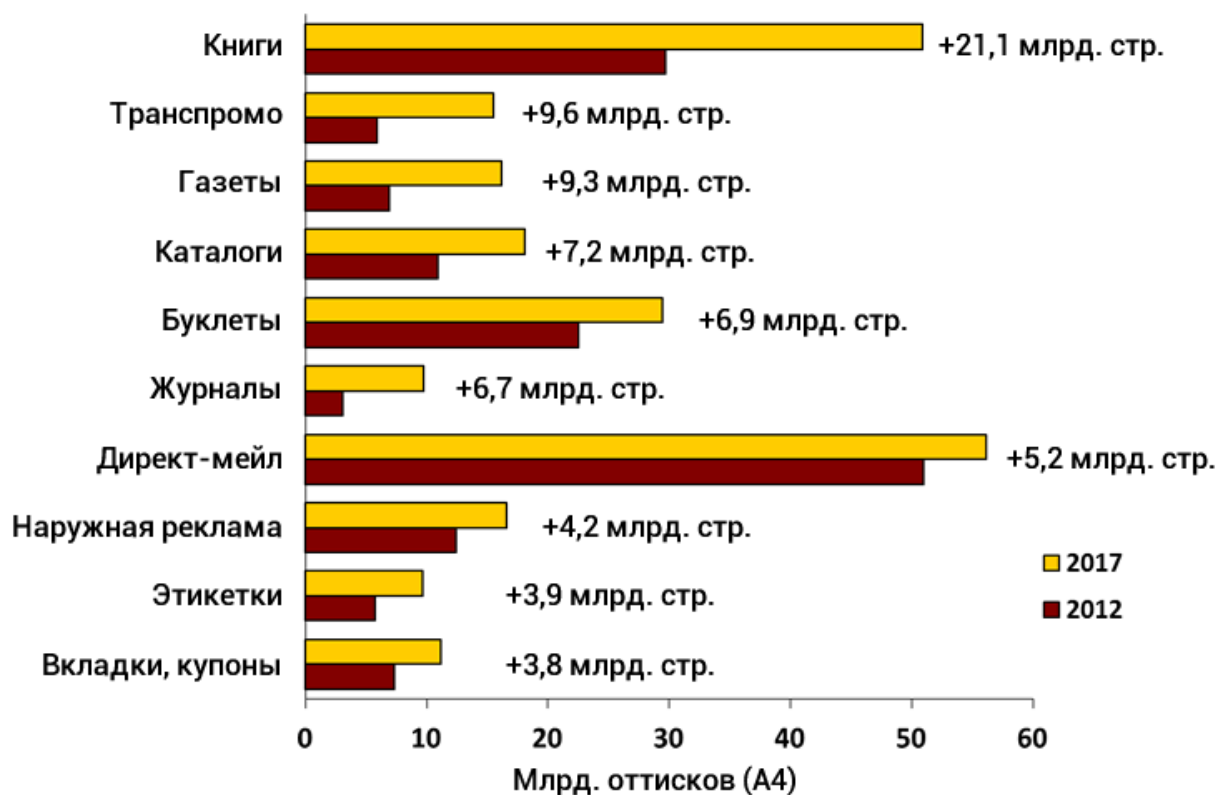


# 2017

## Отчет по маркетинговому исследованию рынка услуг цифровой полиграфии




10 наиболее быстро растущих сегментов рынка цифровой печати в Западной Европе, 2012-2017 гг.

## Оглавление

1. Цель исследования рынка услуг цифровой полиграфии .....	3
2. Возможности имеющегося оборудования .....	3
3. Ограничения возможного развития продукта .....	4
4. Характеристика действующих услуг компании .....	4
4.1. Структура .....	4
4.2. Оценка емкости рынка .....	5
4.2.1. Услуги цифровой полиграфии .....	5
4.2.2. Услуги изготовления наружной рекламы .....	8
4.3. Конкуренция .....	9
4.3.1. Услуги цифровой полиграфии .....	9
4.3.2. Услуги изготовления наружной рекламы .....	11
4.3.3. Сводный анализ факторов конкуренции .....	11
4.4. Анализ факторов, влияющих на развитие рынка .....	12
4.4.1. Услуги цифровой полиграфии .....	12
4.4.2. Услуги изготовления наружной рекламы .....	13
4.4.3. Макроэкономические факторы .....	15
4.5. Прогноз средне- и долгосрочного развития .....	16
4.5.1. Услуги цифровой полиграфии .....	16
4.5.2. Услуги изготовления наружной рекламы .....	17
5. Определение новых клиентских сегментов .....	18
5.1. Торговые сети .....	18
5.1.1. Положение в сегменте .....	18
5.1.2. Оценка емкости рынка .....	19
5.1.3. Анализ факторов, влияющих на развитие сегмента .....	21
5.1.4. Прогноз средне- и долгосрочного развития сегмента .....	21
5.1.5. Возможный ассортимент поставок для возможного развития продукта .....	23
5.1.6. Определение оптовых цен .....	24
5.2. Декораторские мастерские .....	25
5.2.1. Положение в сегменте .....	25
5.2.2. Оценка емкости рынка .....	26
5.2.3. Анализ факторов, влияющих на развитие сегмента .....	26
5.2.4. Прогноз средне- и долгосрочного развития сегмента .....	27
5.2.5. Возможный ассортимент поставок для возможного развития продукта .....	27
5.2.6. Определение оптовых цен .....	28
5.3. Промышленные производства .....	29
5.3.1. Положение в сегменте .....	29
5.3.2. Оценка емкости рынка .....	29
5.3.3. Анализ факторов, влияющих на развитие сегмента .....	30
5.3.4. Прогноз средне- и долгосрочного развития сегмента .....	30
5.3.5. Возможный ассортимент поставок для возможного развития продукта .....	33
5.3.6. Определение оптовых цен .....	34
6. Обзор возможных новых клиентских сегментов .....	34
7. Приложение. Мониторинг цен .....	36

На сайте размещены [примеры отчётов некоторых наших маркетинговых исследований](#), а также [процедура заказа исследования рынка](#). Вы можете также ознакомиться с возможностями [оптимизации расходов](#) на эту услугу в разделе ["Стоимость проведения маркетингового исследования"](#).

 Если вы [заполните эту форму](#), мы подготовим для вас [коммерческое предложение](#), учитывающее специфику вашей задачи.

## **Цель исследования**

Исследование рынка услуг цифровой полиграфии, реализуемых предприятием, определение перспективных рыночных сегментов и направлений.

### **1. Возможности имеющегося оборудования**

Имеющееся в распоряжении предприятия оборудование позволяет оказывать ряд услуг, полный список и структура которых приведены на Диаграмме ..

Цифровая печать выполняется на цифровой печатной машине .....

.....

..... представляет собой напольную цветную лазерную машину для цифровой печати со следующими характеристиками.

.....

#### **Таблица 1. Основные характеристики .....**

.....

#### **Диаграмма 1. Структура услуг предприятия «XXX»**

Совместно с ..... при выполнении заказов на цифровую печать используется следующее дополнительное оборудование:

- .....

Также при выполнении заказов на цифровую печать используются:

- .....

Для широкоформатной печати используется .....

..... представляет собой широкоформатный принтер, .....

.....

#### **Таблица 2. Основные характеристики ...**

Режущий плоттер ..... может использоваться для ..... Основные характеристики данного оборудования приведены в следующей таблице.

.....

.....

#### **Таблица 3. Основные характеристики ...**

..... представляет собой полностью автоматизированный широкоформатный ламинатор (ширина рабочего поля ,... м), предназначенный для .....

Ламинирование осуществляется ..... Основные характеристики данного оборудования приведены в следующей таблице.

.....

.....

**Таблица 4. Основные характеристики .....**

Широкоформатный плоттер ..-... позволяет печатать.

.....

**Таблица 5. Основные характеристики Mimaki SWJ-...**

Для латексной печати используется .....

.....

Для шелкографии используется .....

.....

**Таблица 6. Основные характеристики ...**

Фрезерный станок ..... представляет собой .....

.....

**Таблица 7. Основные характеристики .....**

Аппарат термоусадочный ..... предназначен для .....

.....

Для скоростной печати применяется цифровой дубликатор (ризограф) ..... Основные характеристики данного оборудования приведены в следующей таблице.

.....

.....

**Таблица 8. Основные характеристики RISO EZ ...**

Имеющееся оборудование обладает рядом возможностей, которые в настоящее время на предприятии не задействованы, в частности:

- .....

**2. Ограничения возможного развития продукта**

- .....

**3. Характеристика действующих услуг компании**

**3.1. Структура**

Структура действующих услуг компании приведена в предыдущих разделах.<sup>1</sup>

Для целей анализа рынка можно выделить два основных взаимодополняющих направления реализации услуг компании:

- услуги цифровой полиграфии;
- услуги изготовления наружной рекламы.

---

<sup>1</sup> См. раздел 1 Возможности имеющегося оборудования, Диаграмма 1. Структура услуг предприятия «XXX»

Последующий анализ рынка выполнен в рамках указанных выше направлений.

### **3.2. Оценка емкости рынка**

#### **3.2.1. Услуги цифровой полиграфии**

Услуги цифровой полиграфии, оказываемые предприятием «XXX» относятся к услугам производства печатной продукции производственно-технического назначения, в качестве которой рассматриваются печатные изделия, являющиеся конечным продуктом, используемым в деловом и хозяйственном обороте, или являющиеся промежуточным продуктом, используемым в качестве компонента последующего производства. Основной объем продукции производственно-технического назначения составляют рекламные материалы, а также упаковка и этикетки.

На следующей диаграмме приведена динамика производства печатной продукции производственно-технического назначения.<sup>2</sup>

Как видно из приведенной ниже диаграммы, .....

.....

#### **Диаграмма 2. Динамика производства печатной продукции производственно-технического назначения**

На следующей диаграмме приведены натуральные объемы производства печатной продукции производственно-технического назначения по видам.<sup>3</sup>

.....

#### **Диаграмма 3. Натуральные объемы производства печатной продукции производственно-технического назначения по видам**

Как видно из приведенной выше диаграммы, .....

Необходимо отметить, что объемы выпуска упаковки и этикеток .....

На следующей диаграмме представлена региональная структура выпуска печатной продукции производственно-технического назначения.

.....

#### **Диаграмма 4. Региональная структура выпуска печатной продукции производственно-технического назначения**

Как видно из приведенной выше диаграммы, наибольшие объемы печатной продукции производственно-технического .....

Крупные объемы свидетельствуют о высоком спросе на полиграфические услуги в указанных регионах. В этой связи, регионы .....

---

<sup>2</sup> Источник: .....

<sup>3</sup> Источник: .....

Оценить финансовое положение отрасли можно на основании данных по динамике объема отгруженных товаров собственного производства по виду деятельности «Полиграфическая деятельность», которые приведены на следующей диаграмме.<sup>4</sup>

.....

**Диаграмма 5. Динамика объема отгруженных товаров собственного производства по виду деятельности «Полиграфическая деятельность»**

Как видно из представленной выше диаграммы, .....

По оценкам ....., объем производства печатной продукции производственно-технического назначения составляет около ..% от полного объема производства в рамках полиграфической деятельности.<sup>5</sup> Таким образом, денежный объем рынка печатной продукции производственно-технического назначения в .... г. можно оценить на уровне .. млрд. руб.

На следующей диаграмме приведена региональная структура объема отгруженных товаров собственного производства по виду деятельности «Полиграфическая деятельность».

.....

**Диаграмма 6. Региональная структура объема отгруженных товаров собственного производства по виду деятельности «Полиграфическая деятельность»**

Как видно из приведенной выше диаграммы, .....

На втором месте – .....

Суммарно ЦФО и СЗФО обеспечивают ..% производства полиграфической продукции в денежном выражении.

Учитывая, что ранее было отмечено, что на долю региона Москвы приходится ..% всего натурального объема производства, на долю региона Санкт-Петербурга – ..%, а суммарно эти два региона обеспечивают ..% объема производства печатной продукции производственно-технического назначения в РФ,<sup>6</sup> можно предположить, что .....

Печатная продукция может производиться как традиционными (аналоговыми) методами, так и более современными – цифровыми методами. Об их распространенности можно судить по количественному составу полиграфических предприятий РФ, данные о котором приведены на следующей диаграмме.<sup>7</sup>

---

<sup>4</sup> Информация .....

<sup>5</sup> Источник: .....

<sup>6</sup> См. *Диаграмма 4. Региональная структура выпуска печатной продукции производственно-технического назначения*

<sup>7</sup> Источник: .....

.....

### **Диаграмма 7. Динамика изменения количественного состава полиграфических предприятий РФ**

Как видно из представленной выше диаграммы, .....

Можно также отметить снижение числа крупных и средних предприятий .....

Одновременно следует отметить рост числа .....

Для оценки объемов цифровой печати по видам продукции можно воспользоваться данными исследования американского аналитического агентства ....., приведенными на следующей диаграмме.<sup>8</sup>

.....

### **Диаграмма 8. Развитие рынка цифровой печати в Восточной Европе**

Приведенные в диаграмме данные можно экстраполировать на Россию, принимая во внимание, что население Восточной Европы составляет ... млн. чел., а население России – ..., млн. чел. Таким образом, чтобы получить прогнозные данные по натуральным объемам рынка РФ нужно увеличить данные для Восточной Европы на .%. Результаты таких расчетов приведены на следующей диаграмме.

.....

### **Диаграмма 9. Оценка натуральных объемов рынка цифровой печати в РФ по видам продукции в .... г.**

Объем рынка, в рамках которого может работать и развиваться предприятие «XXX» ограничен продукцией, которую можно выпускать на имеющемся оборудовании. В следующей таблице приведен потенциальный объем рынка для предприятия «XXX» в натуральном выражении.

<b>Виды продукции</b>	<b>Натуральный объем рынка, млрд. отпечатков А.</b>
Каталоги	...
Этикетки	...
Буклеты	...
Вкладки, купоны	...
Транспромо	...
Директ-мейл	...
Наружная реклама	...
<b>ИТОГО</b>	<b>....</b>

<sup>8</sup> Данные приведены в .....

**Таблица 9. Потенциальный объем рынка для предприятия «XXX» в натуральном выражении**

Отдельно целесообразно рассмотреть сегмент печати по тканям. На следующей диаграмме приведены динамика мирового рынка печати по тканям.<sup>9</sup>

.....

**Диаграмма 10. Динамика мирового рынка печати по тканям**

Как видно из приведенной выше диаграммы, .....

Приведенные данные по объемам мирового рынка печати на тканях можно экстраполировать на Россию по доли населения России в общем мировом населении, которая составляет около .%. Таким образом, в ... г. натуральный объем российского рынка цифровой печати по тканям составит около .. млн. кв. м.

В следующей таблице представлен сводный анализ рыночных факторов по разделу.

.....

**Таблица 10. Сводный анализ факторов спроса**

Сводный анализ рыночных факторов показал, что .....

**3.2.2. Услуги изготовления наружной рекламы**

Данные об объеме рынка наружной рекламы предоставлены .....– ведущей и крупнейшей профессиональной ассоциацией участников российского рынка рекламы и маркетинговых коммуникаций. Ассоциация объединяет более ... участников рынка коммерческих коммуникаций Российской Федерации, среди которых: .....<sup>10</sup>

На следующей диаграмме представлена динамика объемов наружной рекламы в РФ.

.....

**Диаграмма 11. Динамика объемов наружной рекламы в РФ**

Как видно из представленной выше таблицы, .....

Тем не менее, нельзя не отметить и .....

На следующей диаграмме представлены объемы наружной рекламы в РФ по региональным рынкам.

Как видно из приведенной ниже диаграммы, .....

.....

---

<sup>9</sup> Источник: .....

<sup>10</sup> .....



### **Диаграмма 12. Объемы наружной рекламы в РФ по региональным рынкам**

На следующей диаграмме представлено географическое распределение объемов наружной рекламы.

.....

### **Диаграмма 13. Географическое распределение объемов наружной рекламы**

Как видно из представленной выше диаграммы, .....

..

.....

.....

### **Диаграмма 14. Динамика объемов рекламы на транспорте в Санкт-Петербурге**

Как видно из представленной выше диаграммы .....

В целом, общий потенциальный объем рынка, на котором предприятие «XXX» может реализовывать свои услуги в Санкт-Петербурге, составляет .. млрд. руб. (., млрд. руб. на рынке наружной рекламы и ,... млрд. руб. на рынке транспортной рекламы).

В следующей таблице представлен сводный анализ рыночных факторов по разделу.

.....

### **Таблица 11. Сводный анализ факторов спроса**

Сводный анализ рыночных факторов показал, что .....

#### **3.3. Конкуренция**

##### **3.3.1. Услуги цифровой полиграфии**

О концентрации полиграфического рынка можно судить по количественному составу полиграфических предприятий РФ, данные о котором приведены на Диаграмме ...<sup>11</sup>

Как видно из приведенной ниже диаграммы, .....

Большинство из этих предприятий относятся к .....

.....

---

<sup>11</sup> Источник: .....

**Диаграмма 15. Динамика изменения количественного состава полиграфических предприятий РФ**

На следующей диаграмме представлено распределение численности цифровых типографий по регионам.

.....

**Диаграмма 16. Распределение численности цифровых типографий по регионам**

Как видно из представленной выше диаграммы, .....

На втором месте – .....

На третьем месте – .....

На следующей диаграмме представлена структура распределения численности цифровых типографий.

.....

**Диаграмма 17. Структура распределения численности цифровых типографий**

Как видно из представленной выше диаграммы, .....

.....

Таким образом, концентрация рынка в регионе .....

Необходимо также отметить, что в течение последних двух десятилетий конкурентное давление на рассматриваемый рынок оказывают не только его участники, но и другие рынки, в частности .....

По данным участников рынка,<sup>12</sup> кризисные явления в экономике периода ....-.... гг. вызвали .....

Для определения основных направлений деятельности участников рынка полиграфических услуг и в целях повышения эффективности производства в развивающейся кризисной ситуации был проведен выборочный опрос руководителей полиграфических предприятий Москвы и Московской области о том, с какими проявлениями кризиса они столкнулись и какие антикризисные меры приняли в .... г. В опросе приняли участие .. руководителя (.% от числа разосланных анкет). Результаты опроса представлены на следующей диаграмме.

.....

.....

---

<sup>12</sup> Данные приведены в .....

.....

### **Диаграмма 18. Результаты опроса руководителей полиграфических предприятий Москвы и Московской области**

Как видно из представленной выше диаграммы, .....

Анализ направлений деловой активности участников полиграфического рынка, принявших участие в опросе, позволяет сделать вывод о том, что на предприятиях .....

#### **3.3.2. Услуги изготовления наружной рекламы**

По направлению деятельности, связанному с изготовлением наружной рекламы, необходимо отметить .....<sup>13</sup>

.....

### **Диаграмма 19. Динамика структуры объемов наружной рекламы**

Как видно из приведенной выше диаграммы, .....

Таким образом, производители традиционной печатной наружной рекламы .....

На следующей диаграмме приведены данные по консолидации рынка наружной рекламы по данным компании .....<sup>14</sup>

.....

### **Диаграмма 20. Консолидация рынка наружной рекламы**

Как видно из приведенной выше диаграммы, .....

Этот процесс снижает конкуренцию в среде компаний, оказывающих услуги по изготовлению наружной рекламы, т.к. на рынок выходят новые операторы, которые ищут себе партнеров по изготовлению рекламы, кроме того, мелкие операторы более склонны работать с несколькими изготовителями, нежели с одним стратегическим, что характерно для крупных операторов.

#### **3.3.3. Сводный анализ факторов конкуренции**

В следующей таблице представлен сводный анализ рыночных факторов по разделу.

.....

### **Таблица 12. Сводный анализ факторов конкуренции**

Сводный анализ рыночных факторов показал, что .....

---

<sup>13</sup> .....//...../

<sup>14</sup> .....//...../

### **3.4. Анализ факторов, влияющих на развитие рынка**

#### **3.4.1. Услуги цифровой полиграфии**

Все участники рынка услуг цифровой полиграфии отмечают,<sup>15</sup> что традиционный печатный бизнес, связанный с производством больших тиражей периодических изданий или книжной продукции, в последние годы .....

Производственные мощности, связанные с традиционной печатью .....

Инвестиции в данном направлении полиграфического производства.

.....

#### **Диаграмма 21. Инвестиции в основной капитал в рамках издательской и полиграфической деятельности**

В то же время развиваются новые формы и рыночные стратегии, среди которых набирает популярность концепция .....<sup>16</sup>

В настоящее время большая часть (..) отечественных полиграфических предприятий представлена .....<sup>17</sup> В основном малые цифровые типографии работают в сфере .....

Согласно последнему исследованию американского аналитического агентства ....., российский рынок цифровой печати будет .....

.....

#### **Диаграмма 22. Динамика рынка печати по требованию в РФ**

Из технологий наибольшее развитие в ближайшей перспективе получит .....<sup>18</sup>

.....

#### **Диаграмма 23. Прогноз роста объемов печатного производства по технологиям**

К настоящему моменту, на базе масштабного применения цифровых полиграфических машин в отечественной полиграфии образовался и получил быстрое развитие самостоятельный сегмент рынка полиграфических работ .....

Малые цифровые типографии предлагают заказчику .....

В качестве положительного примера применения концепции печати по требованию можно привести компанию .....<sup>19</sup>

Другой пример – полиграфическая компания .....

<sup>15</sup> .. 2015

<sup>16</sup> ..... (.....) – .....

<sup>17</sup> ... *Диаграмма 16. Распределение численности цифровых типографий по регионам*

<sup>18</sup> ..... «..... 2020 ..»

<sup>19</sup> .....

.....

В конце .... г. были опубликованы выводы глобального аналитического исследования компании ....., в связи с предстоящей в .... г. .... Основной вывод выполненного исследования декларирует, что «.....

Среди основных драйверов роста полиграфических услуг выделяется .....<sup>20</sup>

Опережающими темпами продолжит развиваться сегмент .....<sup>21</sup>

.....

#### **Диаграмма 24. Динамика мирового рынка печати по тканям**

Как видно из приведенной выше диаграммы, .....

В изменяющихся условиях ведения бизнеса на текущем этапе возникает периодическая необходимость во внесении определенных корректив в действующие стратегические планы многих типографий. В качестве примера можно привести опыт московской типографии .....<sup>22</sup>

В настоящее время в условиях кризиса на одно из главных мест в организации полиграфического производства выходит .....

Анализ объемов продаж оборудования и расходных материалов за период ....-.... гг. показал рост в следующих направлениях:

- .....
- .....

#### **3.4.2. Услуги изготовления наружной рекламы**

На следующей диаграмме представлена динамика объема наружной рекламы на цифровых носителях.<sup>23</sup>

.....

#### **Диаграмма 25. Динамика объема наружной рекламы на цифровых носителях**

Для рынка наружной рекламы последних лет характерен .....

Как видно из приведенной выше диаграммы, .....

Если рост продолжится такими же темпами, то к .... г. доля .....

Для такого развития событий имеются все предпосылки: .....

На следующей диаграмме представлена динамика структуры объемов основных товарных категорий в наружной рекламе в РФ по данным .....<sup>24</sup>

---

<sup>20</sup> ..... «... .. 2030»

<sup>21</sup> ..... 7, 2014

<sup>22</sup> ..... № 8, 2015 ..

<sup>23</sup> .....//...../

.....

### **Диаграмма 26. Динамика структуры объемов основных товарных категорий в наружной рекламе в РФ**

Как видно из представленной выше диаграммы, .....

Доли указанных сегментов в рассматриваемом периоде растут, в перспективе эта тенденция продолжится.

На следующей диаграмме представлены крупнейшие рекламодатели рынка наружной рекламы в .... г.

.....

### **Диаграмма 27. Крупнейшие рекламодатели рынка наружной рекламы**

В недавнее время власти крупных городов — Москвы, Санкт-Петербурга и Казани — ужесточили правила размещения рекламы на улицах. ....

В ....-.... гг. в Петербурге истекло ..% (... тыс.) договоров на установку рекламных конструкций на городской земле и зданиях. В .... г. Смольный утвердил новую схему размещения рекламы, .....<sup>25</sup>

Комитет по печати Санкт-Петербурга объясняет задержку с проведением торгов тем, что .....

После завершения торгов в Санкт-Петербурге следует ожидать .....

На следующей диаграмме представлена динамика структуры объемов основных товарных категорий в наружной рекламе в Санкт-Петербурге.

.....

### **Диаграмма 28. Структура объемов основных товарных категорий в наружной рекламе в Санкт-Петербурге**

Как видно из представленной выше диаграммы, .....

В Санкт-Петербурге на долю агентств приходится ..% размещений наружной рекламы, на долю прямых рекламодателей — ..%. Соотношение федеральных и локальных клиентов — ..% и ..%.

Основными участниками рынка наружной рекламы Санкт-Петербурга по данным ....., является пятерка операторов, владеющих большей частью рекламных поверхностей в городе, количество которых на данный момент равняется .. ....

Наиболее популярным форматом рекламоносителя являются .....

---

<sup>24</sup> ....-....., ....//...../

<sup>25</sup> «..... .. ..», ....//.....-...../.....-...../.....-.....-.....-.....-.....

В сфере рекламы на транспорте основными рекламодателями также являются .....

По прогнозам .....<sup>26</sup> в .... г. рынок наружной рекламы в РФ .....

### **3.4.3. Макроэкономические факторы**

В более далекой перспективе развитие рассматриваемых рынков будет определяться развитием экономики и макроэкономическими факторами, которые целесообразно рассмотреть.

На следующей диаграмме приведена динамика ВВП РФ с прогнозом на два года по данным .....

.....

#### **Диаграмма 29. Динамика ВВП РФ**

Как видно из представленной выше диаграммы, .....

Падение цен на нефть вызвало сокращение денежных потоков в Россию, и падение курса национальной валюты, что наглядно показано на следующей диаграмме.

.....

#### **Диаграмма 30. Цена нефти и курс рубля**

Падение национальной валюты оказало отрицательное влияние на объемы внешней торговли. Динамика внешней торговли представлена на следующей диаграмме.

.....

#### **Диаграмма 31. Внешняя торговля РФ**

Как видно из представленной выше диаграммы, .....

На следующей диаграмме представлена динамика инвестиций в коммерческую недвижимость РФ по данным компании ..... Инвестиции в коммерческую недвижимость отражают прогнозы компаний различного профиля по развитию ситуации. Рост инвестиций означает, что инвесторы прогнозируют рост экономики страны в целом.

.....

#### **Диаграмма 32. Динамика инвестиций в коммерческую недвижимость РФ**

Как видно из приведенной выше диаграммы, .....

Вместе с тем, кризисные явления оказали не только негативное влияние на экономику страны, но и являются путем к дальнейшему развитию. В результате падения курса рубля местные товары стали дешевле, что должно стать причиной

---

<sup>26</sup> .....

развития внутреннего производства, которое будет постепенно замещать импорт. Развитие внутреннего производства также позволит снизить зависимость страны от экспорта сырья и цен на него.

В результате перестройки экономики прогнозируется новый период роста ВВП, который начнется с .... г.

В соответствии с прогнозом Минэкономразвития РФ:<sup>27</sup> в .... г. планируется спад ВВП на .,%, но уже в .... г. начинается рост – .,%, в .... г. рост ускоряется – .,%, в .... г. – .,%.

Минэкономразвития РФ прогнозирует более быстрое восстановление отдельных отраслей экономики:

- .....

В связи с изложенным выше, среднесрочные и долгосрочные перспективы роста рассматриваемых рынков можно оценить на уровне .% в год.

### 3.5. Прогноз средне- и долгосрочного развития

#### 3.5.1. Услуги цифровой полиграфии

Прогноз основан на факторах, анализ которых представлен в предыдущем разделе:<sup>28</sup>

- .....

Прогноз приведен в следующей таблице.

Показатель	....	....	....	....	....	....
Натуральный объем рынка упаковки, млрд. листов-оттисков	..	..	..	..	..	..
Натуральный объем рынка печати по требованию, млрд. листов-оттисков	..	..	..	..	..	..
Натуральный объем рынка цифровой печати по тканям, млн. кв. м			..	..	..	..

Показатель	....	....	....	....	....	....
Натуральный объем рынка упаковки, млрд. листов-оттисков	..	..	..	..	..	..
Натуральный объем рынка печати по требованию, млрд. листов-оттисков	..	..	..	..	..	..
Натуральный объем рынка цифровой печати по тканям, млн. кв. м	..	..	..	..	..	..

Показатель	....	....	....	....	....	....
Натуральный объем рынка упаковки, млрд. листов-оттисков	..	..	..	..	..	..

<sup>27</sup> .....

<sup>28</sup> См. 3.4 Анализ факторов, влияющих на развитие рынка



Показатель	....	....	....	....	....	....
Натуральный объем рынка печати по требованию, млрд. листов-оттисков	...	...	...	...	...	...
Натуральный объем рынка цифровой печати по тканям, млн. кв. м	...	...	...	...	...	...

**Таблица 13. План средне- и долгосрочного развития рынка услуг цифровой полиграфии**

### 3.5.2. Услуги изготовления наружной рекламы

Прогноз основан на факторах, анализ которых представлен в предыдущем разделе:<sup>29</sup>

- .....<sup>30</sup>

Прогноз приведен в следующей таблице.

Показатель	....	....	....	....	....	....
Объем рынка наружной рекламы, млрд. руб.	...	...	...	...	...	...
Доля наружной рекламы в цифровых носителях, %	..%	..%	..%	..%	..%	..%
Объем рынка наружной рекламы в печатных носителях, млрд. руб.	...	...	...	...	...	...
Объем рынка услуг по изготовлению печатной наружной рекламы, млрд. руб.	..	..	..	..	..	..

Показатель	....	....	....	....	....	....
Объем рынка наружной рекламы, млрд. руб.	...	...	...	...	...	...
Доля наружной рекламы в цифровых носителях, %	..%	..%	..%	..%	..%	..%
Объем рынка наружной рекламы в печатных носителях, млрд. руб.	...	...	...	...	...	...
Объем рынка услуг по изготовлению печатной наружной рекламы, млрд. руб.	..	..	..	..	..	..

Показатель	....	....	....	....	....	....
Объем рынка наружной рекламы, млрд. руб.	...	...	...	...	...	...
Доля наружной рекламы в цифровых носителях, %	..%	..%	..%	..%	..%	..%
Объем рынка наружной рекламы в печатных носителях, млрд. руб.	...	...	...	...	...	...
Объем рынка услуг по изготовлению печатной наружной рекламы, млрд. руб.	..	..	..	..	..	..

<sup>29</sup> См. 3.4 Анализ факторов, влияющих на развитие рынка

<sup>30</sup> Оценка на основе .....

**Таблица 14. План средне- и долгосрочного развития рынка услуг изготовления наружной рекламы**

**4. Определение новых клиентских сегментов**

**4.1. Торговые сети**

**4.1.1. Положение в сегменте**

На следующей диаграмме представлена динамика оборота розничной торговли РФ по данным .....

.....

**Диаграмма 33. Динамика оборота розничной торговли РФ**

Как видно из представленной выше диаграммы, .....

Всего за период ....-.... гг. оборот розничной торговли РФ вырос на ..%.

На следующей диаграмме представлен оборот розничной торговли в регионах Москвы и Санкт-Петербурга по данным Росстата.

Как видно из представленной ниже диаграммы, .....

В остальных рассмотренных регионах темпы роста не превышали средних по стране. В Московской области они составили ..% за период ....-.... гг., в Москве – ..%, в Санкт-Петербурге – ..%. Тем не менее, приведенные показатели демонстрируют, что рынок растет очень динамично.

.....

**Диаграмма 34. Оборот розничной торговли в регионах Москвы и Санкт-Петербурга**

На следующей диаграмме приведена динамика доли оборота розничных сетей в общем обороте розничной торговли РФ по данным Росстата. Как видно из приведенной ниже диаграммы, .....

.....

**Диаграмма 35. Динамика доли оборота розничных сетей в общем обороте розничной торговли РФ**

На основании приведенных выше данных можно рассчитать оборот розничных сетей по России и ее регионам.

.....

**Диаграмма 36. Динамика оборота розничных сетей РФ**

Как видно из приведенной выше диаграммы, .....

.....

### **Диаграмма 37. Оборот розничных сетей в регионах Москвы и Санкт-Петербурга**

Как видно из приведенной выше диаграммы, .....

Во всех рассмотренных регионах оборот розничных торговых сетей за период ....-.... гг. вырос в . раза, что на ..% ниже темпов роста, продемонстрированных в среднем по стране.

Можно отметить, что оборот розничных торговых сетей в регионе Санкт-Петербурга, .....

На следующей диаграмме представлена динамика доли оборота регионов Москвы и Санкт-Петербурга в общем обороте розничной торговли РФ.

Как видно из приведенной ниже диаграммы, .....

Иная картина наблюдается в регионе Санкт-Петербурга, где региональная доля в обороте розничных сетей .....

.....

### **Диаграмма 38. Динамика доли оборота регионов Москвы и Санкт-Петербурга в общем обороте розничной торговли РФ**

В следующей таблице приведен ТОП-.. крупнейших по выручке ритейлеров в .... г.<sup>31</sup>

.....

#### **Таблица 15. ТОП-.. крупнейших по выручке ритейлеров РФ**

.....

По итогам .... г. прогнозируется,<sup>32</sup> что .....

В полный список аналитической компании ..... вошли ... розничных сетей РФ. Средний рост выручки в .... г. составил ..%, что говорит о динамичном развитии данного розничного сегмента.

В следующей таблице представлен сводный анализ рыночных факторов по разделу.

.....

#### **Таблица 16. Сводный анализ рыночных факторов**

#### **4.1.2. Оценка емкости рынка**

В следующей таблице приведен расчет объема рынка услуг по изготовлению наружной рекламы для розничных сетей.

Показатель	Значение	Примечание
------------	----------	------------

<sup>31</sup> .. ..... , .....: //...../

<sup>32</sup> .....: //...../.../3006978

Показатель	Значение	Примечание
Расходы на наружную рекламу торговли, % от общего объема наружной рекламы	..%	См. Диаграмма 26. Динамика структуры объемов основных товарных категорий в наружной рекламе в РФ
Объем рынка наружной рекламы РФ, млрд. руб. в год	...	См. Диаграмма 11. Динамика объемов наружной рекламы в РФ
Объем рынка наружной рекламы торговли РФ, млрд. руб. в год	..,	Расчетная величина
Доля затрат на изготовление наружной рекламы от общей стоимости рекламы	..%	См. 3.5 Прогноз средне- и долгосрочного развития
<b>Объем рынка услуг по изготовлению наружной рекламы для розничных сетей РФ, млн. руб. в год</b>	....,	<b>Расчетная величина</b>
Доля региона Санкт-Петербурга в обороте розничных сетей РФ	..%	См. Диаграмма 38. Динамика доли оборота регионов Москвы и Санкт-Петербурга в общем обороте розничной торговли РФ
<b>Объем рынка услуг по изготовлению наружной рекламы для розничных сетей региона Санкт-Петербурга, млн. руб. в год</b>	...,	<b>Расчетная величина</b>
Доля региона Москвы в обороте розничных сетей РФ	..%	См. Диаграмма 38. Динамика доли оборота регионов Москвы и Санкт-Петербурга в общем обороте розничной торговли РФ
<b>Объем рынка услуг по изготовлению наружной рекламы для розничных сетей региона Москвы, млн. руб. в год</b>	....,	<b>Расчетная величина</b>

**Таблица 17. Расчет объема рынка услуг по изготовлению наружной рекламы для розничных сетей**

В отношении рынка цифровой печати для сетевых ритейлеров возможно оценить потенциальный объем рынка, т.к. в зависимости от внутренней политики сети печать может отдаваться на аутсорсинг или выполняться с использованием собственных ресурсов.

В .... г. на аутсорсинг печати перешла розничная сеть .....<sup>33</sup> получены сведения, .....

На основании приведенных данных выполнен следующий расчет потенциального объема рынка цифровой печати для сетевой розницы.

Показатель	Значение	Примечание
Потребности сети «Лента», млн. ед. печатной продукции в год	....,	.....
Выручка «Ленты», млрд. руб.	....,	См. .... <b>Таблица 15. ТОП-.. крупнейших по выручке ритейлеров РФ</b>
Суммарная выручка ритейлеров без «Ленты», млрд. руб.	. ....,	Выручка всех ритейлеров, рассмотренных в <b>Ошибка! Источник ссылки не найден.</b>
Количество печатной продукции всех ритейлеров, млн. ед. в год	. ....,	Экстраполяция данных «Ленты» на весь рынок по выручке
Стоимость единицы печатной продукции, руб.	...,	Средняя цена за оттиск А. при ..% черно-белой и ..% цветной печати в .....
<b>Потенциальный объем рынка услуг цифровой печати для сетевых ритейлеров в РФ, млн. руб.</b>	.. ...	<b>Расчетная величина</b>
Доля региона Санкт-Петербурга в обороте розничных сетей РФ	..%	См. Диаграмма 38. Динамика доли оборота регионов Москвы и Санкт-Петербурга в общем обороте розничной торговли РФ

33 .....

Показатель	Значение	Примечание
Потенциальный объем рынка услуг цифровой печати для розничных сетей региона Санкт-Петербурга, млн. руб.	...	Расчетная величина
Доля региона Москвы в обороте розничных сетей РФ	..%	См. Диаграмма 38. Динамика доли оборота регионов Москвы и Санкт-Петербурга в общем обороте розничной торговли РФ
Потенциальный объем рынка услуг цифровой печати для розничных сетей региона Москвы, млн. руб.	...	Расчетная величина

**Таблица 18. Расчет потенциального объема рынка цифровой печати для сетевой розницы**

#### 4.1.3. Анализ факторов, влияющих на развитие сегмента

По мнению аналитиков .....,<sup>34</sup> ключевыми тенденциями на российском рынке сетевого ритейла, определяющими его развитие в краткосрочной перспективе, являются следующие:

- .....

Тем не менее, не смотря на замедление темпов роста объемов торговли и падение доходов населения, ключевые игроки сетевого ритейла реализуют новые планы развития, в частности, .....<sup>35</sup>

Согласно данным ....., .. крупнейших ритейлеров, работающих на российском рынке, откроют в течение .... г. около .. тыс. торговых объектов.

Около двух третей новых открытий придется на долю операторов сегментов эконом и масс-маркет, ..% - на игроков в среднем ценовом сегменте, ...% - на средний плюс и ...% - на премиум.

Наиболее активно по итогам .... г. развиваются операторы .....

В соответствии с базовым прогнозом Минэкономразвития РФ,<sup>36</sup> рост оборота розничной торговли в .... г. составит .%, в .... г. – ..%, с .... г. – ..%.

#### 4.1.4. Прогноз средне- и долгосрочного развития сегмента

Прогноз основан на следующих факторах, рассмотренных ранее:

- В соответствии с базовым прогнозом Минэкономразвития РФ, рост оборота розничной торговли в .... г. составит .%, в .... г. – ..%, с .... г. – ..%.
- Темпы роста рассматриваемых услуг соответствуют темпам роста розничной торговли.

Прогноз приведен в следующей таблице.

Показатель	...	...	...	...	...	...
Оборот розничной торговли РФ, трлн. руб.	...	...	...	...	...	...

<sup>34</sup> ... «..... (....) . .... 2015»

<sup>35</sup> ...://...../.../.....-.....-2016-.....-5500-.....

<sup>36</sup> ..... «.....-..... .. 2017 ... .. 2018 . 2019 .....», 24.11.2016

Показатель	....	....	....	....	....	....
Прирост		.%	.%	.%	.%	.%
Объем рынка услуг по изготовлению наружной рекламы для розничных сетей РФ, млн. руб.	...	...	...	...	...	...
Потенциальный объем рынка услуг цифровой печати для сетевых ритейлеров в РФ, млн. руб.	.. ...	.. ...	.. ...	.. ...	.. ...	.. ...
Объем рынка услуг по изготовлению наружной рекламы для розничных сетей региона Санкт-Петербурга, млн. руб.	..	..	..	..	..	..
Потенциальный объем рынка услуг цифровой печати для розничных сетей региона Санкт-Петербурга, млн. руб.	.. ...	.. ...	.. ...	.. ...	.. ...	.. ...
Объем рынка услуг по изготовлению наружной рекламы для розничных сетей региона Москвы, млн. руб.	...	...	...	...	...	...
Потенциальный объем рынка услуг цифровой печати для розничных сетей региона Москвы, млн. руб.	.. ...	.. ...	.. ...	.. ...	.. ...	.. ...

Показатель	....	....	....	....	....	....
Оборот розничной торговли РФ, трлн. руб.	...,	...,	...,	...,	...,	...,
Прирост	.%	.%	.%	.%	.%	.%
Объем рынка услуг по изготовлению наружной рекламы для розничных сетей РФ, млн. руб.	...	...	...	...	...	...
Потенциальный объем рынка услуг цифровой печати для сетевых ритейлеров в РФ, млн. руб.	.. ...	.. ...	.. ...	.. ...	.. ...	.. ...
Объем рынка услуг по изготовлению наружной рекламы для розничных сетей региона Санкт-Петербурга, млн. руб.	..	..	..	..	..	..
Потенциальный объем рынка услуг цифровой печати для розничных сетей региона Санкт-Петербурга, млн. руб.	.. ...	.. ...	.. ...	.. ...	.. ...	.. ...
Объем рынка услуг по изготовлению наружной рекламы для розничных сетей региона Москвы, млн. руб.	...	...	...	...	...	...
Потенциальный объем рынка услуг цифровой печати для розничных сетей региона Москвы, млн. руб.	.. ...	.. ...	.. ...	.. ...	.. ...	.. ...

Показатель	....	....	....	....	....	....
Оборот розничной торговли РФ, трлн. руб.	....	....	....	....	....	....
Прирост	..%	..%	..%	..%	..%	..%
Объем рынка услуг по изготовлению наружной рекламы для розничных сетей РФ, млн. руб.	...	...	...	...	...	...
Потенциальный объем рынка услуг цифровой печати для сетевых ритейлеров в РФ, млн. руб.	.. ...	.. ...	.. ...	.. ...	.. ...	.. ...
Объем рынка услуг по изготовлению наружной рекламы для розничных сетей региона Санкт-Петербурга, млн. руб.	..	..	...	...	...	...
Потенциальный объем рынка услуг цифровой печати для розничных сетей региона Санкт-Петербурга, млн. руб.	.. ...	.. ...	.. ...	.. ...	.. ...	.. ...
Объем рынка услуг по изготовлению наружной рекламы для розничных сетей региона Москвы, млн. руб.	...	...	...	...	...	...
Потенциальный объем рынка услуг цифровой печати для розничных сетей региона Москвы, млн. руб.	.. ...	.. ...	.. ...	.. ...	.. ...	.. ...

**Таблица 19. План средне- и долгосрочного развития сегмента торговых сетей**

#### **4.1.5. Возможный ассортимент поставок для возможного развития продукта**

Имеющееся в распоряжении предприятия «XXX» оборудование не предназначено для многотиражного производства. Возможные направления его использования ограничены индивидуальными заказами и сравнительно небольшими тиражами.<sup>37</sup>

Приведенный в предыдущих разделах анализ выявил существенное влияние следующих рыночных факторов:

- .....

На основании представленных выше факторов при развитии бизнеса предприятия «XXX» в сегменте торговых сетей целесообразно .....

Далее приведен возможный перечень услуг и продукции.

Услуги цифровой печати:

- .....

Широкоформатная печать:

<sup>37</sup> Подробнее о существующих ограничениях см. 2 Ограничения возможного развития продукта

- .....

Шелкография:

- .....;

Латексная печать:

- .....

Плоттерная резка:

- .....

Изготовление табличек:

- .....

Прочие услуги:

- .....

#### **4.1.6. Определение оптовых цен**

При ценообразовании учитывается влияние следующих факторов:

- .....

В связи с изложенным выше, при ценообразовании целесообразно применять метод .....

Для определения цен выполнен мониторинг предложений на рынке аналогичных услуг Санкт-Петербурга,<sup>38</sup> на основании которого определены средние цены в рассматриваемом сегменте.

Услуги цифровой печати:

- .....

Широкоформатная печать:

- .....

Шелкография:

- .....;

Латексная печать:

- .....

Плоттерная резка:

- .....

Изготовление табличек:

- .....

Прочие услуги:

---

<sup>38</sup> См. 6 Приложение. Мониторинг цен



- .....

## **4.2. Декораторские мастерские**

### **4.2.1. Положение в сегменте**

Рынок услуг декора не отслеживается официальной статистикой, и данные о его динамике и состоянии в открытых источниках отсутствуют. Вместе с тем, для аналитики доступны косвенные данные, на основании которых можно выполнить общую оценку и придти к определенным выводам.

Для анализа ситуации целесообразно рассмотреть положение на рынке строительства и строительных материалов, т.к. услуги декораторских мастерских в основном задействованы на стадии подготовки жилых или нежилых помещений к эксплуатации.

На следующей диаграмме представлена динамика ввода в эксплуатацию зданий всех видов по данным Росстата.

Как видно из приведенной ниже диаграммы, .....

На фоне экономического кризиса последних лет темпы ввода замедлились, но остались положительными.

.....

### **Диаграмма 39. Динамика ввода в эксплуатацию зданий всех видов РФ**

Среди строительных материалов хорошим индикатором состояния рынка декора могут служить данные по производству сухих строительных смесей, т.к. таковые смеси в основном используются при отделке и подготовке помещений к эксплуатации. На следующей диаграмме представлена динамика производства сухих строительных смесей по данным Росстата.

.....

### **Диаграмма 40. Динамика производства сухих строительных смесей**

Как видно из приведенной выше диаграммы, .....

В первые . месяцев .... г. наблюдался .....

Еще одним косвенным индикатором ..... По данным исследовательской компании .....,<sup>39</sup> эксперты отмечают ..... %.

В следующей таблице представлен сводный анализ рыночных факторов по разделу.

.....

### **Таблица 20. Сводный анализ рыночных факторов**

---

<sup>39</sup> .....

#### 4.2.2. Оценка емкости рынка

В основном спрос на услуги декора формируется покупателями элитного жилья. По оценкам компании ....., ежегодный спрос на рынке элитного жилья составляет:

- в Москве – ... тыс. кв. м;<sup>40</sup>
- в Санкт-Петербурге – .. тыс. кв. м.<sup>41</sup>

По данным участников рынка,<sup>42</sup> стоимость ремонта, отделки помещения элитного класса составляет около .., тыс. руб. за . кв. м. При этом стоимость отделочных материалов составляет .., тыс. руб. за метр.

Таким образом, в Москве для отделки элитной недвижимости ежегодно потребляется отделочных материалов на сумму .. млрд. руб., а в Санкт-Петербурге – ... млрд. руб.

Естественно, что большая часть материалов не может быть продукцией, каковая производится предприятием «ХХХ». В этой связи принято допущение о доли .%, как о показателе объема средств, который занимающаяся декором компания может потратить на продукцию и услуги предприятия «ХХХ». В результате потенциальный объем рынка может составить ... млн. руб. для Москвы и .. млн. руб. для Санкт-Петербурга, суммарно – ... млн. руб. в год.

#### 4.2.3. Анализ факторов, влияющих на развитие сегмента

По данным исследования рынка услуг по проектированию и декорированию интерьеров,<sup>43</sup> спросом на рынке пользуются:

- .....

Развитие сегмента определяется развитием строительной отрасли, развитие которой, в свою очередь, определяется, прежде всего, макроэкономическими факторами.<sup>44</sup>

В следующей таблице приведена количественная оценка влияния рыночных факторов на строительную отрасль.

.....

#### Таблица 21. Количественная оценка влияния факторов на объем строительства и рынка недвижимости

Прогноз ввода зданий представлен на следующей диаграмме.

.....

<sup>40</sup> ..... «.....» 2015,  
...://...../...../594/...../.. /2015.....-3524....

<sup>41</sup> ..... «.....» 2015,  
...://...../...../603/...../.. /2015.....-3538....

<sup>42</sup> ...://...../.....-...../.....

<sup>43</sup> ..... «.....»

<sup>44</sup> ..... 3.4.3 Макроэкономические факторы

### Диаграмма 41. Прогноз ввода зданий

#### 4.2.4. Прогноз средне- и долгосрочного развития сегмента

Прогноз основан на следующих допущениях:

- Динамика спроса на рынке исследуемых продуктов и услуг соответствует динамике строительства.
- Темпы роста рассматриваемых услуг соответствуют темпам роста ввода зданий.<sup>45</sup>
- После .... г. принято допущение, что средние темпы прироста объемов рынка составят .%.

Прогноз приведен в следующей таблице.

Показатель	....	....	....	....	....	....
Потенциальный объем рынка Москвы, млн. руб.	...	...	...	...	...	...
Потенциальный объем рынка Санкт-Петербурга, млн. руб.	..	..	..	..	..	..
Суммарный потенциальный объем рынка, млн. руб.	...	...	...	...	...	...

Показатель	....	....	....	....	....	....
Потенциальный объем рынка Москвы, млн. руб.	...	...	...	...	...	...
Потенциальный объем рынка Санкт-Петербурга, млн. руб.	..	..	..	..	..	..
Суммарный потенциальный объем рынка, млн. руб.	...	...	...	...	...	...

Показатель	....	....	....	....	....	....
Потенциальный объем рынка Москвы, млн. руб.	...	...	...	...	...	...
Потенциальный объем рынка Санкт-Петербурга, млн. руб.	...	...	...	...	...	...
Суммарный потенциальный объем рынка, млн. руб.	...	...	...	...	...	...

**Таблица 22. План средне- и долгосрочного развития сегмента декораторских мастерских**

#### 4.2.5. Возможный ассортимент поставок для возможного развития продукта

Приведенный в предыдущих разделах анализ выявил существенное влияние следующих рыночных факторов:

- .....

<sup>45</sup> См. Диаграмма 41. Прогноз ввода зданий

На основании представленных выше факторов при развитии бизнеса предприятия «ХХХ» в сегменте декора целесообразно .....

Осуществлять инвестиции в широкомасштабное производство декоративных элементов и конструкций .....

Далее приведен возможный перечень услуг и продукции.

Услуги цифровой печати:

- .....

Широкоформатная печать:

- .....

Латексная печать:

- .....

Плоттерная резка:

- .....

Изготовление табличек:

- .....

#### **4.2.6.Определение оптовых цен**

При ценообразовании учитывается влияние следующих факторов:

- .....

В связи с изложенным выше, при ценообразовании целесообразно применять метод .....

Для определения цен выполнен мониторинг предложений на рынке аналогичных услуг Санкт-Петербурга,<sup>46</sup> на основании которого определены средние цены в рассматриваемом сегменте.

Услуги цифровой печати:

- .....

Широкоформатная печать:

- .....

Латексная печать:

- .....

Плоттерная резка:

- .....

Изготовление табличек:

- .....

---

<sup>46</sup> См. 6 Приложение. Мониторинг цен

### **4.3. Промышленные производства**

#### **4.3.1. Положение в сегменте**

На следующей диаграмме приведена динамика индекса промышленного производства в РФ по данным Росстата.

Индекс промышленного производства, сокращенно ИПП, – показатель динамики объема промышленного производства, его подъема или спада, определяется в виде отношения текущего объема производства в денежном выражении к объему промышленного производства в предыдущем или другом базисном году. Определяется путем отбора товаров-представителей, характеризующихся как важнейшие виды промышленной продукции.

.....

#### **Диаграмма 42. Динамика индекса промышленного производства РФ**

Как видно из представленной выше диаграммы, .....

В целом по стране производство .....

В Москве падение производства .....

Из представленных регионов только .....

По данным Минэкономразвития РФ в ... г. ИПП России вырастет на .%.<sup>47</sup>

На следующей диаграмме приведен индекс промышленного производства ... г. по федеральным округам РФ.

Как видно из представленной ниже диаграммы, .....

В остальных регионах отмечен .....

.....

#### **Диаграмма 43. Индекс промышленного производства ... г. по федеральным округам РФ**

На основании представленных выше данных можно сделать **вывод о** .....

#### **4.3.2. Оценка емкости рынка**

.....

Ранее были приведены данные о натуральных объемах рынка упаковки, цифровой печати по требованию и цифровой печати по тканям:<sup>48</sup>

- натуральный объем рынка упаковки – . млрд. листов-оттисков в год;

---

<sup>47</sup> .....

<sup>48</sup>См. 3.2.1 Услуги цифровой полиграфии

- натуральный объем рынка печати по требованию – . млрд. листов-оттисков в год;
- натуральный объем рынка цифровой печати по тканям – .. млн. кв. м в год.

Доля промышленности в ВВП России составляет ..%.<sup>49</sup> Соответственно, на долю промышленности приходится:

- по рынку упаковки – .. млрд. листов-оттисков в год;
- по рынку печати по требованию – . млрд. листов-оттисков в год;
- по рынку цифровой печати по тканям – .. млн. кв. м в год.

Учитывая, что у предприятия «XXX» имеются возможности только малотиражного производства, принято допущение, что реально предприятию будет доступно только .% всего вышеприведенного объема.

В результате получены следующие натуральные показатели емкости рынка:

- по рынку упаковки – .. млн. листов-оттисков в год;
- по рынку печати по требованию – ... млн. листов-оттисков в год;
- по рынку цифровой печати по тканям – .. млн. кв. м в год.

Стоимость печати листа-оттиска можно условно принять равной стоимости печать . листов формата А.. Стоимость печати листа А. составляет .., руб.<sup>50</sup> Соответственно стоимость листа-оттиска составляет .., руб.

Стоимость печати по ткани – ... руб. за . кв. м.<sup>51</sup>

Таким образом, потенциальные денежные объемы рынков составляют:

- по рынку упаковки – ... млн. руб. в год;
- по рынку печати по требованию – . ... млн. руб. в год;
- по рынку цифровой печати по тканям – ... млн. руб. в год.

#### **4.3.3. Анализ факторов, влияющих на развитие сегмента**

В соответствии с прогнозами Минэкономразвития РФ,<sup>52</sup> в среднесрочной перспективе ожидаются .....

В обрабатывающих отраслях промышленности .....

В ....-.... гг. ожидается .....

В соответствии с вариантом «базовый+» ожидается, что в .... г. промышленное производство вырастет на ..%, в .... г. – на ..%, в .... г. – на ..%.

#### **4.3.4. Прогноз средне- и долгосрочного развития сегмента**

Прогноз основан на следующих допущениях:

<sup>49</sup> .....//...../.-.../...../...-.....-.....-.....-20-1640

<sup>50</sup> ..... .. . 4 ... 50% ..... 50% ..... ://.....

<sup>51</sup> .....//...../...../...../

<sup>52</sup> ..... «.....-..... .. 2017 ... .. 2018 . 2019 ..»

- Динамика спроса на рынке исследуемых продуктов и услуг соответствует динамике промышленного производства в России.
- Потенциальные денежные объемы рынков составляют: по рынку упаковки – ... млн. руб. в год; по рынку печати по требованию – ... млн. руб. в год; по рынку цифровой печати по тканям – ... млн. руб. в год.<sup>53</sup>
- В ... г. промышленное производство вырастет на ..%, в ... г. – на ..%, в ... г. – на ..%.<sup>54</sup>
- После ... г. ежегодный темп прироста ИПП составит .%.
- Совокупная доля Москвы и Московской области (регион Москвы) в объеме промышленного производства РФ по данным Росстата в ... г. составила ..%.
- Совокупная доля Санкт-Петербурга и Ленинградской области (регион Санкт-Петербурга) в объеме промышленного производства РФ по данным Росстата в ... г. составила .%.

Прогноз приведен в следующей таблице.

Показатель	...	...	...	...	...	...
Потенциальный объем рынка упаковки РФ, млн. руб.	...	...	...	...	...	...
Потенциальный объем рынка печати по требованию РФ, млн. руб.	...	...	...	...	...	...
Потенциальный объем рынка печати по тканям РФ, млн. руб.	...	...	...	...	...	...
Суммарный потенциальный объем рынка РФ, млн. руб.	...	...	...	...	...	...
Потенциальный объем рынка упаковки региона Москвы, млн. руб.	...	...	...	...	...	...
Потенциальный объем рынка печати по требованию региона Москвы, млн. руб.	...	...	...	...	...	...
Потенциальный объем рынка печати по тканям региона Москвы, млн. руб.	...	...	...	...	...	...
Суммарный потенциальный объем рынка региона Москвы, млн. руб.	..	..	..	..	..	..
Потенциальный объем рынка упаковки региона СПб, млн. руб.	..	..	..	..	..	...
Потенциальный объем рынка печати по требованию региона СПб, млн. руб.	..	..	..	...	...	...

<sup>53</sup> См. 4.3.2 Оценка емкости рынка

<sup>54</sup> См. 4.3.3 Анализ факторов, влияющих на развитие сегмента

Показатель	....	....	....	....	....	....
Потенциальный объем рынка печати по тканям региона СПб, млн. руб.	.	..	..	..	..	..
Суммарный потенциальный объем рынка региона СПб, млн. руб.	...	...	...	...	...	...

Показатель	....	....	....	....	....	....
Потенциальный объем рынка упаковки РФ, млн. руб.	...	...	...	...	...	...
Потенциальный объем рынка печати по требованию РФ, млн. руб.	...	...	...	...	...	...
Потенциальный объем рынка печати по тканям РФ, млн. руб.	...	...	...	...	...	...
Потенциальный объем рынка упаковки РФ, млн. руб.	...	...	...	...	...	...
Потенциальный объем рынка упаковки региона Москвы, млн. руб.	...	...	...	...	...	...
Потенциальный объем рынка печати по требованию региона Москвы, млн. руб.	...	...	...	...	...	...
Потенциальный объем рынка печати по тканям региона Москвы, млн. руб.	..	..	..	..	..	..
Суммарный потенциальный объем рынка региона Москвы, млн. руб.	...	...	...	...	...	...
Потенциальный объем рынка упаковки региона СПб, млн. руб.	...	...	...	...	...	...
Потенциальный объем рынка печати по требованию региона СПб, млн. руб.	...	...	...	...	...	...
Потенциальный объем рынка печати по тканям региона СПб, млн. руб.	..	..	..	..	..	..
Суммарный потенциальный объем рынка региона СПб, млн. руб.	...	...	...	...	...	...

Показатель	....	....	....	....	....	....
Потенциальный объем рынка упаковки РФ, млн. руб.	...	...	...	...	...	...
Потенциальный объем рынка печати по требованию РФ, млн. руб.	...	...	...	...	...	...
Потенциальный объем рынка печати по тканям РФ, млн. руб.	...	...	...	...	...	...
Потенциальный объем рынка упаковки РФ, млн. руб.	...	...	...	...	...	...
Потенциальный объем рынка упаковки региона Москвы, млн. руб.	...	...	...	...	...	...



Показатель	....	....	....	....	....	....
Потенциальный объем рынка печати по требованию региона Москвы, млн. руб.	...	...	...	...	...	...
Потенциальный объем рынка печати по тканям региона Москвы, млн. руб.	..	..	..	..	..	..
Суммарный потенциальный объем рынка региона Москвы, млн. руб.	...	...	...	....	....	....
Потенциальный объем рынка упаковки региона СПб, млн. руб.	...	...	...	...	...	...
Потенциальный объем рынка печати по требованию региона СПб, млн. руб.	...	...	...	...	...	...
Потенциальный объем рынка печати по тканям региона СПб, млн. руб.	..	..	..	..	..	..
Суммарный потенциальный объем рынка региона СПб, млн. руб.	...	...	...	...	...	...

**Таблица 23. План средне- и долгосрочного развития сегмента промышленного производства**

#### **4.3.5. Возможный ассортимент поставок для возможного развития продукта**

Имеющееся в распоряжении предприятия «XXX» оборудование .....<sup>55</sup>

Приведенный в предыдущих разделах анализ выявил существенное влияние следующих рыночных факторов:

- .....

На основании представленных выше факторов при развитии бизнеса предприятия «XXX» в сегменте промышленных производств целесообразно .....

Далее приведен возможный перечень услуг и продукции.

Услуги цифровой печати (печать по требованию):

- .....

Широкоформатная печать:

- .....

Шелкография:

- .....

Латексная печать:

- .....

Плоттерная резка:

<sup>55</sup> Подробнее о существующих ограничениях см. 2 Ограничения возможного развития продукта

- .....

Изготовление табличек:

- .....

#### **4.3.6.Определение оптовых цен**

При ценообразовании учитывается влияние следующих факторов:

- .....

В связи с изложенным выше, при ценообразовании целесообразно применять метод .....

Для определения цен выполнен мониторинг предложений на рынке аналогичных услуг Санкт-Петербурга,<sup>56</sup> на основании которого определены средние цены в рассматриваемом сегменте.

Услуги цифровой печати:

- .....

Широкоформатная печать:

- .....

Шелкография:

- .....

Латексная печать:

- .....

Плоттерная резка:

- .....

Изготовление табличек:

- .....

## **5. Обзор возможных новых клиентских сегментов**

### **Интернет**

.....<sup>57</sup>

.....

.....

### **Печать .D для наливных полов**

.....

### **Печать .D для натяжных потолков**

---

<sup>56</sup> См. 6 Приложение. Мониторинг цен

<sup>57</sup> .....

.....

.....

**Изготовление сувенирной и рекламной продукции для местного туристического рынка**

.....

**Изготовление сувенирной и рекламной продукции для местного спортивного рынка**

.....<sup>58</sup>

.....

**Продукция для курьерских служб, служб доставки**

.....

.....

---

.....

## 6. Приложение. Мониторинг цен

Виды услуг												СРЕДНЕЕ
<b>Цифровая печать</b>												
Листовки А. цвет от . тыс. шт., руб. за . ед.	...		...		...		...		...			...
Буклеты А. евро, более ... шт., руб. за . ед.	...	...	...						...			...
Брошюры/каталоги А., .. стр., от . тыс. ед., руб. за . ед.	...	...	...						...			...
Визитки, односторонние, более ... шт., руб. за . ед.	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...		...
Чертежи/плакаты А., цвет, руб. за . лист	...	...	...						...			...
Печать документов черно-белая, А., от ... шт., руб. за . ед.	...	...	...									...
Печать документов цветная, А., от ... шт., руб. за . ед.	...	...		...	...				...			...
Фирменные бланки А., от ... шт., руб. за . ед.	...	...	...		...	...			...			...
Календарь трио, от ... шт., руб. за . ед.	...		...	...	...	...	...	...	...			...
Наклейки и стикеры А., более ... шт., руб. за . ед.	...		...						...	...		...
Этикетки самоклеющиеся, более ... шт., руб. за . ед.	...											
<b>Широкоформатная цифровая печать</b>												
Баннер стандартный разрешение ... dpi, заказ более .. кв. м, руб. за . кв. м	...	...	...		...				...	...	...	...
Чертежи А., цвет, руб. за . лист	...	...							...			...
Плакаты, постеры А., руб. за . лист	...		...		...				...	...		...
Холст, цвет, А., руб. за . лист	...	...	...						...	...		...

Маркетинговое исследование рынка услуг цифровой полиграфии © «Питер-Консалт»

Виды услуг											СРЕДНЕЕ
Самоклеющиеся пленки, ... dpi, заказ более .. кв. м, руб. за . кв. м	....		....		....		....	....	....	....	....
Фотообои, руб. за . кв. м			....				....	....			....
Бэклит для световых коробов, руб. за . кв. м					....		....				....
<b>Шелкография</b>											
Футболки, . цветов, от .... шт., руб. за . ед.	....		....				....	....			....
<b>Латексная печать</b>											
Обои бумажные, руб. за . кв. м								....	....	....	....
Обои на флизелиновой (тканевой) основе, руб. за . кв. м								....	....		....
Холст, руб. за . кв. м								....	....	....	....
Самоклеющиеся пленки, руб. за . кв. м								....	....	....	....
Ткань, руб. за . кв. м								....	....	....	....
<b>Таблички</b>											
Печать с накаткой на пластик . мм, от .. кв. м, цвет, руб. за . кв. м	....							....	....		....
Пластик .. мм гравировка, руб. за . кв. см	....							....	....		....
<b>Плоттерная резка</b>											
Плоттерная резка самоклеющейся пленки, полный цикл (пленка, резка, выборка, перенос на монтажную пленку), руб. за . кв. м	....			....	....			....	....	....	....
<b>Прочие услуги</b>											
Брошюровка на пружину, А./А., до ... листов, руб. за . ед.	....	....									....
Ламинирование А., .. мкм пленка, руб. за . ед.	....	....	....	....							....
Ризография А., . цвета, от . тыс. шт., руб. за . ед.	....		....				....				....

Маркетинговое исследование рынка услуг цифровой полиграфии © «Питер-Консалт»

Виды												
услуг												СРЕДНЕЕ
Ризография А. (бланки) . цвета, от . тыс. шт., руб. за . ед.												

**Таблица 24. Мониторинг цен на основные услуги**

Виды												
услуг												СРЕДНЕЕ
Печать натяжных потол- ков, руб. за . кв. м												

**Таблица 25. Мониторинг цен на печать натяжных потолков**