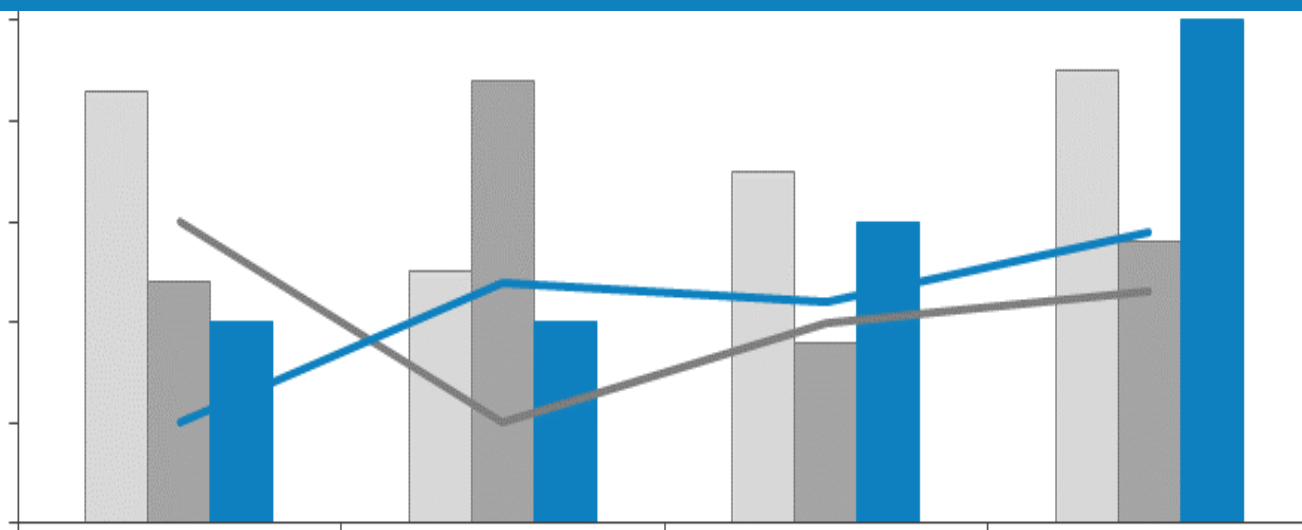




Аналитический отчет

DISCOVERY RESEARCH GROUP

Анализ рынка устройств для ароматизации помещений в России



Агентство DISCOVERY ResearchGroup 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 ResearchGroup 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 – производителей, 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 малопригодной 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 баз 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 **DISCOVERYResearchGroup** исключительно в целях информации. **DISCOVERY ResearchGroup** 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 ResearchGroup 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 ResearchGroup** 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 Adhoc исследования, которое в полной мере будет соответствовать потребностям бизнеса.

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

Также **DISCOVERY ResearchGroup** 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 Компания, Профиль, РБК-Daily, Секрет фирмы и ряд других.

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

Содержание

Список таблиц и диаграмм	10
Таблицы:	10
Диаграммы:	10
Резюме	12
Глава 1. Технологические характеристики исследования.....	13
Цель исследования	13
Задачи исследования.....	13
Объект исследования	13
Метод сбора и анализа данных	Ошибка! Закладка не определена.
Источники получения информации	14
Объем и структура выборки.....	14
Глава 2. Объем и темпы роста рынка устройств для ароматизации помещений	15
Объем и динамика рынка	15
<i>В натуральном выражении</i>	<i>15</i>
<i>В стоимостном выражении (долл. США)</i>	<i>19</i>
<i>В стоимостном выражении (рубли)</i>	<i>22</i>
Доли основных игроков на рынке	25
<i>В натуральном выражении</i>	<i>25</i>
<i>В стоимостном выражении</i>	<i>28</i>
Накопленные итоги за период с 2011 по I пол. 2016 гг.	29
<i>В натуральном выражении</i>	<i>29</i>
<i>В стоимостном выражении (долл. США)</i>	<i>30</i>
<i>В стоимостном выражении (рубли)</i>	<i>31</i>
Глава 3. Импорт в Россию и экспорт из России ароматических устройств для ароматизации помещений	32
Импорт и экспорт по торговым маркам.....	32
<i>В натуральном выражении</i>	<i>32</i>
<i>В стоимостном выражении</i>	<i>34</i>
Импорт и экспорт по странам происхождения	34
<i>В натуральном выражении</i>	<i>34</i>
<i>В стоимостном выражении</i>	<i>34</i>
Импорт и экспорт по странам отправления	34
<i>В натуральном выражении</i>	<i>34</i>

Список таблиц и диаграмм

Отчет содержит 14 таблиц и 10 диаграмм.

Таблицы:

Таблица 1. Объем рынка устройств для ароматизации помещений в России в натуральном выражении, шт.

Таблица 2. Объем рынка устройств для ароматизации помещений в России в стоимостном выражении, долл. США.

Таблица 3. Объем рынка устройств для ароматизации помещений в России в стоимостном выражении, тыс. руб.

Таблица 4. Доли основных игроков на рынке устройств для ароматизации помещений в России в натуральном выражении, %.

Таблица 5. Доли основных игроков на рынке устройств для ароматизации помещений в России в стоимостном выражении, %.

Таблица 6. Общий итог по рынку устройств для ароматизации помещений в России в натуральном выражении за период по основным игрокам рынка, кг и %.

Таблица 7. Общий итог по рынку устройств для ароматизации помещений в России в стоимостном выражении за период по основным игрокам рынка, долл. США и %.

Таблица 8. Общий итог по рынку устройств для ароматизации помещений в России в стоимостном выражении за период по основным игрокам рынка, тыс. руб. и %.

Таблица 9. Импорт в Россию и экспорт из России устройств для ароматизации помещений в натуральном выражении по торговым маркам, шт.

Таблица 10. Импорт в Россию и экспорт из России устройств для ароматизации помещений в стоимостном выражении по торговым маркам, долл. США.

Таблица 11. Импорт в Россию и экспорт из России устройств для ароматизации помещений в натуральном выражении по странам происхождения, шт.

Таблица 12. Импорт в Россию и экспорт из России устройств для ароматизации помещений в стоимостном выражении по странам происхождения, долл. США.

Таблица 13. Импорт в Россию и экспорт из России устройств для ароматизации помещений в натуральном выражении по странам отправления, шт.

Таблица 14. Импорт в Россию и экспорт из России устройств для ароматизации помещений в стоимостном выражении по странам отправления, долл. США.

Диаграммы:

Диаграмма 1. Объем и темпы прироста рынка устройств для ароматизации помещений в России в натуральном выражении, шт. и % прироста.

Диаграмма 2. Объем и темпы прироста рынка устройств для ароматизации помещений в России в стоимостном выражении, долл. США и % прироста.

Диаграмма 3. Структура рынка устройств для ароматизации помещений в России по основным игрокам в натуральном выражении, %.

Диаграмма 4. Структура рынка устройств для ароматизации помещений в России по основным игрокам в стоимостном выражении, %.

Диаграмма 5. Импорт в Россию и экспорт из России устройств для ароматизации помещений в натуральном выражении, шт.

Диаграмма 6. Импорт в Россию и экспорт из России устройств для ароматизации помещений в стоимостном выражении, долл. США.

Диаграмма 7. Импорт устройств для ароматизации помещений в Россию в натуральном выражении по странам происхождения, шт. и %.

Диаграмма 8. Импорт устройств для ароматизации помещений в Россию в стоимостном выражении по странам происхождения, шт. и %.

Диаграмма 9. Импорт устройств для ароматизации помещений в Россию в натуральном выражении по странам отправления, шт. и %.

Диаграмма 10. Импорт устройств для ароматизации помещений в Россию в стоимостном выражении по странам отправления, шт. и %.

Резюме

В ноябре 2016 года маркетинговое агентство DISCOVERY ResearchGroup завершило исследование российского рынка устройств для ароматизации помещений.

Объем рынка ароматических устройств в 2015 году составил в натуральном выражении 5 660 шт., что на 15,3% меньше показателя 2014 года. В I пол. 2016 года показатель составил 826 шт.

Объем рынка устройств для ароматизации помещений в рублевом выражении составил в 2015 году 42,4 млн. руб., что на 29,3% меньше показателя 2014 года. В I пол. 2016 года объем рынка составил только 14,9 млн. руб.

В объеме рынка ароматических устройств в России в I пол. 2016 года в натуральном и стоимостном выражении лидирует игрок AROMAGROUP.

В объеме импорта устройств для ароматизации помещений в Россию в I пол. 2016 года по странам происхождения лидирует Китай.

Глава 1. Технологические характеристики исследования

Цель исследования

Охарактеризовать текущее состояние и перспективы развития рынка устройств для ароматизации помещений в России.

Задачи исследования

1. Определить объем рынка устройств для ароматизации помещений в натуральном выражении.
2. Определить объем рынка устройств для ароматизации помещений в стоимостном выражении.
3. Определить динамику объема рынка устройств для ароматизации помещений в натуральном выражении.
4. Определить динамику объема рынка устройств для ароматизации помещений в стоимостном выражении.
5. Определить доли рынка, занимаемые брендами производителей в натуральном выражении.
6. Определить доли рынка, занимаемые брендами производителей в стоимостном выражении.
7. Определить страны происхождения устройств для ароматизации помещений, поставляемых в Россию.
8. Определить страны отправления устройств для ароматизации помещений, поставляемых в Россию.

Объект исследования

Рынок устройств для ароматизации помещений в России.

Метод сбора и анализа данных

Мониторинг документов.

В общем виде целью кабинетного исследования является проанализировать ситуацию на рынке стретч-пленки 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 баз 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.

Глава 2. Объем и темпы роста рынка устройств для ароматизации помещений

В данной Главе рассматривается объем рынка устройств для ароматизации помещений в России за период с 2011 по I пол. 2016 гг.

Объем рынка рассчитывался как разность между импортными и экспортными поставками ароматизирующей продукции.

Примечание: отрицательные значения в таблицах указывают на то, что экспорт превышал значение импорта в том или ином году.

При построении диаграмм по структуре рынка в разрезе игроков учитывались только положительные значения.

Объем и динамика рынка

В натуральном выражении

Объем рынка устройств для ароматизации помещений в 2015 году составил в натуральном выражении ... шт., что на ...% ... показателя 2014 года. В I пол. 2016 года показатель составил ... шт.

Таблица 1. Объем рынка ароматических устройств для ароматизации помещений в России в натуральном выражении, 2011 – I пол. 2016 гг., шт.

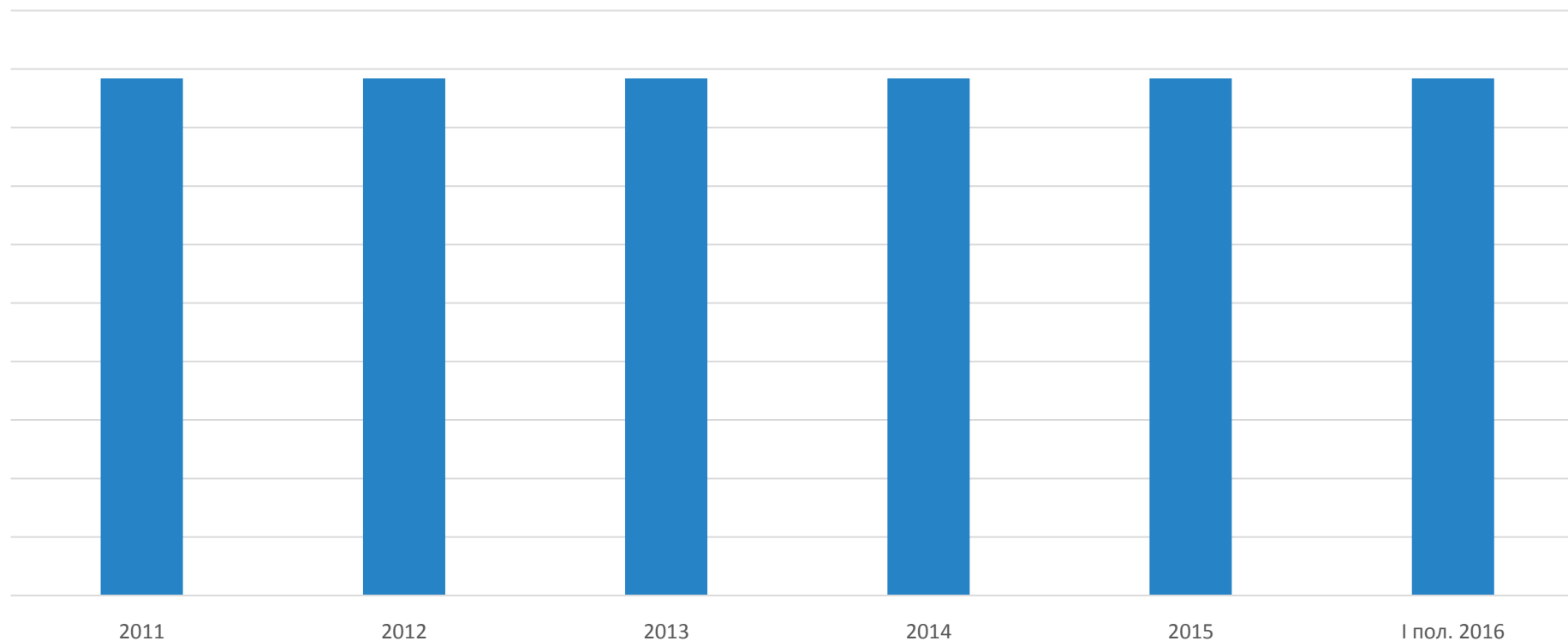
Категория	Бренд	2011	2012	2013	2014	2015	I Пол 2016
		РЫНОК	РЫНОК	РЫНОК	РЫНОК	РЫНОК	РЫНОК
Устройство для ароматизации помещений	ABSOLUTE AROMAS						

Анализ рынка устройств для ароматизации помещений в России

	ПРОЧИЕ					
Устройство для ароматизации помещений Итог						

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group

Диаграмма1. Объем и темпы прироста рынка ароматических устройств для ароматизации помещений в России в натуральном выражении, 2011 – I пол. 2016 гг., шт. и % прироста



Источник: расчеты DISCOVERY ResearchGroup

В стоимостном выражении (долл. США)

Объем рынка устройств для ароматизации помещений в 2015 году составил в долларовом выражении ...

Примечание: объем рынка в долларовом выражении представлен без изменений в таможенных ценах, представленных в декларациях ТН ВЭД.

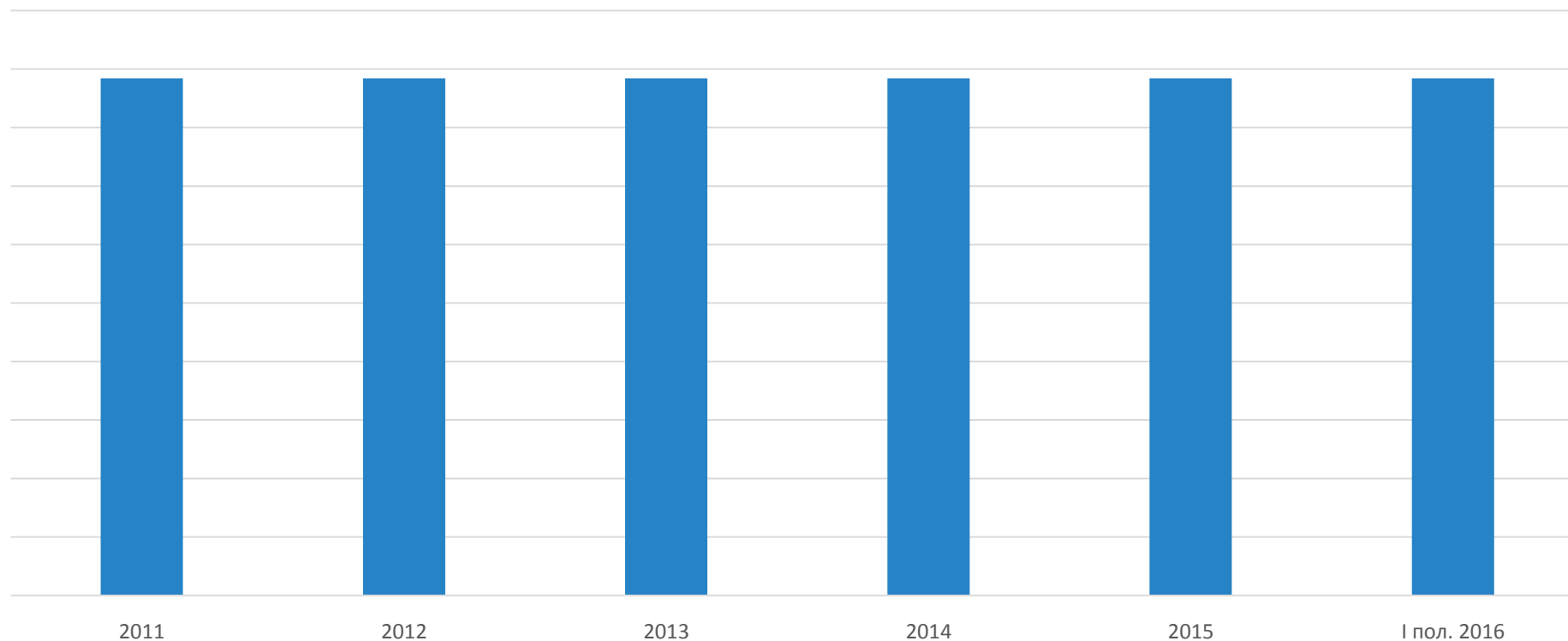
Таблица 2. Объем рынка устройств для ароматизации помещений в России в стоимостном выражении, 2011 – I пол. 2016 гг., долл. США

Категория	Бренд	2011	2012	2013	2014	2015	I Пол 2016
		РЫНОК	РЫНОК	РЫНОК	РЫНОК	РЫНОК	РЫНОК
Устройство для ароматизации помещений	ABSOLUTE AROMAS						

	ПРОЧIE					
Устройство для ароматизации помещений Итог						

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group

Диаграмма2. Объем и темпы прироста рынка устройств для ароматизации помещений в России в стоимостном выражении, 2011 – I пол. 2016 гг., долл. США и % прироста



Источник: расчеты DISCOVERY ResearchGroup

В стоимостном выражении (рубли)

Объем рынка устройств для ароматизации помещений в рублевом выражении составил в 2015 году ...

...

Примечание: объем рынка в рублевом выражении был получен при пересчете таможенных цен в розничные рублевые цены на ароматические устройства для помещений. Для анализа брались средние показатели розничных цен, представленные в российских интернет-магазинах. Все цены за период рассчитаны в ценах 2016 года (т. е. в сопоставимых ценах).

Таблица 3. Объем рынка устройств для ароматизации помещений в России в стоимостном выражении, 2011 – I пол. 2016 гг., руб.

Таблица 4. Объем рынка устройств для ароматизации помещений в России в стоимостном выражении, 2011 – I пол. 2016 гг., долл. США

Категория	Бренд	2011	2012	2013	2014	2015	I Пол 2016
		РЫНОК	РЫНОК	РЫНОК	РЫНОК	РЫНОК	РЫНОК
Устройство для ароматизации помещений	ABSOLUTE AROMAS						

Анализ рынка устройств для ароматизации помещений в России

	ПРОЧИЕ						
Устройство для ароматизации помещений Итог							

Источник: расчеты DISCOVERY ResearchGroup

Доли основных игроков на рынке

В натуральном выражении

В объеме рынка устройств для ароматизации помещений в России в I пол. 2016 года в натуральном выражении лидирует игрок ...

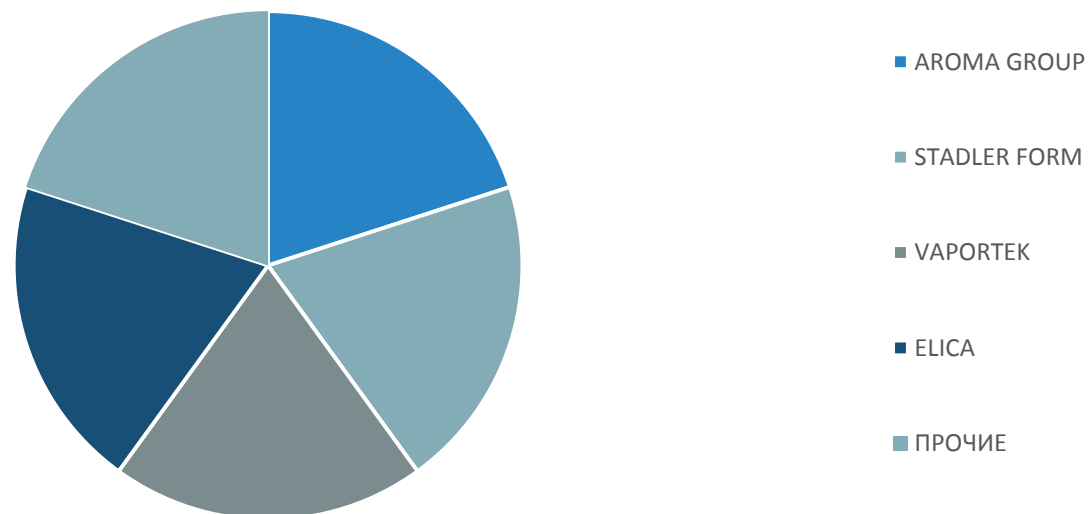
Таблица 5. Доли основных игроков на рынке устройств для ароматизации помещений в России в натуральном выражении, 2011 – I пол. 2016 гг., %

Категория	Бренд	2011	2012	2013	2014	2015	I Пол 2016
		РЫНОК	РЫНОК	РЫНОК	РЫНОК	РЫНОК	РЫНОК
Устройство для ароматизации помещений	ABSOLUTE AROMAS						

	ПРОЧИЕ					
	Устройство для ароматизации помещений Итого					

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group

Диаграмма 3. Структура рынка устройств для ароматизации помещений в России по основным игрокам в натуральном выражении, Iпол. 2016 г., %



Источник: расчеты DISCOVERY ResearchGroup

В стоимостном выражении

Накопленные итоги за период с 2011 по I пол. 2016 гг.

В натуральном выражении

На рынке устройств для ароматизации помещений в натуральном выражении суммарно за период с 2011 по I пол. 2016 гг. лидирует бренд ...

...

Таблица 6. Общий итог по рынку устройств для ароматизации помещений в России в натуральном выражении за период с 2011 по I пол. 2016 гг. по основным игрокам рынка, кг и %

Категория	Бренд	Накопленный итог за период	Доля рынка игрока за период
Устройство для ароматизации помещений	OREGON		
	ПРОЧИЕ		
Устройство для ароматизации помещений Итог			

Источник: расчеты DISCOVERY ResearchGroup

В стоимостном выражении (долл. США)

На рынке устройств для ароматизации помещений в стоимостном выражении суммарно за период с 2011 по I пол. 2016 гг. лидирует бренд ...

...

Таблица 7. Общий итог по рынку устройств для ароматизации помещений в России в стоимостном выражении за период с 2011 по I пол. 2016 гг. по основным игрокам рынка, долл. США и %

Категория	Бренд	Накопленный итог за период	Доля рынка игрока за период
Устройство для ароматизации помещений	PROLITEC		
	ПРОЧИЕ		
Устройство для ароматизации помещений Итого			

Источник: расчеты DISCOVERY ResearchGroup

В стоимостном выражении (рубли)

Глава 3. Импорт в Россию и экспорт из России ароматических устройств для ароматизации помещений

Импорт и экспорт по торговым маркам

В натуральном выражении

Далее представлена информация по импорту и экспорту устройств для ароматизации помещений в разрезе по торговым маркам в натуральном выражении.

Таблица 8. Импорт в Россию и экспорт из России устройств для ароматизации помещений в натуральном выражении по торговым маркам, 2011 – I пол. 2016 гг., шт.

Категория	Бренд	2011		2012		2013		2014		2015		I Пол 2016	
		ИМ	ЭК	ИМ	ЭК	ИМ	ЭК	ИМ	ЭК	ИМ	ЭК	ИМ	ЭК
Устройство для ароматизации помещений	ABSOLUTE AROMAS												

	ПРОЧИЕ												
Устройство для ароматизации													

помещений Итог												
----------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Источник: расчеты DISCOVERY ResearchGroup

В стоимостном выражении

Импорт и экспорт по странам происхождения

В натуральном выражении

В стоимостном выражении

Импорт и экспорт по странам отправления

В натуральном выражении

В стоимостном выражении

Агентство маркетинговых исследований

DISCOVERY RESEARCH GROUP

125438, Москва, ул. Михалковская 63Б, стр. 4, этаж 5

БЦ «Головинские пруды»

Тел. +7 (495) 601-91-49, (495) 968-13-14

Факс: +7 (495) 601-91-49

e-mail: research@drgroup.ru

www.drgroup.ru

Схема проезда

