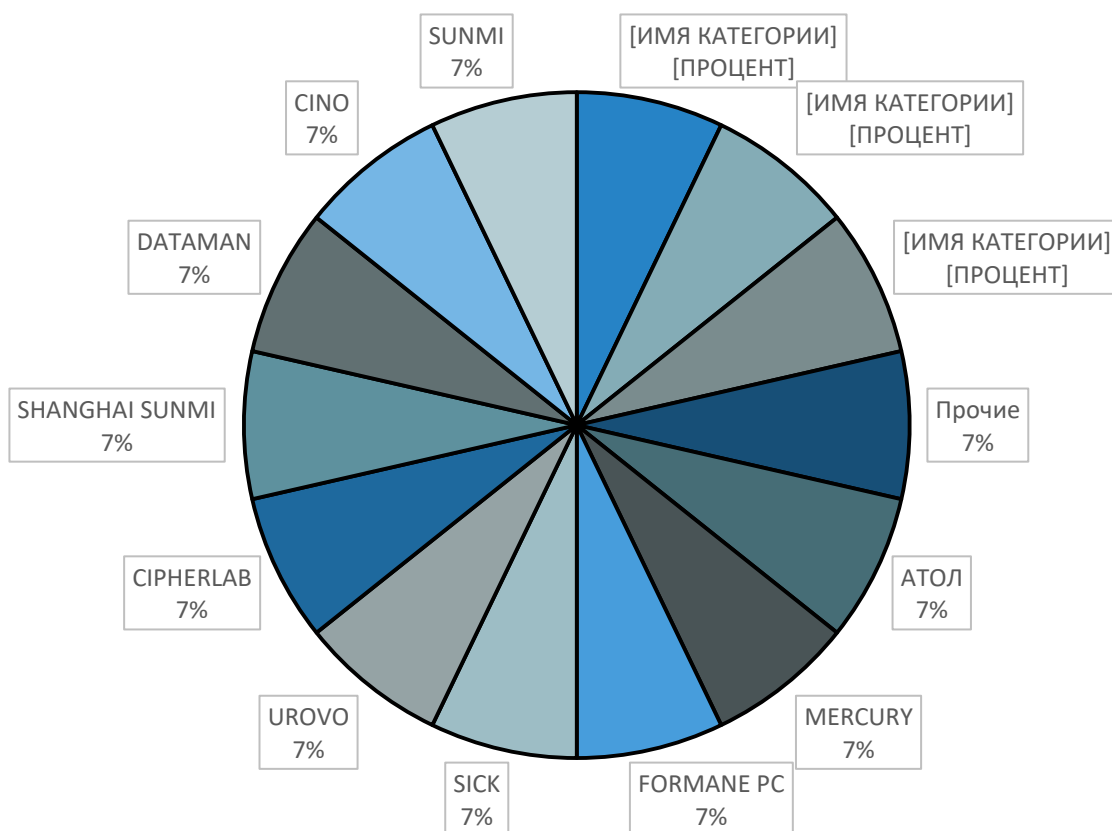


Источник: расчеты Discovery Research Group по данным ФТС РФ.

Наибольшую долю импорта ручных (мобильных, портативных) сканеров штрих-кодов сегмента «2D технология» в стоимостном выражении в 2019 г. занял бренд

Его доля составила % от стоимостного объема. На втором месте с
%. Также в тройку лидеров входит бренд Доля этого бренда в 2019 г. составила
..... % в стоимостном выражении.

Диаграмма 19. Доли брендов в объеме импорта ручных (мобильных, портативных) сканеров штрих-кодов сегмента «2D технология» в Россию в 2019 г., % от стоимостного объема.

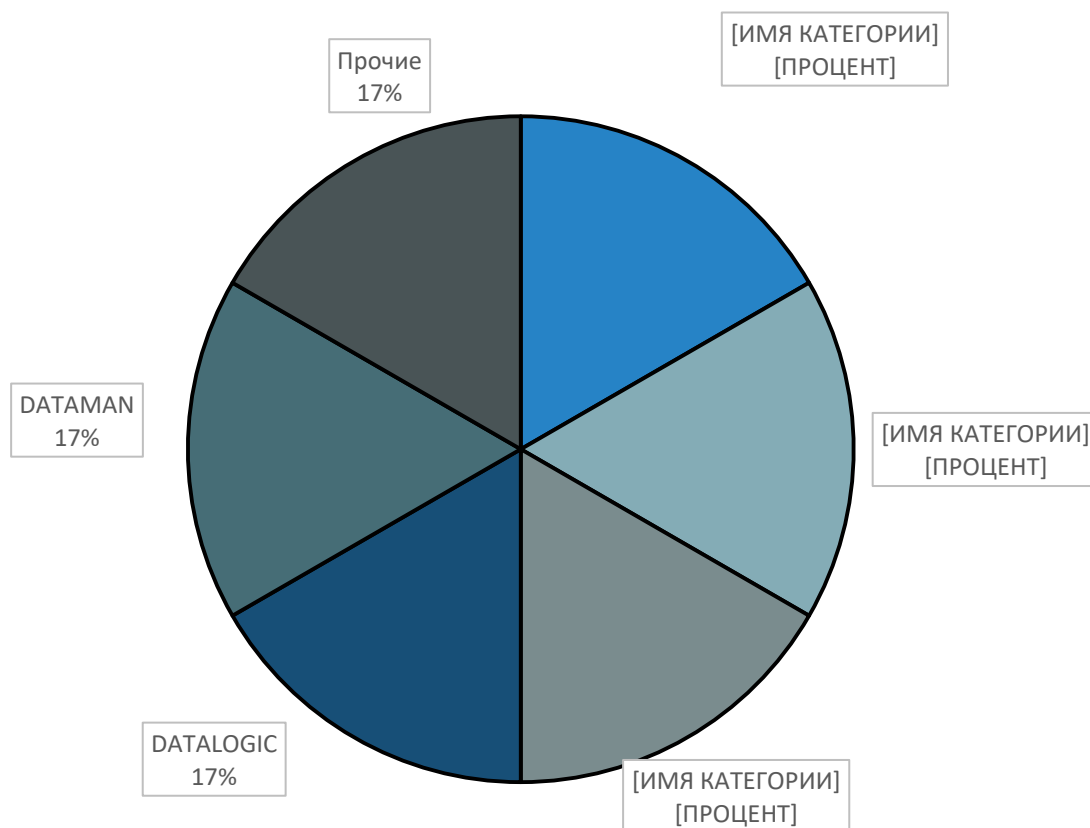


Источник: расчеты Discovery Research Group по данным ФТС РФ.

Наибольшую долю импорта стационарных сканеров штрих-кодов сегмента «2D технология» в стоимостном выражении в 2019 г. занял бренд Его доля составила

..... % от стоимостного объема. На втором месте и Доля каждого составила %.

Диаграмма 20. Доли брендов в объеме импорта стационарных сканеров штрих-кодов сегмента «2D технология» в Россию в 2019 г., % от стоимостного объема.



Источник: расчеты Discovery Research Group по данным ФТС РФ.

Экспорт по сегментам

.....

Сегмент «1D технология»

Экспорт по брендам

.....

Экспорт по брендам и группам

.....

Сегмент «2D технология»

Экспорт по брендам

.....

Экспорт по брендам и группам

.....

Глава 6. Основные события, тенденции и перспективы развития рынка сканеров штрих-кодов в России

В России взят курс на борьбу с нелегальным оборотом продукции. В РФ уже маркируются алкогольные напитки, табак, меха, лекарственные средства, обуви и духов.

Тренд на маркировку продукции сейчас набирает обороты. Складские хозяйства, магазины, производственные подразделения и учреждения стремятся автоматизировать процесс учета продукции, повысить точность, а также сократить занятость трудовых ресурсов.

.....

ЕГАИС - единая государственная автоматизированная информационная система

.....

Маркировка лекарственных препаратов

.....

ЕГАИС для табака

.....

Маркировка обуви

.....

Маркировка велосипедов

.....

Корпорация HONEYWELL повышает локализацию в России

.....

Глава 7. Финансово-хозяйственная деятельность и планы развития ключевых игроков рынка сканеров штрих-кодов

HONEYWELL

История Honeywell берет свое начало в 1885 г., когда изобретатель по имени Альберт Бутц запатентовал регулятор и сигнализацию обогрева. 23 апреля 1886 г. он основал в Миннеаполисе компанию Butz Thermo-Electric Regulator Co., а несколько недель спустя изобрел простое, но оригинальное устройство, которое назвал «регулятором заслонки».

Патенты и предприятие Бутца были приобретены компанией Consolidated Temperature Controlling Co. Incorporated, которая к 1893 г. сменила свое название на Electric Heat Regulator Co. В первых рекламных объявлениях компании, вышедших в 1895 г., фигурировал ставший на тот момент знаменитым термостат. В 1898 г. компанию приобрел В.Р. Свитт, который к 1916 г. сменил название компании на Minneapolis Heat Regulator Company, расширил ее ассортимент и запатентовал первый электродвигатель, одобренный Underwriters Laboratories.

В 1904 г. молодой инженер по имени Марк Ханивелл занимался усовершенствованием теплового генератора в рамках своего сантехнического предприятия. Два года спустя он учредил компанию Honeywell Heating Specialty Co. Incorporated, которая специализировалась на теплогенераторах для подогрева воды.

К 1912 г. компания EHR расширила свой ассортимент и стала называться Minneapolis Heat Regulator Company (MHR). Еще через четыре года MHR запатентовала первый электродвигатель, одобренный Underwriters Laboratories.

В 1927 г. Minneapolis Heat Regulator Company и Honeywell Heating Specialty Co. объединились, образовав компанию Minneapolis-Honeywell Regulator Co., которая стала крупнейшим производителем высококачественных часов на камнях. В.Р. Свитт стал председателем правления, а Марк Ханивелл — президентом. Компания приобрела несколько предприятий, занимающихся производством контрольно-регулирующей аппаратуры. Одним из таких предприятий была компания Brown Instrument Co. — мировой лидер в сфере промышленных контрольно-измерительных приборов и индикаторов.

Компания Minneapolis-Honeywell Regulator Co. в течение длительного времени продавала свою продукцию по всему миру через дистрибьюторов, таких как японская

Yamatake Trading Company. В 1934 г. компания приобрела Time-O-Stat Controls Corporation, что послужило началом глобальной экспансии. Первое представительство за пределами США было открыто в Торонто, Канада. Первое европейское дочернее предприятие — в Нидерландах — было создано в том же году, а через несколько лет представительства появились в Лондоне и Стокгольме. К 1941 г. у компании были дистрибьюторы в Чили, Панаме, Тринидаде, Новой Зеландии, Аргентине и Южной Африке. К 1972 г. она имела 25 дочерних предприятий со стопроцентным участием, 142 филиала и совместные предприятия в пяти странах за пределами США. В 1993 г. компания открыла филиалы в Абу-Даби, Китае, Омане, Румынии и Украине. К 1998 г. компания вела деятельность в 95 странах посредством 83 дочерних предприятий со стопроцентным участием и 13 совместных предприятий.

Компания Minneapolis-Honeywell Regulator Co. в полной мере использовала свой научный потенциал и инженерные таланты, чтобы трансформироваться и адаптироваться к меняющимся временам. Совершенствовалось массовое производство; ассортимент продукции компании пополнился серией аэронавигационного оборудования. В 1942 г. компанией был изобретен электронный автопилот, который сыграл чрезвычайно важную роль в военных усилиях США.

В 1953 г. компания представила «круглый» термостат T-86, пришедший на смену массивным прямоугольным моделям. Эта одна из самых узнаваемых в мире конструкций выпускается по сей день и украшает собой стены большего числа жилищ, чем любой другой термостат.

В 1954 г. компания приобрела изготовителя гироскопов Doelcam Corp. В течение следующих двух десятилетий конструкция гироскопов постоянно совершенствовалась — они становились все более чувствительными и точными, в то же время уменьшаясь в размерах и весе.

В 1955 г. было учреждено совместное предприятие с Raytheon Corp., которое называлось Datamatic Corporation и означало приход Honeywell в компьютерный бизнес. Первая компьютерная система компании — D-1000 — весила 25 тонн, занимала 56 квадратных метров и стоила 1,5 миллиона долларов США.

В 1957 г. Minneapolis-Honeywell Regulator Co. приобрела фирму, занимающуюся системами пожарной сигнализации. Это было первое из ряда приобретений, в результате которых компания стала мировым лидером в сфере средств безопасности. Во многих городах Северной Америки черно-красные наклейки на окнах и таблички «Protected by Honeywell» («под защитой Honeywell») стали почти столь же узнаваемыми, как и «круглый» термостат.

В 1960 г. доля Raytheon в компьютерном совместном предприятии была выкуплена, и компания стала называться Electronic Data Processing (EDP). Официально компания стала называться Honeywell Inc. в 1963 г., хотя в обиходе она носила это название на тот момент уже почти 40 лет. Шесть лет спустя приборы Honeywell помогли американским астронавтам Нилу Армстронгу и Эдвину «Баззу» Олдрину высадиться на Луне.

В 1970 г. компания Honeywell объединила свой компьютерный бизнес с General Electric, учредив компанию Honeywell Information Systems, которая хорошо проявила себя на рынке мейнфреймов. В 1986 г., с появлением персональных компьютеров, было образовано совместное предприятие с Compagnie des Machines Bull (Франция) и NEC Corporation (Япония), получившее название Honeywell Bull. Доля собственности Honeywell в этом СП постепенно уменьшалась, и в 1991 г. компания вышла из компьютерного бизнеса. Нарботки компании в цифровой компьютерной сфере были затем применены к ее традиционной специализации — автоматическому управлению, интеграции датчиков и приборов активации.

В 1986 г. корпорация Honeywell значительно укрепила свое положение в аэрокосмической отрасли путем приобретения компании Sperry Aerospace, что сделало Honeywell ведущим мировым интегратором бортовых радиоэлектронных систем. С приобретением Sperry ассортимент Honeywell пополнился органами управления полетом, космическими летательными аппаратами и первой системой предупреждения о сдвиге ветра, сертифицированной Федеральным агентством гражданской авиации.

Во время Первой мировой войны значительную часть мировой химической промышленности контролировала Германия, что приводило к дефициту таких товаров, как краски и лекарственные средства. В ответ на это в 1920 г. издатель газеты «Вашингтон

Пост» Юджин Мейер и ученый Уильям Николс учредили корпорацию Allied Chemical & Dye Corporation, в состав которой вошли пять американских химических компаний.

В 1928 г. Allied открыла завод по синтезу аммиака близ Хоупвелла, штат Вирджиния, что сделало ее ведущим мировым поставщиком аммиака.

Это был первый выход компании на новые рынки. После Второй мировой войны начался выпуск других новых изделий, включая капрон (используемый в производстве всего чего угодно — от шин до одежды) и хладагенты. В 1958 г. компания сменила название на Allied Chemical Corp. и переехала в свою нынешнюю штаб-квартиру в Морристауне, штат Нью-Джерси.

В 1962 г. Allied приобрела компанию Union Texas Natural Gas, которой принадлежали нефтяные и газовые промыслы на обоих американских континентах. Первоначально приобретение рассматривалось как источник сырья для химического производства Allied, однако ситуация изменилась в начале 1970-х гг., когда генеральный директор Джон Коннор (министр торговли во время президентства Линдона Джонсона) продал ряд нерентабельных предприятий Allied и вложил средства в разведку нефти и газа. К 1979 г., когда исполнительным директором стал Эдвард Хеннесси мл., на Union Texas приходилось 80 % доходов Allied.

Под новым названием Allied Corp. (с 1981 г.) компания приобрела производителя аэрокосмической и автомобильной продукции Bendix Corp. (в 1983 г.). К 1984 г. на Bendix приходилось 50 % доходов Allied, тогда как поступления от нефтегазовых предприятий составляли 38 %.

В 1985 г. компания Allied объединилась с Signal Companies, что дало возможность достигнуть критической массы в аэрокосмическом и автомобильном направлениях, а также направлении конструкционных материалов. Изначально эта компания, основанная Сэмом Мошером в 1922 г. под названием Signal Gasoline Company, базировалась в Калифорнии и занималась производством бензина из природного газа. В 1928 г. компания сменила название на Signal Oil & Gas и в том же году начала добычу нефти. Затем Signal объединилась с Garrett Corporation — лос-анджелесской аэрокосмической компанией — и в 1968 г. взяла «Signal Companies» в качестве корпоративного названия.

Объединение подразделений Garrett в составе Signal и Bendix в составе Allied сделало аэрокосмическую технику самым большим бизнес-сектором Allied-Signal. В 1985 г. компания продала 50 % Union Texas, а в 1986 г. выделила не имеющие стратегического значения предприятия в отдельную группу — The Henley Group, Inc.

В середине 1991 г., при новом генеральном директоре Лоуренсе А. Боссиди и новом руководстве на большинстве ключевых предприятий Allied-Signal приступила к комплексной программе трансформации. Были предприняты смелые действия для улучшения притока денежных средств и норм прибыли, повышения производительности и позиционирования компании как конкурентоспособного игрока мирового рынка на годы вперед. В 1993 г. название компании было изменено с Allied-Signal на AlliedSignal, чтобы подчеркнуть единство компании и символизировать полную интеграцию всех ее предприятий.

В 1992 г. компания продала оставшуюся у нее долю в Union Texas путем публичного предложения, выручив за нее 940 млн долларов США.

В 1999 г. AlliedSignal приобрела компанию Honeywell и решила сохранить это имя из-за известности бренда. Штаб-квартирой компании стал головной офис AlliedSignal в г. Морристаун (Нью-Джерси). Компании разделяют общие деловые интересы в сфере аэрокосмической и автомобильной отрасли, химических продуктов, систем управления для зданий.

В 2000 г. Honeywell приобрела Pittway и получила большую долю на рынке систем противопожарной защиты и безопасности.

В 2002 г. Дэвид Коути был назначен на пост председателя и главного исполнительного директора Honeywell. Под руководством Коути, Honeywell трансформировалась из компании с тремя конкурирующими корпоративными культурами AlliedSignal, Pittway и прежней Honeywell в «единый» Honeywell. Компания стала глобальным промышленным лидером, который инвестирует в продукты, процессы, людей и расширение присутствия.

Honeywell добилась высоких финансовых показателей и стала компанией, которая выполняет поставленные задачи, обходит конкурентов и обеспечивает доходность

акционеров в 400 %. Honeywell совершила более 80 приобретений и 50 продаж в течение этого периода.

В 2018 г. Дариус Адамчик стал председателем и главным исполнительным директором Honeywell. Он присоединился к компании в 2008 г. и занимал ряд руководящих должностей, в том числе главного операционного директора в течение года, а затем президента и главного исполнительного директора.

Дариус уделяет особое внимание ускорению органического роста Honeywell, увеличению прибыли, трансформации компании в первоклассного разработчика программного обеспечения и промышленных технологий, эффективному управлению капиталом и формированию культуры высокоэффективной работы.

Сейчас штаб-квартира Honeywell находится в г. Шарлотт (Северная Каролина) и имеет около 970 офисов в 70 странах. В компании работает более 110 000 сотрудников по всему миру, из которых более 18 000 инженеров и 9 000 разработчиков программного обеспечения.

ZEBRA (MOTOROLLA, SYMBOL)

.....

DATALOGIC

.....

CIPHERLAB

.....

АТОЛ

.....

Агентство маркетинговых исследований

DISCOVERY RESEARCH GROUP

125438, Москва, ул. Михалковская 63Б, стр. 4, этаж 4

БЦ «Головинские пруды»

Тел. +7 (499) 394-53-60, (495) 968-13-14

e-mail: research@drgroup.ru

www.drgroup.ru

Схема проезда

