

2020

# Анализ рынка сыров

**Демо-версия**

МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ РЫНКА

АЦ "Центр экономики рынков", Москва

# Содержание

## 1. Введение

### 1.1 Цели и задачи исследования

### 1.2 Методология исследования и ИИ-модель «Семантическая карта трендов в сфере развития рынка»

### 1.3 Ключевые показатели рынка

## 2. Рекомендации по итогам исследования

## 3. Современное состояние рынка и его перспективы

### 3.1 Объем и динамика рынка

### 3.2 Емкость рынка в разрезе субъектов РФ

### 3.3 Структура рынка в разрезе отечественного производства и импорта

## 4. Категорийный анализ рынка

### 4.1 Структура рынка в 2020 г. в разрезе категорий продукции (характеристики продукции)

### 4.2 Структура производства в 2020 г. в разрезе категорий продукции (характеристики продукции)

### 4.3 Динамика российского производства (с 2014 г.)

### 4.4 Динамика импорта (с 2014 г.)

### 4.5 Наиболее прибыльная продукция с точки зрения сбыта на территории России

## 5. Конкурентный анализ

### 5.1 Уровень конкуренции на рынке

### 5.2 Финансовые показатели российских производителей

### 5.3 Степень монополизации рынка

### 5.4 Ключевые конкуренты (топ 10), их выручка и финансовые показатели

### 5.5 Политика ценообразования лидеров рынка.

## 6. Структура спроса на рынке

### 6.1 Оценка объема спроса в разрезе регионов в 2020 году

### 6.2 Оценка спроса в разрезе категорий продукции

### 6.3 Рыночное сегментирование и функциональный анализ сегментов и потребностей (включая матрицу сегментов и потребностей)

### 6.4 Предложения по выбору наиболее оптимального перечня продукции/ оптимального объема производства с приложением матрицы полноты по перечню продукции.

## 7. Тенденции рынка

### 7.1 Основные тренды на рынке

### 7.2 Точки роста

7.3 Прогноз емкости российского рынка на период до 2025 года (метод Делфи)

7.4 Методика расчёта прогнозируемых объемов рынка до 2025 года (метод Делфи)

7.5 Оценка рисков на рынке.

---

## СПИСОК ТАБЛИЦ

- Таблица 1: Динамика отечественного производства  
Таблица 2: Финансовые показатели (валовая выручка) производителей в 2020 г.  
Таблица 3: Ключевые показатели рынка  
Таблица 4: Основные страны-импортеры  
Таблица 5: Структура и динамика производства ключевых категорий продукции в 2014-2020  
Таблица 6: Структура и динамика импорта ключевых категорий продукции в 2014-2020  
Таблица 7: Лучшая продукция для развития бизнеса  
Таблица 8: Финансовые показатели российских производителей  
Таблица 9: Ключевые конкуренты (топ 10 по валовой выручке)  
Таблица 10: Матрица цен у ключевых конкурентов  
Таблица 11: Оценка эластичности цен на продукцию  
Таблица 12: Функциональный анализ сегментов потребителей и потребностей  
Таблица 13: Матрица сегментов и потребностей  
Таблица 14: Матрица полноты по перечню продукции  
Таблица 15: Сценарии развития рынка (до 2025 г.)  
Таблица 16: Прогноз рынка в разрезе регионов  
Таблица 17: Оценка административных барьеров на рынке

## СПИСОК РИСУНКОВ

- Рисунок 1: Объем производства в 2017-2020 гг.  
Рисунок 2: Структура рынка в 2020 гг.  
Рисунок 3: Динамика рынка в 2020 гг.  
Рисунок 4: Динамика выручки производителей в 2014-2020 гг.  
Рисунок 5: Структура рынка в разрезе регионов в 2020 г.  
Рисунок 6: Валовая выручка производителей в разрезе регионов в 2020 г.  
Рисунок 7: Основные страны-импортеры  
Рисунок 8: Импорт продукции в 2020 г.  
Рисунок 9: Динамика производства в 2014-2020 гг. (в натуральном выражении)  
Рисунок 10: Динамика производства в 2014-2020 гг. (в стоимостном выражении)  
Рисунок 11: Динамика импорта в 2014-2020 гг. (в натуральном выражении)  
Рисунок 12: Динамика импорта в 2014-2020 гг. (в стоимостном выражении)  
Рисунок 13: Структура рынка в разрезе каждой категории продукции в 2020 г.  
Рисунок 14: Динамика рынка в разрезе каждой категории продукции в 2014-2020 гг.  
Рисунок 15: Динамика выручки крупнейших конкурентов в 2017-2020 гг.  
Рисунок 16: Доля рынка ключевых конкурентов (в стоимостном выражении)  
Рисунок 17: Структура спроса в разрезе регионов  
Рисунок 18: Структура спроса в разрезе категории продукции в 2014 и в 2020 годах (в натуральном выражении)  
Рисунок 19: Структура спроса в разрезе категории продукции в 2014 и в 2020 годах (в стоимостном выражении)  
Рисунок 20: Структура спроса в разрезе конечного потребителя в 2014-2020 гг. (в натуральном выражении)  
Рисунок 21: Структура спроса в разрезе конечного потребителя в 2014-2020 гг. ((в стоимостном выражении)  
Рисунок 22: Структура спроса в разрезе канала продаж: B2B, B2C, B2G  
Рисунок 23: Прогноз объема рынка в стоимостном выражении (до 2025 г.) (реалистичный и пессимистичный сценарии развития рынка)  
Рисунок 24: Прогноз объема рынка в натуральном выражении (до 2025 г.) (реалистичный и пессимистичный сценарии развития рынка)  
Рисунок 25: Прогноз рынка в разрезе категорий продукции (до 2025 г.) (реалистичный сценарий развития рынка)  
Рисунок 26: Прогноз рынка в разрезе категорий продукции (до 2025 г.) (пессимистичный сценарий развития рынка)

# 1. Введение

## 1.1 Цели и задачи исследования

Целью исследования является информационное обеспечение выработки стратегии выхода на рынок с учетом новых возможностей для развития бизнеса, выбора наиболее оптимального перечня продукции и объёма производства продукции, политики ценообразования и стратегии позиционирования на рынке.

Задачами исследования являются:

- Определение текущего состояния рынка, включая анализ емкости рынка в 2018- 2020 гг. и анализ динамики рынка с 2014 года по настоящее время;
- Анализ структуры рынка по категориям и характеристикам продукции;
- Выявление лидеров рынка из числа производителей продукции и поставщиков, их политики ценообразования, финансовых показателей, стратегии позиционирования на рынке;
- Прогноз рынка до 2025 года (по методу Делфи);
- Определение основных трендов и точек роста на рынке;
- Подготовка бизнес-рекомендаций по разработке маркетинговой стратегии или принятию стратегических решений по развитию бизнеса.

В настоящем отчете представлены таблицы и цифры по широкому кругу отраслевых показателей. Самые свежие данные представлены, там, где это возможно, в последний отчетный год и прогнозное значение, рассчитанное аналитиками Центра экономики рынков на основе уникальной методики, разработанной Центром экономики рынков (для некоторых показателей).

## **1.2 Методология исследования и ИИ-модель «Семантическая карта трендов в сфере развития рынка»**

При проведении настоящего исследования мы комбинируем богатый опыт и экспертизу, накопленную аналитиками Аналитического центра «Центр экономики рынков» в ходе многолетней работы по анализу рынков, с возможностями искусственного интеллекта и алгоритмов обработки больших массивов данных.

Основанная на искусственном интеллекте модель «Семантическая карта трендов в сфере развития рынка», разработанная специалистами Аналитического центра «Центр экономики рынков», является ключевым инструментом работы по аналитике динамики рынка и тенденций его развития, который позволяет получать аналитические выводы и идеи из массивов данных по ключевым показателям продаж, потребления и финансовых результатов игроков рынка.

Алгоритм работы модели «Семантическая карта трендов в сфере развития рынка» на следующих шагах:

1. Сбор открытых и закрытых платных баз данных, к которым имеет доступ АЦ «Центр экономики рынков»;
2. Очистка, категоризация и нормализация данных;
3. Создание интеллектуальных моделей для рыночного анализа и построения прогнозов;
4. Принятие решений на основе комплекса маркетинговых данных.

### **1. Источники данных**

Источниками наших данных являются следующие открытые и закрытые (платные) базы данных:

- Федстат, ГМЦ Росстата
- ФНС России
- ФТС России
- Минпромторг России
- (ЕХД) ИАС МКР г. Москвы
- СПАРК и FIRA
- CEIC
- Cross-National Time-Series Data Archive
- данных отраслевых ассоциаций производителей, открытых данных профильных органов власти, регулирующих рынок
- информации, размещенной в сети Интернет (парсинг и интеллектуальный анализ).

### 1.3 Ключевые показатели рынка

При проведении настоящего исследования мы комбинируем богатый опыт и экспертизу, накопленную аналитиками Аналитического центра «Центр экономики рынков» в ходе многолетней работы по анализу рынков, с возможностями искусственного интеллекта и алгоритмов обработки больших массивов данных.

<b>Объем рынка</b>	ТЫС. ТОНН.	***
	В % К 2019 Г.	***
<hr/>		
<b>Объем рынка</b>	млрд. руб.	***
	В % К 2019 Г.	***
<hr/>		
<b>Объем производства</b>	ТЫС. ТОНН.	***
	В % К 2019 Г.	***
	млрд. руб.	***
	В % К 2019 Г.	***
<hr/>		
<b>Объем импорта</b>	ТЫС. ТОНН.	***
	В % К 2019 Г.	***
	млн. долл. США	***
	В % К 2019 Г.	***

---

## **2. Рекомендации по итогам исследования**

1.

При проведении расчетов необходимо не забывать о том, что в течение периода расчета необходимо учитывать изменение курса доллара по отношению к рублю. В частности, необходимо учитывать изменение курса доллара по отношению к рублю в момент расчета и в момент окончания периода. В частности, необходимо учитывать изменение курса доллара по отношению к рублю в момент расчета и в момент окончания периода.

2.

Полученные в результате расчетов значения необходимо округлить до целых чисел и округлить до целых чисел. В частности, необходимо учитывать изменение курса доллара по отношению к рублю в момент расчета и в момент окончания периода. В частности, необходимо учитывать изменение курса доллара по отношению к рублю в момент расчета и в момент окончания периода.

3.

Полученные в результате расчетов значения необходимо округлить до целых чисел и округлить до целых чисел. В частности, необходимо учитывать изменение курса доллара по отношению к рублю в момент расчета и в момент окончания периода. В частности, необходимо учитывать изменение курса доллара по отношению к рублю в момент расчета и в момент окончания периода.

# **3. Современное состояние рынка и его перспективы**

### 3.1 Объём и динамика рынка

С 2017 года в отрасли наблюдается устойчивый рост производства, что обусловлено увеличением объёма инвестиций в основной капитал, а также ростом спроса на продукцию со стороны конечных потребителей. В 2020 году производство в отрасли снизилось на фоне пандемии COVID-19, однако в 2021 году наблюдается восстановление объёмов производства.

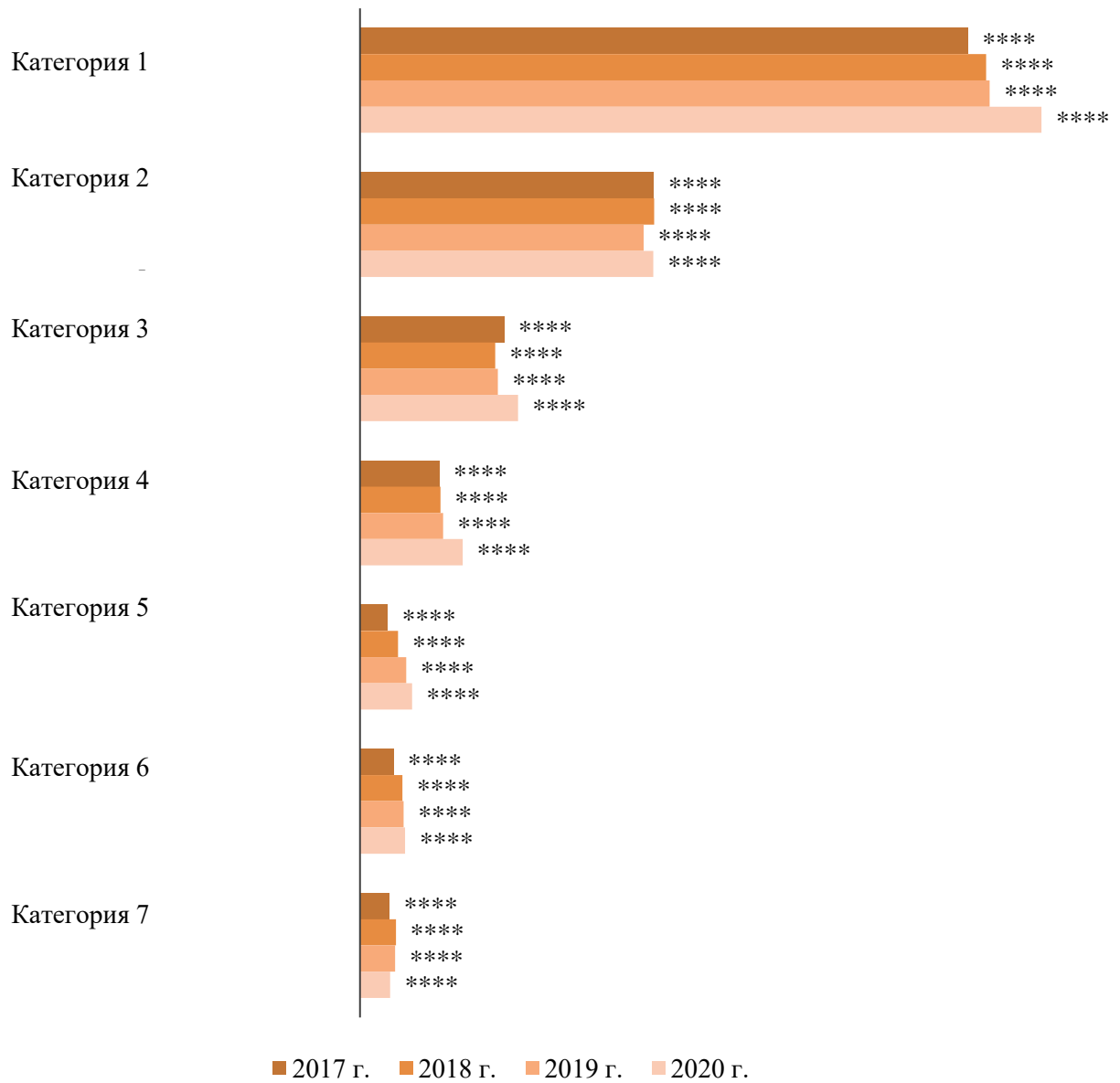


РИСУНОК 1: ОБЪЕМ ПРОИЗВОДСТВА В 2017-2020 ГГ. (Т. ТОНН)

**ТАБЛИЦА 1: ДИНАМИКА ОТЕЧЕСТВЕННОГО ПРОИЗВОДСТВА**

Категория рынка	Динамика рынка за 6 лет (с 2014 по 2020 гг.)	Динамика рынка за год (с 2019 г.)
КАТЕГОРИЯ 1	*** %	*** %
КАТЕГОРИЯ 2	*** %	*** %
КАТЕГОРИЯ 3	*** %	*** %
КАТЕГОРИЯ 4	*** %	*** %
КАТЕГОРИЯ 5	*** %	*** %
КАТЕГОРИЯ 6	*** %	*** %

**ТАБЛИЦА 2: ФИНАНСОВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ (ВАЛОВАЯ ВЫРУЧКА) ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ В 2020 Г.**

Выручка (нетто) от продажи, млрд руб.	Выручка (нетто) от продажи, млрд руб.	Структура рынка в 2014 г.	Структура рынка в 2020 г.
<b>ИТОГО</b>	****	+**%	**%
По направлению 1	****	+**%	**%
По направлению 2	****	+**%	**%
По направлению 3	****	+**%	**%
По направлению 4	****	+**%	**%
По направлению 5	****	+**%	**%
По направлению 6	****	+**%	**%

При проведении исследований использованы все опубликованные данные  
 и материалы, полученные непосредственно от производителей, а также  
 данные, полученные в ходе самостоятельной работы по открытым источникам,  
 с использованием статистических материалов и информации, полученной  
 от производителей продукции.

**ТАБЛИЦА 3: КЛЮЧЕВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ РЫНКА**

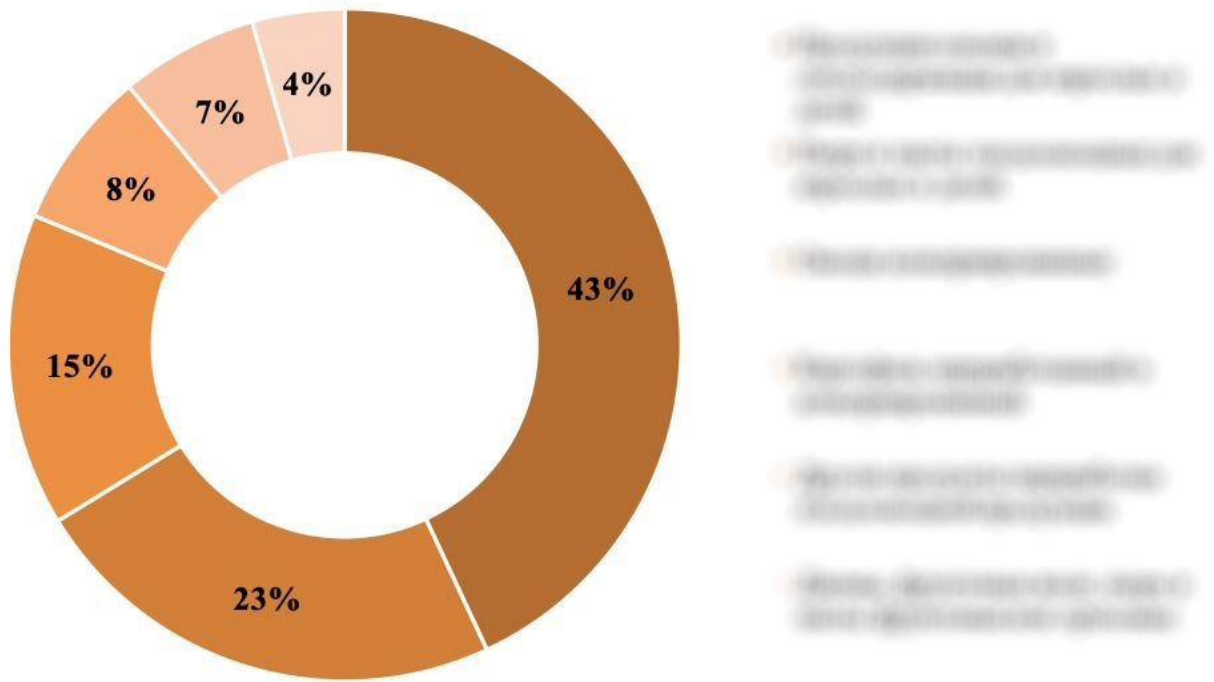
<b>Объем рынка</b>	тыс. тонн.	***
	в % к 2019 г.	***
<b>Объем рынка</b>	млрд. руб.	***
	в % к 2019 г.	***
<b>Объем производства</b>	тыс. тонн.	***
	в % к 2019 г.	***
	млрд. руб.	***
	в % к 2019 г.	***
<b>Объем импорта</b>	тыс. тонн.	***

	в % к 2019 г.	***
	млн. долл. США	***
	в % к 2019 г.	***
<b>Валовая выручка топ-10 конкурентов</b>	млрд руб.	***
	в % к 2019 г.	***
<b>Доля в структуре рынка категорий продукции</b>		
Категория 1	% в 2020 г.	***
Категория 2	% в 2020 г.	***
Категория 3	% в 2020 г.	***

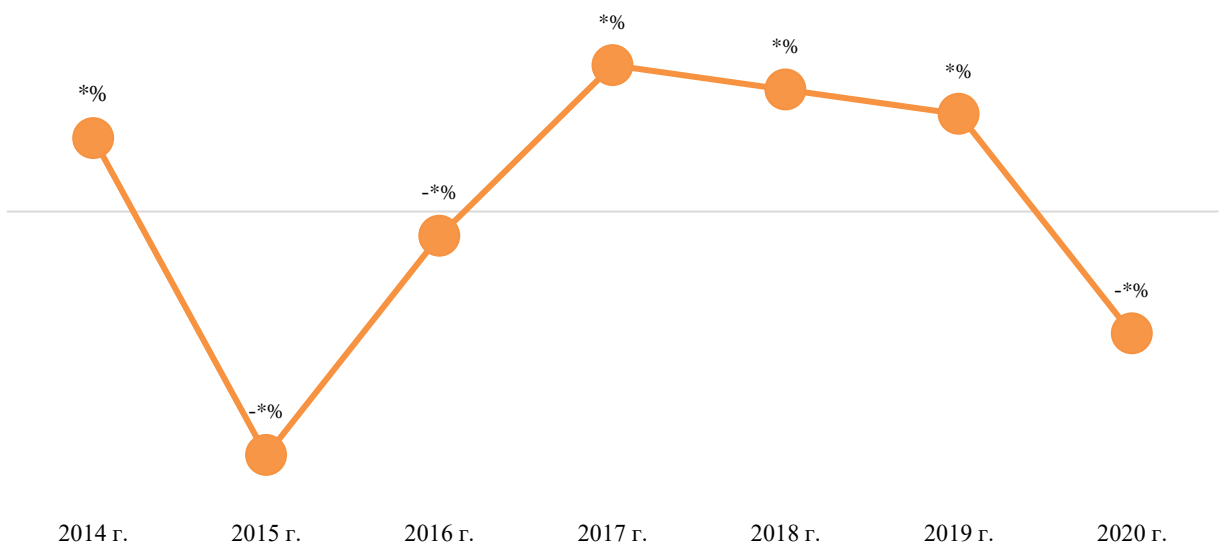
Согласно данным, предоставленным компанией, в 2020 году выручка от продаж продукции категории 1 составила 100 млн руб., что на 10% больше, чем в 2019 году. Выручка от продаж продукции категории 2 составила 200 млн руб., что на 5% больше, чем в 2019 году. Выручка от продаж продукции категории 3 составила 300 млн руб., что на 15% больше, чем в 2019 году.

Согласно данным, предоставленным компанией, в 2020 году выручка от продаж продукции категории 1 составила 100 млн руб., что на 10% больше, чем в 2019 году. Выручка от продаж продукции категории 2 составила 200 млн руб., что на 5% больше, чем в 2019 году. Выручка от продаж продукции категории 3 составила 300 млн руб., что на 15% больше, чем в 2019 году.

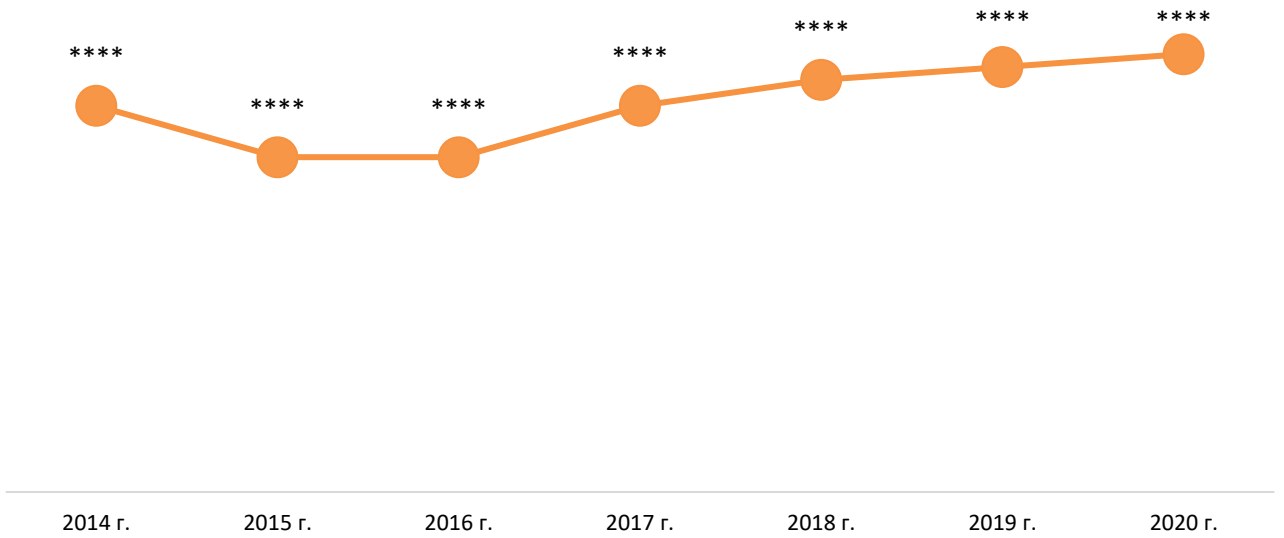
Согласно данным, предоставленным компанией, в 2020 году выручка от продаж продукции категории 1 составила 100 млн руб., что на 10% больше, чем в 2019 году. Выручка от продаж продукции категории 2 составила 200 млн руб., что на 5% больше, чем в 2019 году. Выручка от продаж продукции категории 3 составила 300 млн руб., что на 15% больше, чем в 2019 году.



**РИСУНОК 2: СТРУКТУРА РЫНКА В 2020 ГГ.**



**РИСУНОК 3: ДИНАМИКА РЫНКА В 2014-2020 ГГ.**



**РИСУНОК 4: ДИНАМИКА ВЫРУЧКИ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ В 2014-2020 ГГ. (МЛРД РУБ.)**



### 3.2 Емкость рынка в разрезе субъектов РФ

Текст, который был размыт в оригинале, но который должен содержать описание данных и методологию для рисунка 5.

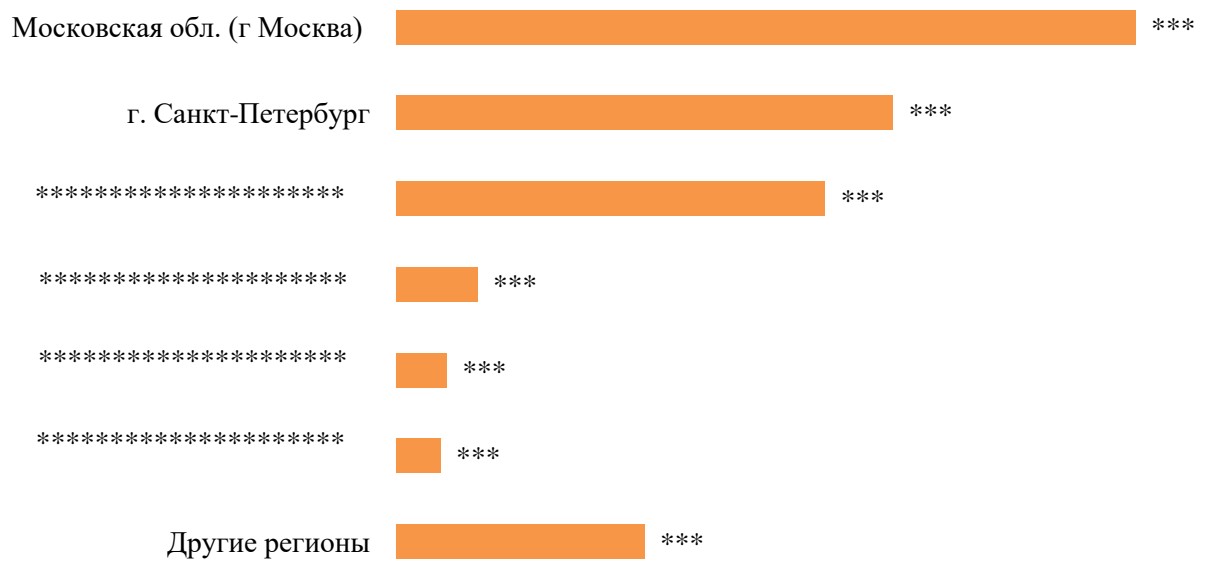


РИСУНОК 5: СТРУКТУРА РЫНКА В РАЗРЕЗЕ РЕГИОНОВ В 2020 Г.



### 3.3 Структура рынка в разрезе отечественного производства и импорта

Текст, который был размыт и нечитаем. Судя по структуре, это параграф, описывающий рынок и импорт.

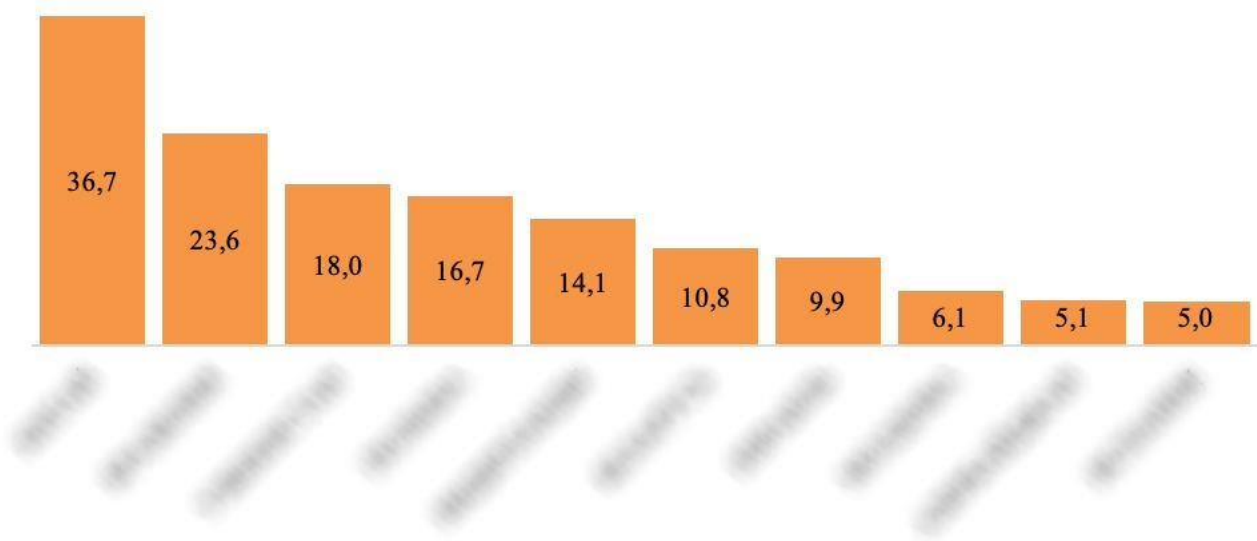
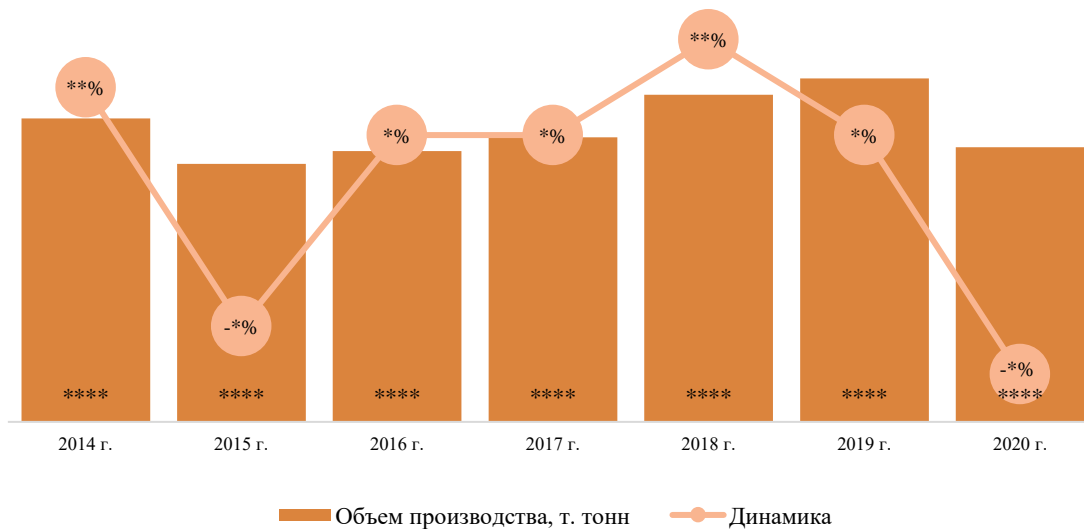


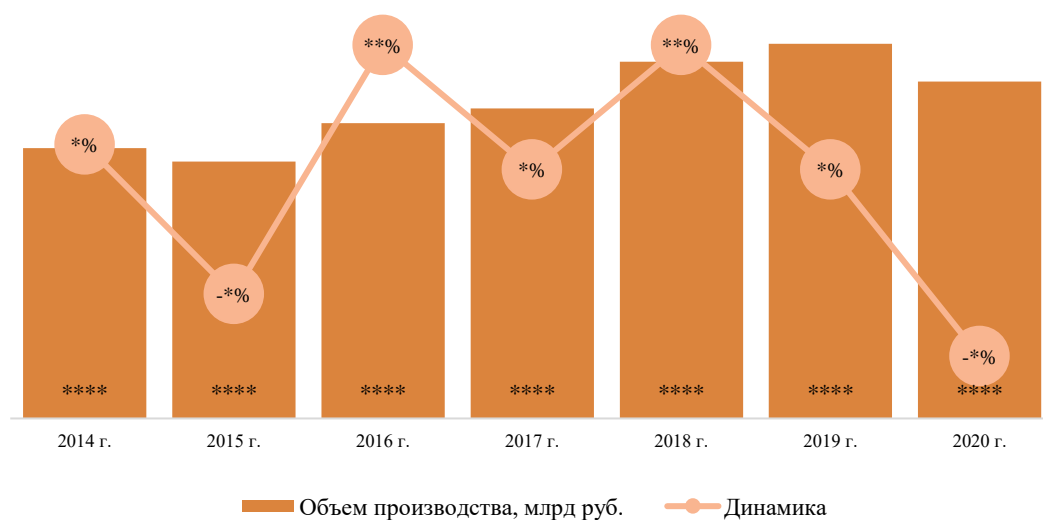
РИСУНОК 7: ОСНОВНЫЕ СТРАНЫ-ИМПОРТЕРЫ (МЛН ДОЛЛ. США)





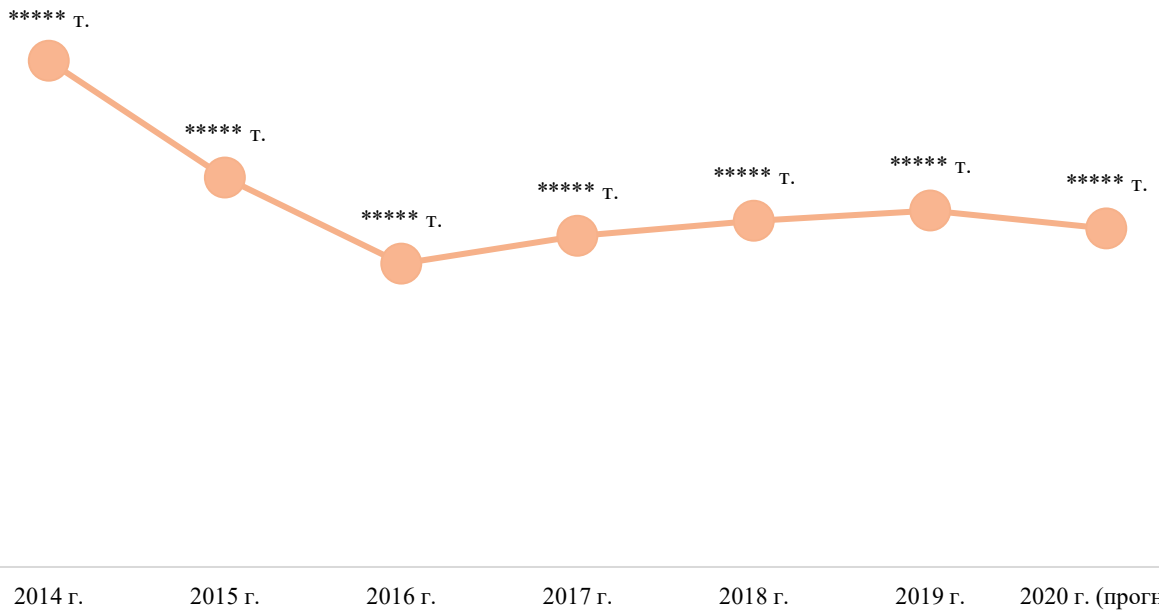


**РИСУНОК 9: ДИНАМИКА ПРОИЗВОДСТВА В 2014-2020 ГГ. (В НАТУРАЛЬНОМ ВЫРАЖЕНИИ, ТЫС. ТОНН)**



**РИСУНОК 10: ДИНАМИКА ПРОИЗВОДСТВА В 2014-2020 ГГ. (В СТОИМОСТНОМ ВЫРАЖЕНИИ, МЛРД РУБ.)**

При подготовке настоящего отчета использованы все опубликованные данные  
 о состоянии и развитии, деятельности организаций, осуществляющих деятельность в  
 отрасли, а также данные о состоянии и развитии отрасли, полученные в ходе  
 исследования. Информация, содержащаяся в отчете, является конфиденциальной и  
 предназначена исключительно для использования в целях, указанных в отчете.  
 Ответственность за достоверность информации несут организации, предоставившие  
 данные для отчета.



**РИСУНОК 11: ДИНАМИКА ИМПОРТА В 2014-2020 ГГ. (В НАТУРАЛЬНОМ ВЫРАЖЕНИИ)**

Эта публикация подготовлена специалистами из подразделения Восточный отдел и сектора, специалистами подразделения Восточного центра Северо-восточного региона и под руководством работы по сектору региона, с использованием статистических материалов и информации об импорте Восточного региона.



**РИСУНОК 12: ДИНАМИКА ИМПОРТА В 2014-2020 ГГ. (В СТОИМОСТНОМ ВЫРАЖЕНИИ)**

THESE ARE THE TERMS AND CONDITIONS OF THE SALE OF THE GOODS BY THE SELLER TO THE BUYER. THE BUYER ACCEPTS THESE TERMS AND CONDITIONS BY PURCHASING THE GOODS. THE SELLER'S LIABILITY IS LIMITED TO THE EXTENT OF THE PURCHASE PRICE. THE BUYER SHALL BE RESPONSIBLE FOR THE PROTECTION OF THE GOODS. THE SELLER'S LIABILITY IS LIMITED TO THE EXTENT OF THE PURCHASE PRICE. THE BUYER SHALL BE RESPONSIBLE FOR THE PROTECTION OF THE GOODS.

THESE ARE THE TERMS AND CONDITIONS OF THE SALE OF THE GOODS BY THE SELLER TO THE BUYER. THE BUYER ACCEPTS THESE TERMS AND CONDITIONS BY PURCHASING THE GOODS. THE SELLER'S LIABILITY IS LIMITED TO THE EXTENT OF THE PURCHASE PRICE. THE BUYER SHALL BE RESPONSIBLE FOR THE PROTECTION OF THE GOODS. THE SELLER'S LIABILITY IS LIMITED TO THE EXTENT OF THE PURCHASE PRICE. THE BUYER SHALL BE RESPONSIBLE FOR THE PROTECTION OF THE GOODS.

THESE ARE THE TERMS AND CONDITIONS OF THE SALE OF THE GOODS BY THE SELLER TO THE BUYER. THE BUYER ACCEPTS THESE TERMS AND CONDITIONS BY PURCHASING THE GOODS. THE SELLER'S LIABILITY IS LIMITED TO THE EXTENT OF THE PURCHASE PRICE. THE BUYER SHALL BE RESPONSIBLE FOR THE PROTECTION OF THE GOODS. THE SELLER'S LIABILITY IS LIMITED TO THE EXTENT OF THE PURCHASE PRICE. THE BUYER SHALL BE RESPONSIBLE FOR THE PROTECTION OF THE GOODS.

# 4. Категорийный анализ

## 4.1 Структура рынка в 2020 г. в разрезе категорий продукции (характеристики продукции)

При проведении исследования использованы все опубликованные данные о структуре, количестве выпускаемой продукции, объеме продаж, количестве рабочих и численности персонала, с использованием статистических методов и экспертных оценок. Данные являются достоверными.

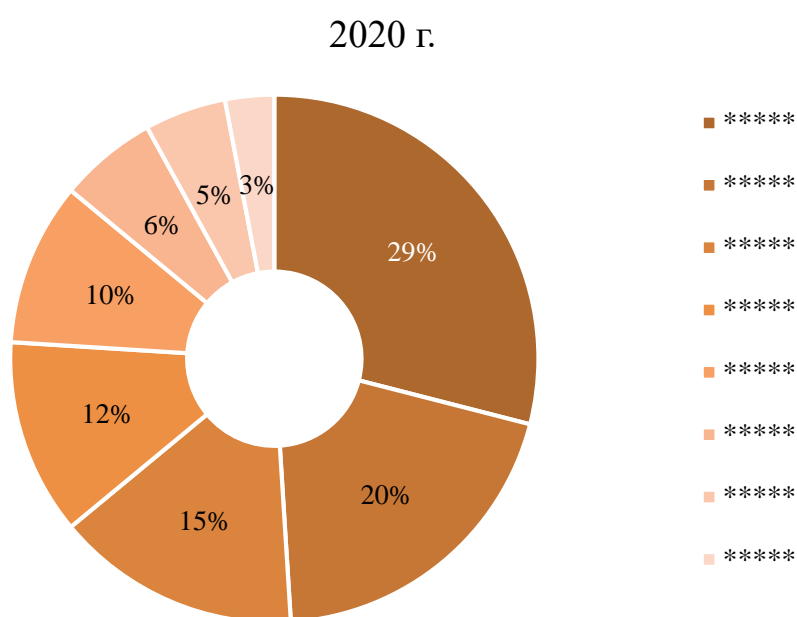
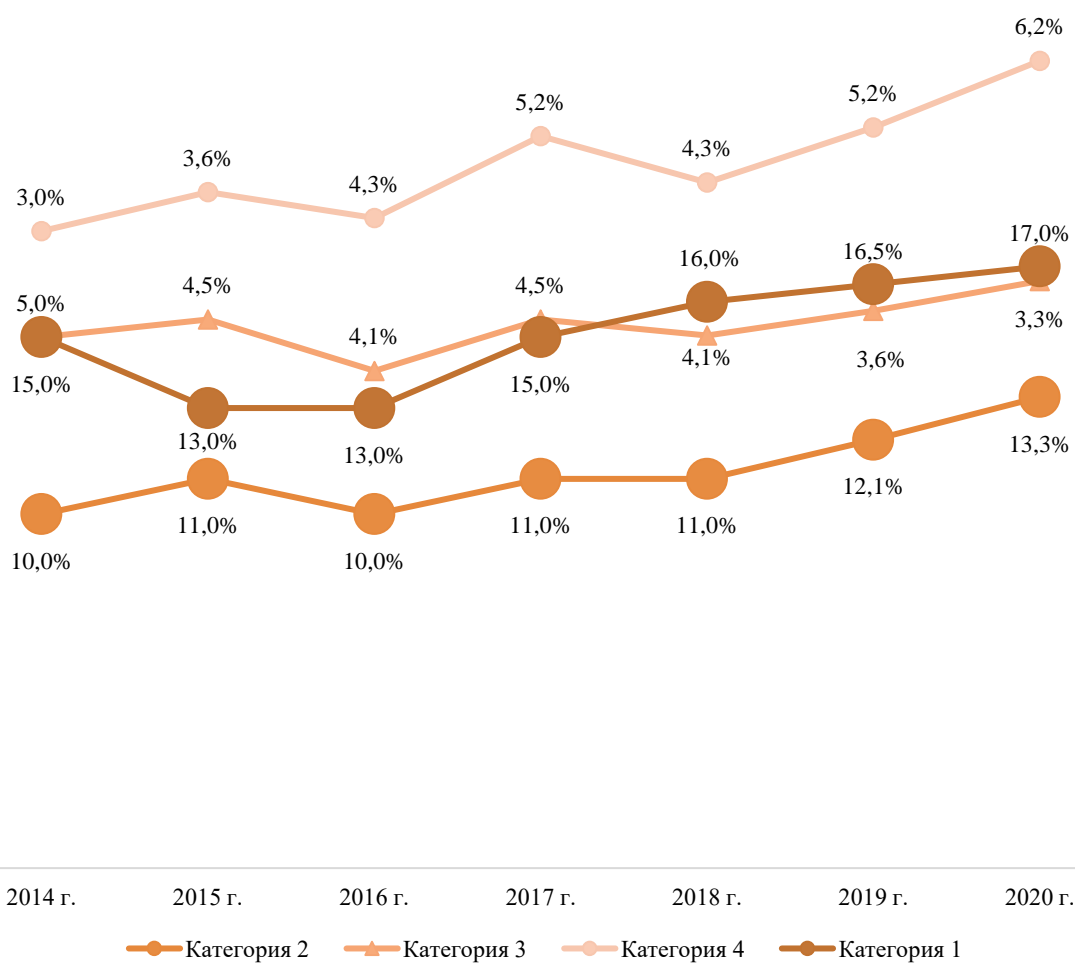


РИСУНОК 13: СТРУКТУРА РЫНКА В РАЗРЕЗЕ КАЖДОЙ КАТЕГОРИИ ПРОДУКЦИИ В 2020 Г.

При проведении исследования использованы все опубликованные данные о структуре, количестве выпускаемой продукции, объеме продаж, количестве рабочих и численности персонала, с использованием статистических методов и экспертных оценок. Данные являются достоверными.

При проведении исследования использованы все опубликованные данные о структуре, количестве выпускаемой продукции, объеме продаж, количестве рабочих и численности персонала, с использованием статистических методов и экспертных оценок. Данные являются достоверными.



**РИСУНОК 14: ДИНАМИКА РЫНКА В РАЗРЕЗЕ КАЖДОЙ КАТЕГОРИИ ПРОДУКЦИИ В 2014-2020 ГГ.**

При проведении исследования использованы все возможности базисной базы в исследовании, использованы все возможности базисной базы для сбора информации, включая в том числе и работу по анализу рынка, с использованием соответствующих инструментов и методов обработки базисной информации.

В ходе исследования использованы все возможности базисной базы для сбора информации, включая в том числе и работу по анализу рынка, с использованием соответствующих инструментов и методов обработки базисной информации.

## 4.2 Структура производства в 2020 г. в разрезе категорий продукции (характеристики продукции)

В 2020 году структура производства в разрезе категорий продукции характеризуется следующими особенностями: [размытый текст]

В 2020 году структура производства в разрезе категорий продукции характеризуется следующими особенностями: [размытый текст]

В 2020 году структура производства в разрезе категорий продукции характеризуется следующими особенностями: [размытый текст]

В 2020 году структура производства в разрезе категорий продукции характеризуется следующими особенностями: [размытый текст]

**ТАБЛИЦА 5: СТРУКТУРА И ДИНАМИКА ПРОИЗВОДСТВА КЛЮЧЕВЫХ КАТЕГОРИЙ ПРОДУКЦИИ В 2014-2020**

Категория рынка	Объем производства	Доля в общем объеме рынка	Динамика рынка в 2020 г. (январь-май) относительно аналогичного периода 2019 г.
Категория 1	***** млн. руб.	*** %	*** %
Категория 2	***** млн. руб.	*** %	*** %
Категория 3	***** млн. руб.	*** %	*** %
Категория 4	***** млн. руб.	*** %	*** %
Категория 5	***** млн. руб.	*** %	*** %
Категория 6	***** млн. руб.	*** %	*** %
Категория 7	***** млн. руб.	*** %	*** %
Категория 8	***** млн. руб.	*** %	*** %

### 4.3 Структура импорта в 2020 г. в разрезе категорий продукции (характеристики продукции)

Таблица 6: Структура и динамика импорта ключевых категорий продукции в 2014-2020

**ТАБЛИЦА 6: СТРУКТУРА И ДИНАМИКА ИМПОРТА КЛЮЧЕВЫХ КАТЕГОРИЙ ПРОДУКЦИИ В 2014-2020**

Категория	Год	Объем импорта в тоннах	Объем импорта в дол. США
<b>Категория 1</b>	2020	*****	\$\$\$*****
Продукция N	2020	*****	\$*****
Продукция N	2020	*****	\$*****
Продукция N	2020	*****	\$*****
Продукция N	2020	*****	\$*****
Продукция N	2020	*****	\$*****
Продукция N	2020	*****	\$*****
Продукция N	2020	*****	\$*****
Продукция N	2020	*****	\$*****
Продукция N	2020	*****	\$*****
Продукция N	2020	*****	\$*****
Продукция N	2020	*****	\$*****

<b>Категория 2</b>	<b>2020</b>	<b>*****</b>	<b>\$*****</b>
Продукция N	2020	*****	\$*****
Продукция N	2020	*****	\$*****
Продукция N	2020	*****	\$*****
Продукция N	2020	*****	\$*****
Продукция N	2020	*****	\$*****
Продукция N	2020	*****	\$*****

## 4.4 Лучшая продукция для развития бизнеса

**ТАБЛИЦА 7: ЛУЧШАЯ ПРОДУКЦИЯ ДЛЯ РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА**

Категория	Доля в структуре рынка, 2020 г.	Динамика за последние 5 лет	Тренд развития рынка продукта
Продукция N	**%	**%	рост
Продукция N	**%	**%	рост
Продукция N	**%	**%	рост
Продукция N	**%	**%	понижение
Продукция N	**%	**%	рост
Продукция N	**%	**%	понижение
Продукция N	**%	**%	рост
Продукция N	**%	**%	понижение

# 5. Конкурентный анализ

## 5.1 Уровень конкуренции на рынке

В настоящее время рынок характеризуется высокой степенью конкуренции. Основными участниками являются крупные компании, обладающие значительными ресурсами и опытом. В то же время на рынке присутствуют и небольшие предприятия, которые стремятся к инновациям и повышению качества продукции. Конкуренция стимулирует развитие новых технологий и улучшение обслуживания клиентов. В результате рынок становится более динамичным и привлекательным для инвесторов. Кроме того, высокая конкуренция способствует снижению цен и повышению прозрачности деловых операций. Это, в свою очередь, способствует развитию экономики и созданию новых рабочих мест. Таким образом, уровень конкуренции на рынке является одним из ключевых факторов, влияющих на его развитие и устойчивость.

## 5.2 Финансовые показатели российских производителей

В таблице 8 представлены финансовые показатели российских производителей за период с 2015 по 2020 год. Показатели приведены в тысячах рублей. В таблице используются звездочки (\*\*\*\*\*) для обозначения данных, которые не были предоставлены или не являются значимыми.

**ТАБЛИЦА 8: ФИНАНСОВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ РОССИЙСКИХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ**

Показатель		2015	2016	2017	2018	2019	2020
Оборотные активы	тыс. руб.	*****	*****	*****	*****	*****	*****
Кредиторская задолженность, всего	тыс. руб.	*****	*****	*****	*****	*****	*****
Капитал и резервы	тыс. руб.	*****	*****	*****	*****	*****	*****
Выручка (нетто) от продажи	тыс. руб.	*****	*****	*****	*****	*****	*****
Внеоборотные активы	тыс. руб.	*****	*****	*****	*****	*****	*****
Дебиторская задолженность, всего	тыс. руб.	*****	*****	*****	*****	*****	*****
Прибыль (убыток) от продаж	тыс. руб.	*****	*****	*****	*****	*****	*****
Прибыль (убыток) до налогообложения	тыс. руб.	*****	*****	*****	*****	*****	*****

### 5.3 Степень монополизации рынка

Степень монополизации рынка (СМР) – это показатель, характеризующий степень концентрации рыночной власти в руках отдельных фирм. Он рассчитывается по формуле:

$$СМР = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n \frac{1}{s_i}$$

где  $n$  – количество фирм на рынке,  $s_i$  – доля  $i$ -й фирмы в объеме продаж.

СМР принимает значения от 0 до 1. Чем выше значение СМР, тем выше степень монополизации рынка. Если СМР = 0, это означает совершенную конкуренцию, а если СМР = 1, то монополию.

Степень монополизации рынка (СМР) – это показатель, характеризующий степень концентрации рыночной власти в руках отдельных фирм. Он рассчитывается по формуле:

$$СМР = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n \frac{1}{s_i}$$

где  $n$  – количество фирм на рынке,  $s_i$  – доля  $i$ -й фирмы в объеме продаж.

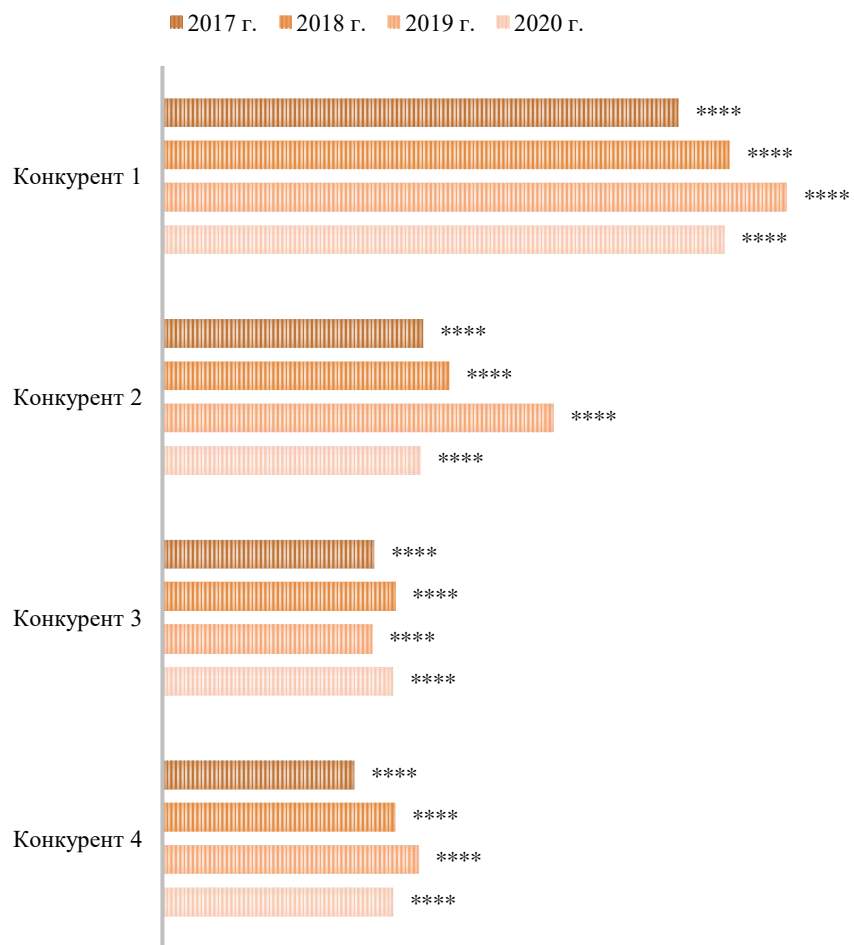
СМР принимает значения от 0 до 1. Чем выше значение СМР, тем выше степень монополизации рынка. Если СМР = 0, это означает совершенную конкуренцию, а если СМР = 1, то монополию.

## 5.4 Ключевые конкуренты (топ 10), их выручка и финансовые показатели

**ТАБЛИЦА 9: КЛЮЧЕВЫЕ КОНКУРЕНТЫ (ТОП 10 ПО ВАЛОВОЙ ВЫРУЧКЕ)**

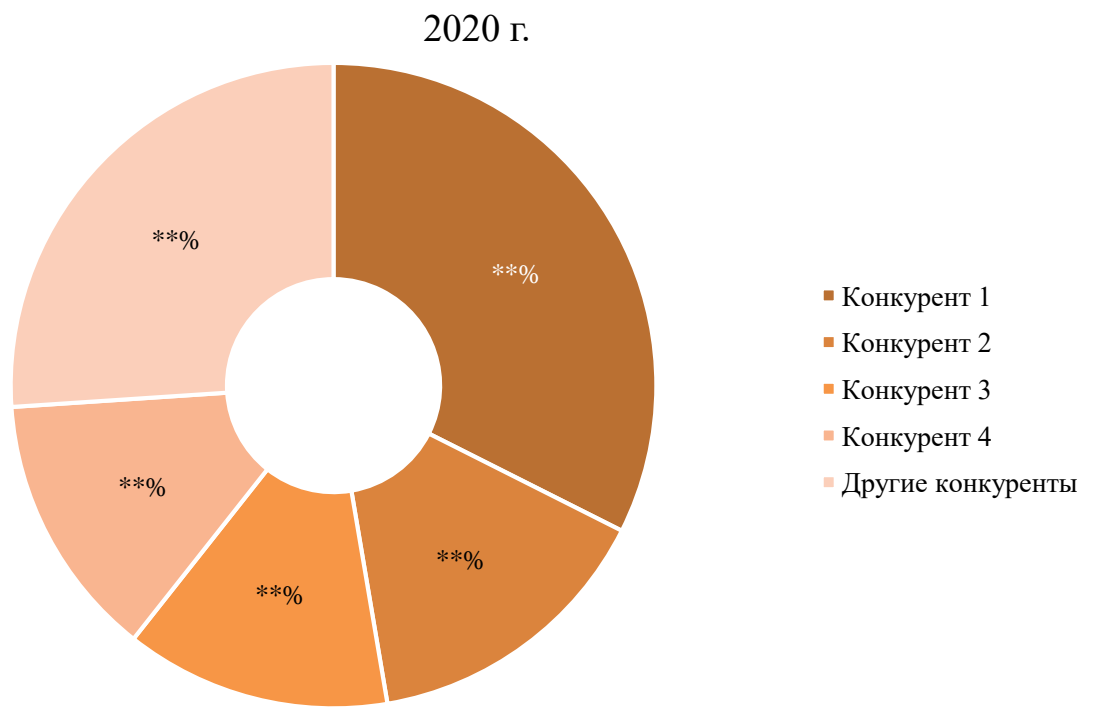
№	Юр. название компании	Фирменное название	Город, в котором расположен главный офис компании	Выручка в 2017 г., тыс. руб.	Выручка в 2018 г., тыс. руб.	Выручка в 2019 г., тыс. руб.	Динамика роста с 2017 г.
1	ООО Конкурент 1	Конкурент 1	*****	*****	*****	*****	**%
2	ООО Конкурент 2	Конкурент 2	*****	*****	*****	*****	**%
3	ООО Конкурент 3	Конкурент 3	*****	*****	*****	*****	**%
4	ООО Конкурент 4	Конкурент 4	*****	*****	*****	*****	**%
5	ООО Конкурент 5	Конкурент 5	*****	*****	*****	*****	**%
6	ООО Конкурент 6	Конкурент 6	*****	*****	*****	*****	**%
7	ООО Конкурент 7	Конкурент 7	*****	*****	*****	*****	**%
8	ООО Конкурент 8	Конкурент 8	*****	*****	*****	*****	**%
9	ООО Конкурент 9	Конкурент 9	*****	*****	*****	*****	**%
10	ООО Конкурент 10	Конкурент 10	*****	*****	*****	*****	**%

[The text in this section is extremely blurry and illegible. It appears to be a multi-paragraph report or document.]



**РИСУНОК 15: ДИНАМИКА ВЫРУЧКИ КРУПНЕЙШИХ КОНКУРЕНТОВ В 2017-2020 ГГ. (МАРД РУБ.)**

Содержание отрывка из документа, который был сканирован. Текст сильно размыт и нечитаем. Видно несколько абзацев, но их содержание невозможно определить.



**РИСУНОК 16: ДОЛЯ РЫНКА КЛЮЧЕВЫХ КОНКУРЕНТОВ (В СТОИМОСТНОМ ВЫРАЖЕНИИ, 2020 Г.)**

## 5.5 Политика ценообразования лидеров рынка

**ТАБЛИЦА 10: МАРТИЦА ЦЕН У КЛЮЧЕВЫХ КОНКУРЕНТОВ**

Руб. за единицу товара	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Категория продукции 1</b>	****	****	****	****	****	****	****
Конкурент N	****	****	****	****	****	****	****
Конкурент N	****	****	****	****	****	****	****
Конкурент N	****	****	****	****	****	****	****
Конкурент N	****	****	****	****	****	****	****
Конкурент N	****	****	****	****	****	****	****
Конкурент N	****	****	****	****	****	****	****
Конкурент N	****	****	****	****	****	****	****
Конкурент N	****	****	****	****	****	****	****
<b>Категория продукции 2</b>	****	****	****	****	****	****	****
Конкурент N	****	****	****	****	****	****	****
Конкурент N	****	****	****	****	****	****	****
Конкурент N	****	****	****	****	****	****	****
Конкурент N	****	****	****	****	****	****	****
Конкурент N	****	****	****	****	****	****	****
Конкурент N	****	****	****	****	****	****	****

**ТАБЛИЦА 11: ОЦЕНКА ЭЛАСТИЧНОСТИ ЦЕН НА ПРОДУКЦИЮ**

Руб. за единицу товара	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Категория продукции 1</b>	****	****	****	****	****	****	****
Продукт N	****	****	****	****	****	****	****
Продукт N	****	****	****	****	****	****	****
Продукт N	****	****	****	****	****	****	****



# 6. Структура спроса на рынке

## 6.1 Оценка объема спроса в разрезе регионов в 2020 году

В 2020 году оценка объема спроса в разрезе регионов показала, что наибольшую долю спроса составляют Регион 1 (37%) и Регион 2 (14%). Регион 1 является лидером по объему спроса, что связано с его высокой экономической активностью и развитой инфраструктурой. Регион 2 также занимает значительную долю, что обусловлено его географическим положением и наличием крупных промышленных предприятий. Остальные регионы имеют меньшую долю в общем объеме спроса, что связано с их более низкой экономической активностью и менее развитой инфраструктурой.

Важно отметить, что в 2020 году наблюдается тенденция к снижению доли Региона 1, что может быть связано с изменением структуры спроса и перемещением экономической активности в другие регионы. Это требует дальнейшего мониторинга и анализа рынка для выявления причин и последствий этих изменений.

В целом, оценка объема спроса в разрезе регионов в 2020 году показала, что Регион 1 остается ключевым игроком на рынке, но его доля постепенно снижается. Это требует от компаний, работающих в этом секторе, адаптации к меняющимся условиям рынка и поиска новых возможностей для роста.

Для более детального анализа структуры спроса в разрезе регионов в 2020 году необходимо рассмотреть данные по конкретным отраслям и сегментам рынка. Это позволит выявить ключевые драйверы спроса и определить стратегии для повышения эффективности маркетинговых усилий в каждом регионе.

2020 г.

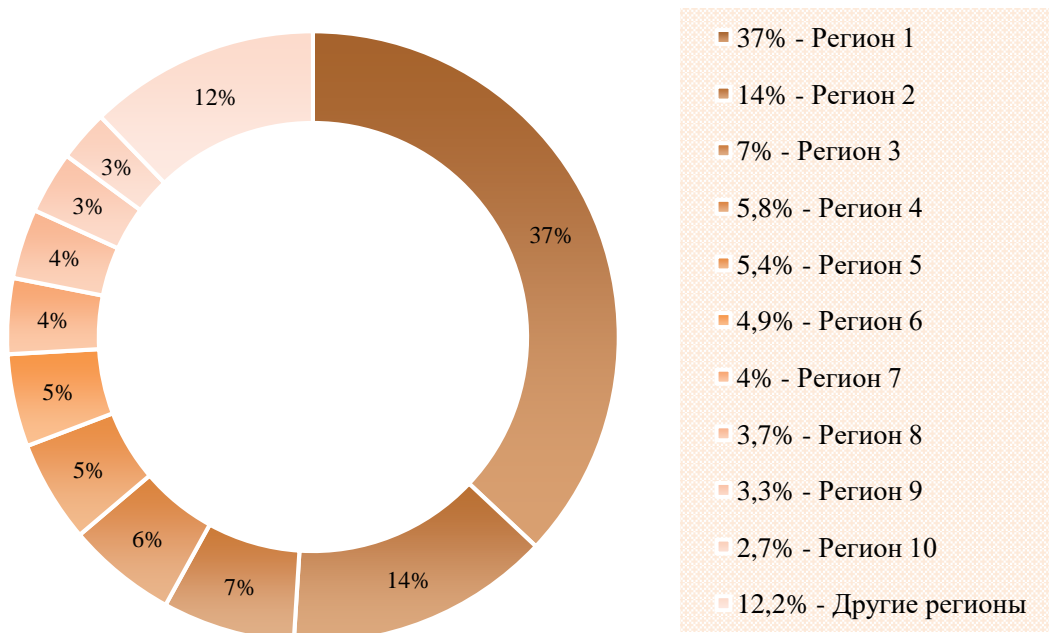


РИСУНОК 17: СТРУКТУРА СПРОСА В РАЗРЕЗЕ РЕГИОНОВ



### 6.3 Оценка спроса в разрезе категорий продукции

В 2014 году структура спроса в разрезе категорий продукции была следующей: 40% - это продукция, произведенная в России, 30% - импортная продукция, а остальное - продукция, произведенная в других странах. В 2020 году структура спроса изменилась: 45% - это продукция, произведенная в России, 25% - импортная продукция, а остальное - продукция, произведенная в других странах.

В 2014 году структура спроса в разрезе категорий продукции была следующей: 40% - это продукция, произведенная в России, 30% - импортная продукция, а остальное - продукция, произведенная в других странах. В 2020 году структура спроса изменилась: 45% - это продукция, произведенная в России, 25% - импортная продукция, а остальное - продукция, произведенная в других странах.

В 2014 году структура спроса в разрезе категорий продукции была следующей: 40% - это продукция, произведенная в России, 30% - импортная продукция, а остальное - продукция, произведенная в других странах. В 2020 году структура спроса изменилась: 45% - это продукция, произведенная в России, 25% - импортная продукция, а остальное - продукция, произведенная в других странах.

В 2014 году структура спроса в разрезе категорий продукции была следующей: 40% - это продукция, произведенная в России, 30% - импортная продукция, а остальное - продукция, произведенная в других странах. В 2020 году структура спроса изменилась: 45% - это продукция, произведенная в России, 25% - импортная продукция, а остальное - продукция, произведенная в других странах.

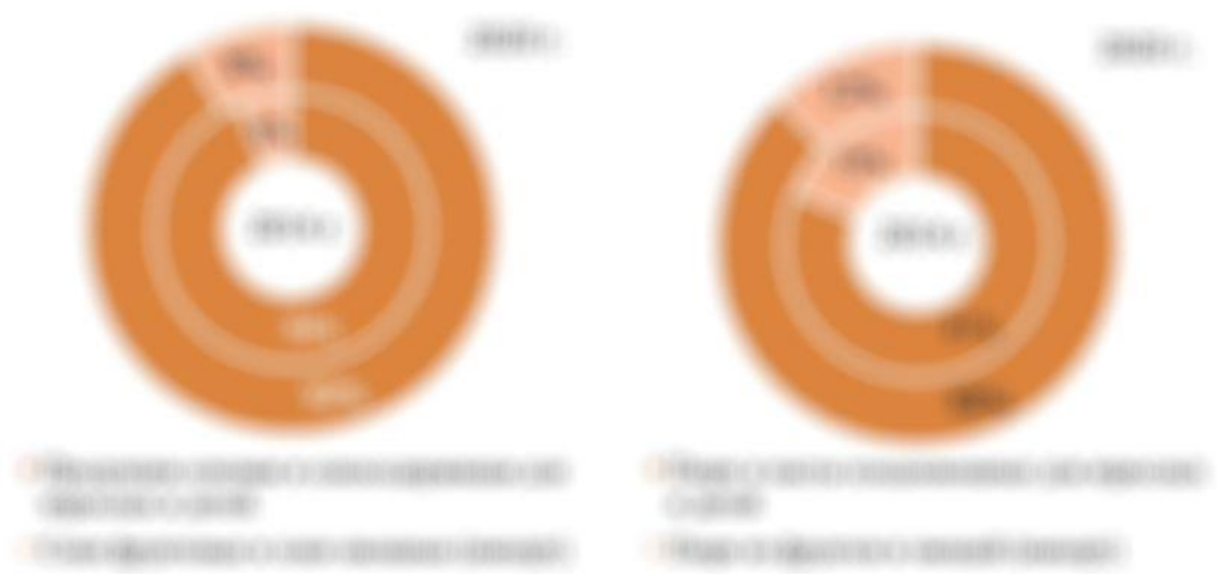
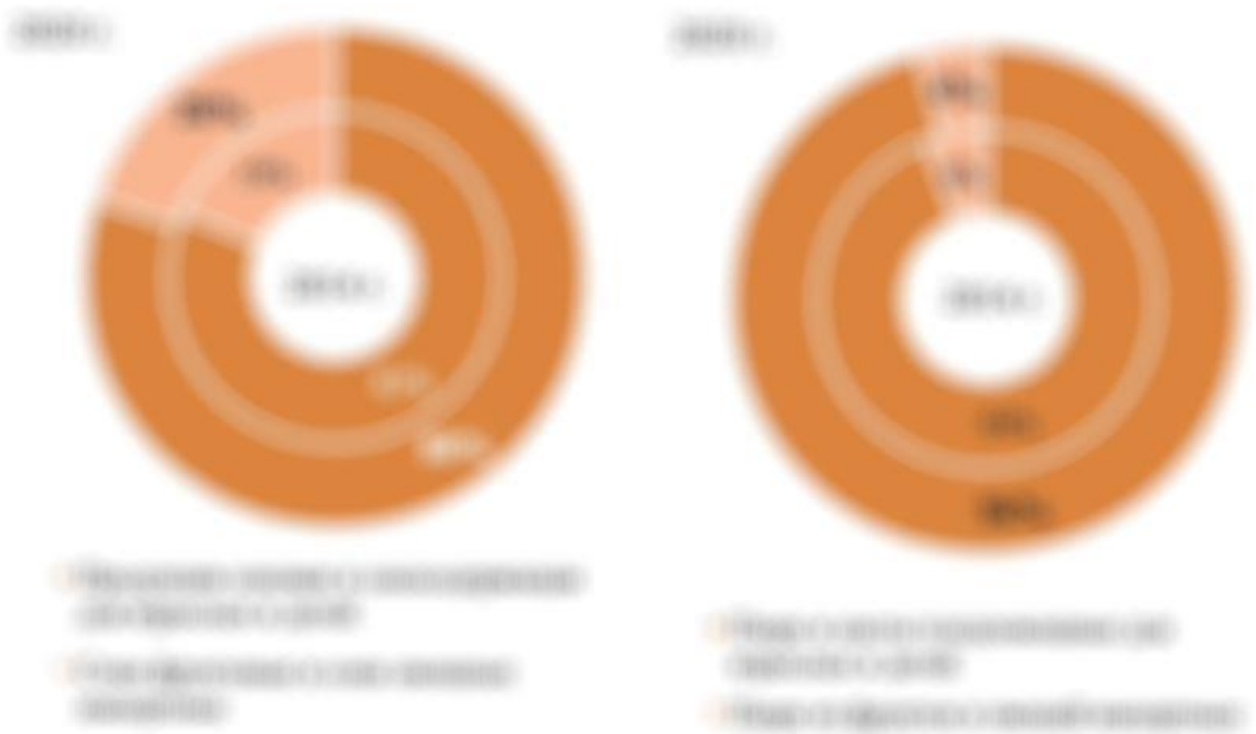


РИСУНОК 18: СТРУКТУРА СПРОСА В РАЗРЕЗЕ КАТЕГОРИИ ПРОДУКЦИИ В 2014 И В 2020 ГОДАХ (В НАТУРАЛЬНОМ ВЫРАЖЕНИИ)



**РИСУНОК 19: СТРУКТУРА СПРОСА В РАЗРЕЗЕ КАТЕГОРИИ ПРОДУКЦИИ В 2014 И В 2020 ГОДАХ (В СТОИМОСТНОМ ВЫРАЖЕНИИ)**

В 2014 году структура спроса в разрезе категорий продукции была следующей: продукты питания и напитки составляли 40%, товары повседневного спроса – 50%, а продукты длительного пользования – 10%. В 2020 году структура спроса в разрезе категорий продукции была следующей: продукты питания и напитки составляли 40%, товары повседневного спроса – 50%, а продукты длительного пользования – 10%.

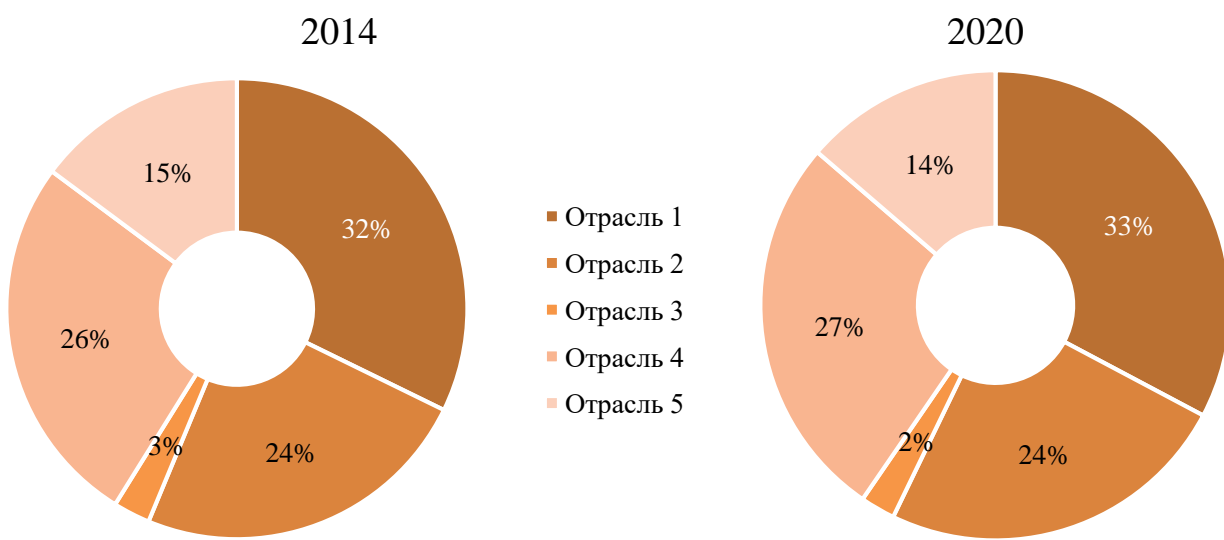
В 2014 году структура спроса в разрезе категорий продукции была следующей: продукты питания и напитки составляли 40%, товары повседневного спроса – 50%, а продукты длительного пользования – 10%. В 2020 году структура спроса в разрезе категорий продукции была следующей: продукты питания и напитки составляли 40%, товары повседневного спроса – 50%, а продукты длительного пользования – 10%.

В 2014 году структура спроса в разрезе категорий продукции была следующей: продукты питания и напитки составляли 40%, товары повседневного спроса – 50%, а продукты длительного пользования – 10%. В 2020 году структура спроса в разрезе категорий продукции была следующей: продукты питания и напитки составляли 40%, товары повседневного спроса – 50%, а продукты длительного пользования – 10%.

В 2014 году структура спроса в разрезе категорий продукции была следующей: продукты питания и напитки составляли 40%, товары повседневного спроса – 50%, а продукты длительного пользования – 10%. В 2020 году структура спроса в разрезе категорий продукции была следующей: продукты питания и напитки составляли 40%, товары повседневного спроса – 50%, а продукты длительного пользования – 10%.

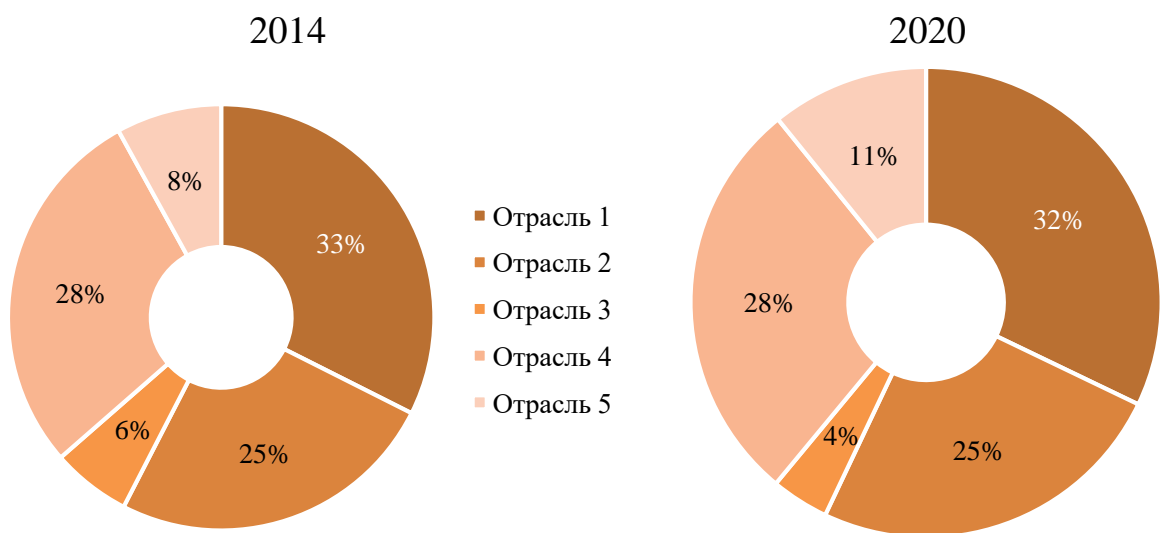
## 6.4 Рыночное сегментирование и функциональный анализ сегментов и потребностей (включая матрицу сегментов и потребностей)

Текст, который был размыт в оригинальном документе, представляющий собой описание данных, связанных с рыночным сегментированием и функциональным анализом сегментов и потребностей. Включает упоминание матрицы сегментов и потребностей.



**РИСУНОК 20: СТРУКТУРА СПРОСА В РАЗРЕЗЕ КОНЕЧНОГО ПОТРЕБИТЕЛЯ В 2014 И 2020 ГГ. (В НАТУРАЛЬНОМ ВЫРАЖЕНИИ)**

[The text in this section is heavily blurred and illegible. It appears to be a multi-paragraph report or document.]



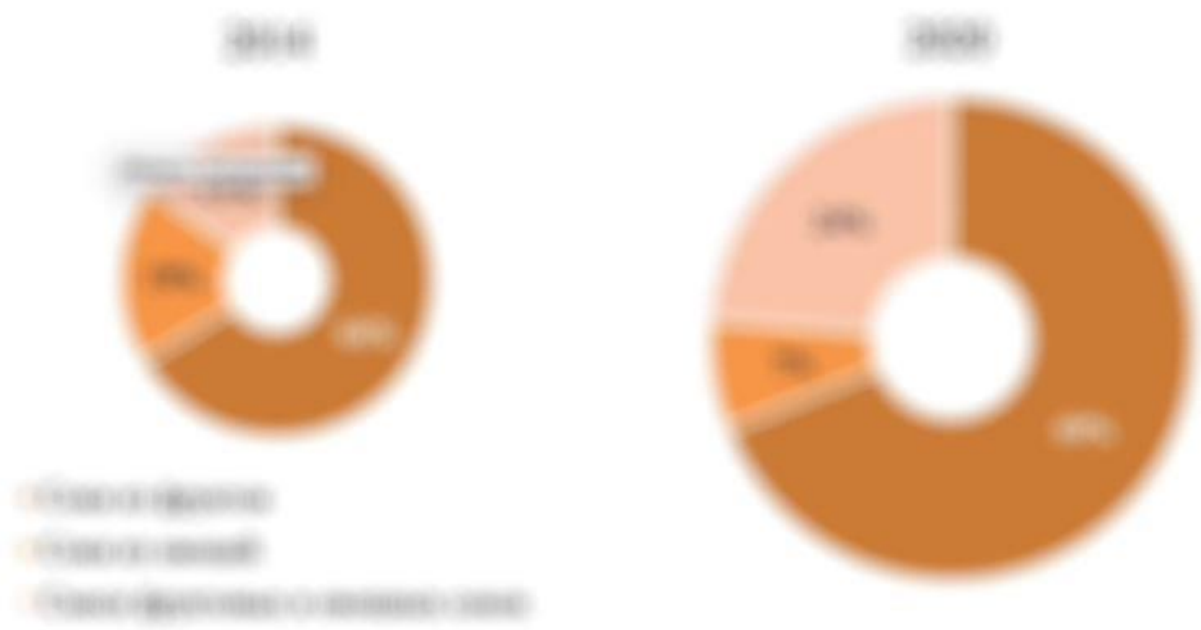
**РИСУНОК 21: СТРУКТУРА СПРОСА В РАЗРЕЗЕ КОНЕЧНОГО ПОТРЕБИТЕЛЯ В 2014 И 2020 ГГ. ((В СТОИМОСТНОМ ВЫРАЖЕНИИ))**

Важно отметить, что структура спроса в разрезе канала продаж (B2B, B2C, B2G) имеет существенное влияние на стратегию маркетинга и продаж. В частности, B2B-сегмент характеризуется более длительными циклами продаж и более высокими объемами сделок, в то время как B2C-сегмент требует более агрессивной маркетинговой стратегии и более быстрого реагирования на изменения спроса.

Важно также отметить, что структура спроса в разрезе канала продаж (B2B, B2C, B2G) имеет существенное влияние на стратегию маркетинга и продаж. В частности, B2B-сегмент характеризуется более длительными циклами продаж и более высокими объемами сделок, в то время как B2C-сегмент требует более агрессивной маркетинговой стратегии и более быстрого реагирования на изменения спроса.

Важно также отметить, что структура спроса в разрезе канала продаж (B2B, B2C, B2G) имеет существенное влияние на стратегию маркетинга и продаж. В частности, B2B-сегмент характеризуется более длительными циклами продаж и более высокими объемами сделок, в то время как B2C-сегмент требует более агрессивной маркетинговой стратегии и более быстрого реагирования на изменения спроса.

Важно также отметить, что структура спроса в разрезе канала продаж (B2B, B2C, B2G) имеет существенное влияние на стратегию маркетинга и продаж. В частности, B2B-сегмент характеризуется более длительными циклами продаж и более высокими объемами сделок, в то время как B2C-сегмент требует более агрессивной маркетинговой стратегии и более быстрого реагирования на изменения спроса.



**РИСУНОК 22: СТРУКТУРА СПРОСА В РАЗРЕЗЕ КАНАЛА ПРОДАЖ: B2B, B2C, B2G**

Важно отметить, что структура спроса в разрезе канала продаж (B2B, B2C, B2G) имеет существенное влияние на стратегию маркетинга и продаж. В частности, B2B-сегмент характеризуется более длительными циклами продаж и более высокими объемами сделок, в то время как B2C-сегмент требует более агрессивной маркетинговой стратегии и более быстрого реагирования на изменения спроса.

**ТАБЛИЦА 12: ФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ АНАЛИЗ СЕГМЕНТОВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ И ПОТРЕБНОСТЕЙ**

<b>Сегмент 1</b>	
<b>Портрет потребителя</b>	<b>Возможности</b>
***** *****	<b>1. Степень вероятности покупки .</b> *****
<b>Лицо, принимающее решение о покупке</b>	*****
***** *****	<b>2. Появление новых потребителей в сегменте.</b> *****
<b>Уровень осведомленности</b>	*****
***** *****	*****
<b>Факторы принятия решения</b>	<b>Угрозы</b>
1. ***** 2. ***** 3.	1. ***** 2. *****
<b>Факторы влияния на принятие решения</b>	<b>Негативные тренды</b>
*****	*****
<b>Маркетинговое послание</b>	
***** *****	
<b>Сегмент 2</b>	
<b>Портрет потребителя</b>	<b>Возможности</b>
***** *****	<b>3. Степень вероятности покупки .</b> *****
<b>Лицо, принимающее решение о покупке</b>	*****
***** *****	<b>4. Появление новых потребителей в сегменте.</b> *****
<b>Уровень осведомленности</b>	*****
***** *****	*****
<b>Факторы принятия решения</b>	<b>Угрозы</b>
4. *****	3. *****

5. *****	4. *****
6.	
<b>Факторы влияния на принятие решения</b>	<b>Негативные тренды</b>
*****	*****
<b>Маркетинговое послание</b>	
*****	
*****	
<b>Сегмент 3</b>	
<b>Портрет потребителя</b>	<b>Возможности</b>
***** ***** ***	<b>5. Степень вероятности покупки .</b>
***** ***** *****	***** ***** ***
<b>Лицо, принимающее решение о покупке</b>	***** *****
***** ***** ***	*****
***** ***** *****	<b>6. Появление новых потребителей в сегменте.</b> *****
<b>Уровень осведомленности</b>	***** *****
***** ***** ***	***** *****
***** ***** *****	***** *****
<b>Факторы принятия решения</b>	<b>Угрозы</b>
7. *****	5. *****
8. *****	6. *****
9.	
<b>Факторы влияния на принятие решения</b>	<b>Негативные тренды</b>
*****	*****
<b>Маркетинговое послание</b>	
*****	

Этот документ является собственностью компании и предназначен для внутреннего использования. Его содержание не должно быть распространено за пределы компании. Любое использование, копирование, воспроизведение или передача информации, содержащейся в нем, без предварительного письменного разрешения владельца является нарушением. Компания оставляет за собой все права.

**ТАБЛИЦА 13: МАТРИЦА СЕГМЕНТОВ И ПОТРЕБНОСТЕЙ**

Сегмент	Лица, принимающие решения	Уровень осведомленности о продукте (бренде)	Факторы принятия решения (основные факторы)	Мотивирующие факторы (драйверы)	Возможности	Угрозы
<b>Сегмент 1</b>	*****	**%	*****	*****	*****	*****
<b>Сегмент 2</b>	*****	**%	*****	*****	*****	*****
<b>Сегмент 3</b>	*****	**%	*****	*****	*****	*****
<b>Сегмент 4</b>	*****	**%	*****	*****	*****	*****

## 6.5 Предложения по выбору наиболее оптимального перечня продукции/ оптимального объёма производства с приложением матрицы полноты по перечню продукции

Текст, который был размыт в скане, представлял собой описание методики или результатов анализа, связанного с матрицей полноты. Визуально это выглядит как несколько абзацев нечитаемого текста.

**ТАБЛИЦА 14: МАТРИЦА ПОЛНОТЫ ПО ПЕРЕЧНЮ ПРОДУКЦИИ**

Продукция	Предложение по цене	Плотность конкуренции	Динамика рынка (возрастающая, падающая)	Мотивирующие факторы выхода на рынок	Возможности	Угрозы
<b>Продукт 1</b>	*****	*****	*****	*****	*****	*****
<b>Продукт 2</b>	*****	*****	*****	*****	*****	*****
<b>Продукт 3</b>	*****	*****	*****	*****	*****	*****
<b>Продукт 4</b>	*****	*****	*****	*****	*****	*****

# **7. Тенденции и прогнозы**

## 7.1 Основные тренды на рынке



## 7.2 Точки роста

1.

Для проведения мероприятий необходимо наладить работу с клиентами, партнерами, поставщиками, а также обеспечить работу по развитию бизнеса, и обеспечить взаимодействие клиентов и партнеров с помощью новых каналов связи.

2.

Обеспечение взаимодействия клиентов между собой, создание новых каналов связи и форм работы с клиентами, разработка новых каналов взаимодействия клиентов между собой, обеспечение работы по развитию бизнеса и созданию новых каналов связи, который позволит обеспечить взаимодействие клиентов и партнеров с помощью новых каналов связи, создание новых каналов связи, разработка и функционирование новых каналов связи.

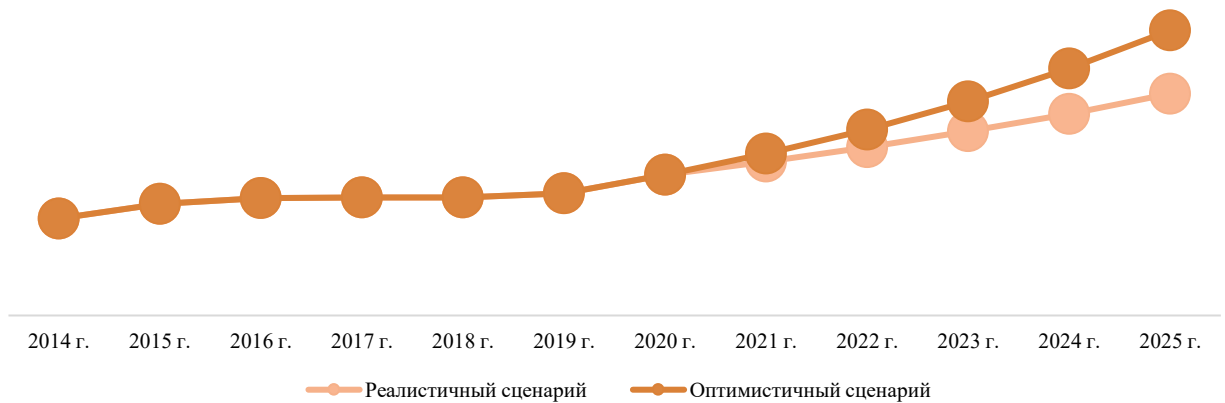
3.

Обеспечение взаимодействия клиентов между собой, создание новых каналов связи и форм работы с клиентами, разработка новых каналов взаимодействия клиентов между собой, обеспечение работы по развитию бизнеса и созданию новых каналов связи, который позволит обеспечить взаимодействие клиентов и партнеров с помощью новых каналов связи, создание новых каналов связи, разработка и функционирование новых каналов связи.

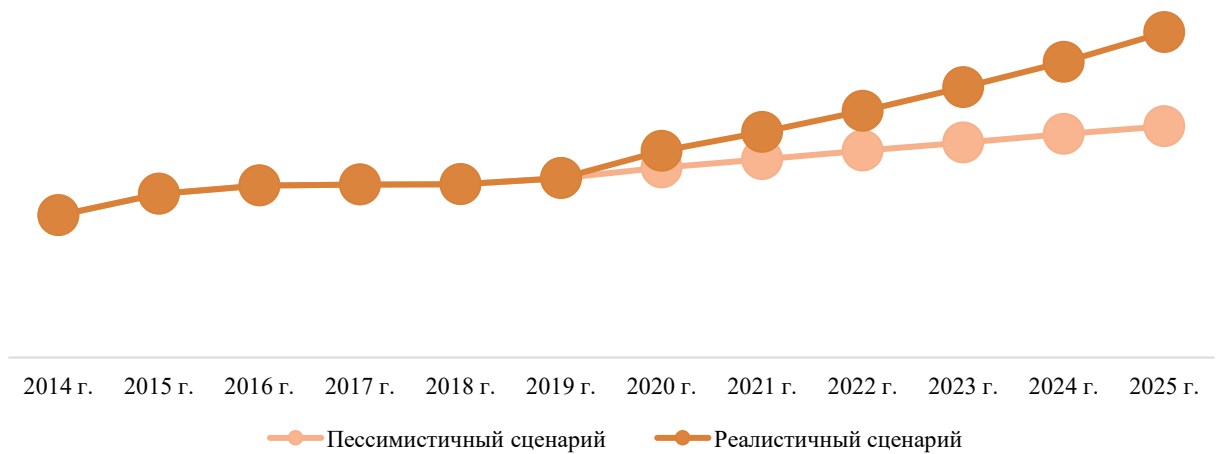
## 7.3 Прогноз емкости российского рынка на период до 2025 года (метод Делфи)

**ТАБЛИЦА 15: СЦЕНАРИИ РАЗВИТИЯ РЫНКА (ДО 2025 Г.)**

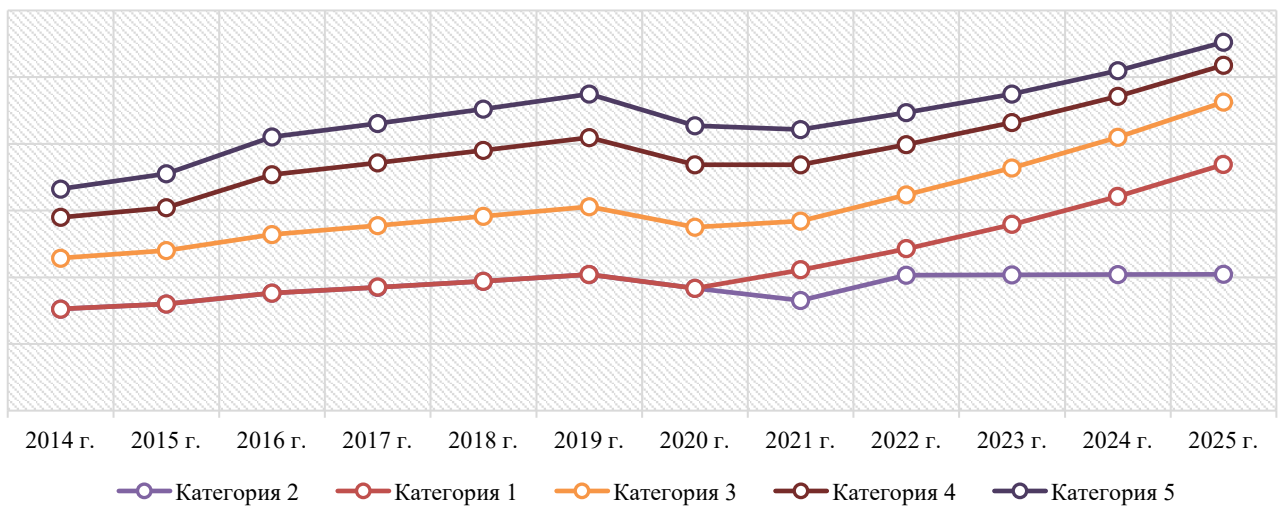
Сценарии развития	2020 г.	2021 г.	2022 г.	2023 г.	2024 г.	2025 г.
Оптимистичный сценарий (динамика)	** , %	** , %	** , %	** , %	** , %	** , %
Реалистичный сценарий (динамика)	** , %	** , %	** , %	** , %	** , %	** , %
Пессимистичный сценарий (динамика)	** , %	** , %	** , %	** , %	** , %	** , %
Оптимистичный сценарий, млрд руб.	*****	*****	*****	*****	*****	*****
Реалистичный сценарий, млрд руб.	*****	*****	*****	*****	*****	*****
Пессимистичный сценарий, млрд руб.	*****	*****	*****	*****	*****	*****



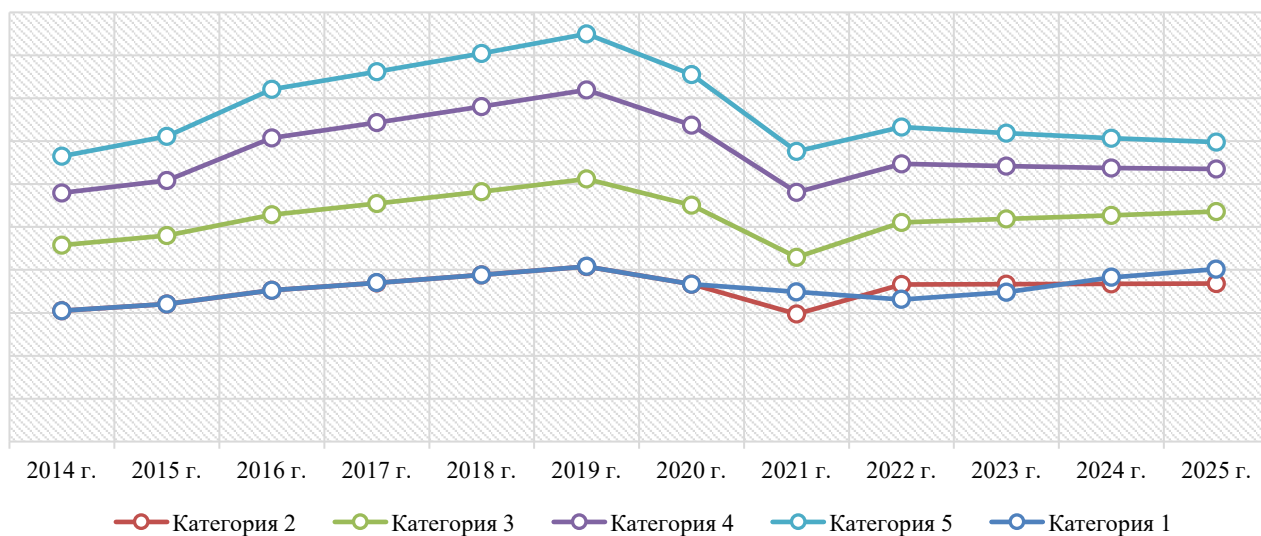
**РИСУНОК 23: ПРОГНОЗ ОБЪЕМА РЫНКА В СТОИМОСТНОМ ВЫРАЖЕНИИ (ДО 2025 Г.) (РЕАЛИСТИЧНЫЙ И ПЕССИМИСТИЧНЫЙ СЦЕНАРИИ РАЗВИТИЯ РЫНКА)**



**РИСУНОК 24: ПРОГНОЗ ОБЪЕМА РЫНКА В НАТУРАЛЬНОМ ВЫРАЖЕНИИ (ДО 2025 Г.) (РЕАЛИСТИЧНЫЙ И ПЕССИМИСТИЧНЫЙ СЦЕНАРИИ РАЗВИТИЯ РЫНКА)**



**РИСУНОК 25: ПРОГНОЗ РЫНКА В РАЗРЕЗЕ КАТЕГОРИЙ ПРОДУКЦИИ (ДО 2025 Г.) (РЕАЛИСТИЧНЫЙ СЦЕНАРИЙ РАЗВИТИЯ РЫНКА)**



**РИСУНОК 26: ПРОГНОЗ РЫНКА В РАЗРЕЗЕ КАТЕГОРИЙ ПРОДУКЦИИ (ДО 2025 Г.) (ПЕССИМИСТИЧНЫЙ СЦЕНАРИЙ РАЗВИТИЯ РЫНКА)**

Этот прогноз рынка основан на анализе данных за последние пять лет. Он учитывает различные факторы, влияющие на развитие рынка, и предполагает, что в будущем рынок будет развиваться в соответствии с текущими тенденциями. Однако, это не является гарантией, и фактические результаты могут отличаться от прогноза.

**ТАБЛИЦА 16: ПРОГНОЗ РЫНКА В РАЗРЕЗЕ РЕГИОНОВ**

ПРОГНОЗ РЫНКА , МЛРД РУБ.	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Российский рынок	****	****	****	****	****	****
Московская обл. (г Москва)	****	****	****	****	****	****
г. Санкт-Петербург	****	****	****	****	****	****
Краснодарский край (г Краснодар)	****	****	****	****	****	****
Белгородская обл. (г Белгород)	****	****	****	****	****	****
Калужская обл. (г Калуга)	****	****	****	****	****	****
Самарская обл. (г Самара)	****	****	****	****	****	****
Кабардино-Балкарская Республика (г Нальчик)	****	****	****	****	****	****
Пермский край (г Пермь)	****	****	****	****	****	****
Томская обл. (г Томск)	****	****	****	****	****	****
Нижегородская обл. (г Нижний Новгород)	****	****	****	****	****	****
Тверская обл. (г Тверь)	****	****	****	****	****	****
Республика Татарстан (Татарстан) (г Казань)	****	****	****	****	****	****
Республика Башкортостан (г Уфа)	****	****	****	****	****	****
Брянская обл. (г Брянск)	****	****	****	****	****	****
Ярославская обл. (г Ярославль)	****	****	****	****	****	****
Владимирская обл. (г Владимир)	****	****	****	****	****	****
Тамбовская обл. (г Тамбов)	****	****	****	****	****	****

Тульская обл. (г Тула)	****	****	****	****	****	****
Вологодская обл. (г Вологда)	****	****	****	****	****	****
Саратовская обл. (г Саратов)	****	****	****	****	****	****
Новгородская обл. (г Великий Новгород)	****	****	****	****	****	****
Калининградская обл. (г Калининград)	****	****	****	****	****	****
Воронежская обл. (г Воронеж)	****	****	****	****	****	****
Хабаровский край (г Хабаровск)	****	****	****	****	****	****
Приморский край (г Владивосток)	****	****	****	****	****	****
Рязанская обл. (г Рязань)	****	****	****	****	****	****
Ставропольский край (г Ставрополь)	****	****	****	****	****	****
Другие регионы	****	****	****	****	****	****
Челябинская обл. (г Челябинск)	****	****	****	****	****	****
Республика Тыва (г Кызыл)	****	****	****	****	****	****
Оренбургская обл. (г Оренбург)	****	****	****	****	****	****
Другие регионы	****	****	****	****	****	****

## 7.4 Методика расчёта прогнозируемых объемов рынка до 2025 года (метод Делфи)

Индекс изменения объемов рынка при реалистичном сценарии развития показывал наиболее реалистичный ежегодный прирост рынка в стоимостном выражении.

Для реалистичного сценария за основу в качестве индекса прогнозируемого ежегодного прироста рынка бралась медиана индексов оптимистичного и пессимистичного сценариев.

Индекс изменения объемов рынка при реалистичном сценарии развития определялся по формуле:

$$I = \text{МЕДИАНА} (I_{\text{опт}} + I_{\text{пес}})$$

где:

$I$  – индекс изменения объемов рынка при реалистичном сценарии развития

$I_{\text{опт}}$  – индекс изменения объемов рынка при оптимистичном сценарии развития

$I_{\text{пес}}$  – индекс изменения объемов рынка при пессимистичном сценарии развития

Индекс изменения объемов рынка при оптимистичном сценарии развития показывал максимально возможный ежегодный прирост рынка в стоимостном выражении.

Для оптимистичного сценария в качестве индекса изменения объемов рынка брался максимальный прирост объема рынка в стоимостном выражении за период с 2014 по 2020 годы (\*\*% в 2020 г.).

Индекс изменения объемов рынка при оптимистичном сценарии развития определялся по формуле:

Индекс изменения объемов рынка при оптимистичном сценарии ( $I_{\text{опт}}$ ):

$$I_{\text{опт}} = (\sum P_{2020} / \sum P_{2019}) \times 100\%, \text{ где}$$

- $P_{2020}$  – стоимостной объем категории рынка в 1 пол. 2020 г.
- $\sum P_{2020}$  – общий стоимостной объем всех категорий рынка в 1 пол. 2020 г.
- $P_{2019}$  – стоимостной объем категории рынка в 2019 г.
- $\sum P_{2019}$  – общий стоимостной объем всех категорий рынка в 2019 г.

Индекс изменения объемов рынка при пессимистичном сценарии развития показывал самые пессимистичные ожидания по росту (падению) рынка в стоимостном выражении.

Для пессимистичного сценария за основу в качестве индекса прогнозируемого ежегодного прироста рынка бралась медиана изменения объемов рынка в стоимостном выражении за период с 2014 по 2020 годы (\*\*%).

Индекс изменения объемов рынка при пессимистичном сценарии развития определялся по формуле:

Индекс изменения объемов рынка при оптимистичном сценарии ( $I_{\text{пес}}$ ):

$$I_{\text{пес}} = \text{МЕДИАНА}$$

$$\left( \frac{\sum P_{2015}}{\sum P_{2014}} + \frac{\sum P_{2016}}{\sum P_{2017}} + \frac{\sum P_{2017}}{\sum P_{2018}} + \frac{\sum P_{2019}}{\sum P_{2018}} + \frac{\sum P_{2020}}{\sum P_{2019}} \right) \times 100\%$$

, где

- P2020 – стоимостной объем категории рынка в 2020 г.
- $\sum P_{2020}$  – общий стоимостной объем всех категорий рынка в 2020 г.
- P2019 – стоимостной объем категории рынка в 2019 г.
- $\sum P_{2019}$  – общий стоимостной объем всех категорий рынка в 2019 г.
- P2018 – стоимостной объем категории рынка в 2019 г.
- $\sum P_{2018}$  – общий стоимостной объем всех категорий рынка в 2019 г.
- P2017 – стоимостной объем категории рынка в 2019 г.
- $\sum P_{2017}$  – общий стоимостной объем всех категорий рынка в 2019 г.
- P2016 – стоимостной объем категории рынка в 2019 г.
- $\sum P_{2016}$  – общий стоимостной объем всех категорий рынка в 2019 г.
- P2015 – стоимостной объем категории рынка в 2019 г.
- $\sum P_{2015}$  – общий стоимостной объем всех категорий рынка в 2019 г.

- $P_{2014}$  – стоимостной объем категории рынка в 2019 г.
- $\sum P_{2014}$  – общий стоимостной объем всех категорий рынка в 2019 г.

## 7.5 Оценка рисков на рынке

Оценку риска на рынке можно проводить по-разному. В зависимости от того, какие данные доступны, можно использовать различные методы. Например, можно использовать исторические данные о ценах и объемах торгов, чтобы оценить волатильность и корреляцию между активами. Другой подход – использовать модели, основанные на теории вероятностей, например, модель Блэка-Шулза для оценки опционов.

Оценку риска можно также проводить с помощью методов машинного обучения. Например, можно использовать нейронные сети для прогнозирования изменений цен на основе большого объема исторических данных.

Важно помнить, что оценка риска – это сложный процесс, который требует тщательного анализа данных и использования надежных методов.

Оценку риска можно проводить с помощью различных методов, в зависимости от того, какие данные доступны и какие цели преследуются.

Оценку риска на рынке можно проводить по-разному. В зависимости от того, какие данные доступны, можно использовать различные методы. Например, можно использовать исторические данные о ценах и объемах торгов, чтобы оценить волатильность и корреляцию между активами. Другой подход – использовать модели, основанные на теории вероятностей, например, модель Блэка-Шулза для оценки опционов.

Оценку риска можно также проводить с помощью методов машинного обучения. Например, можно использовать нейронные сети для прогнозирования изменений цен на основе большого объема исторических данных.

Важно помнить, что оценка риска – это сложный процесс, который требует тщательного анализа данных и использования надежных методов.

Оценку риска можно проводить с помощью различных методов, в зависимости от того, какие данные доступны и какие цели преследуются.

**ТАБЛИЦА 17: ОЦЕНКА АДМИНИСТРАТИВНЫХ БАРЬЕРОВ НА РЫНКЕ**

Наименование нормативного акта, регулирующего отрасль	Оценка ограничений	Оценка преимуществ	Коды, наименования товаров, попадающих под ограничения (предоставление преимуществ)
*****	*****	*****	*****
*****	*****	*****	*****
*****	*****	*****	*****
*****	*****	*****	*****
*****	*****	*****	*****

## Остались вопросы? Мы ждем вашего звонка!

+7 (499) 346-88-08



**Ирина Светлова**

ведущий аналитик

Если Вы хотите больше узнать о наших услугах, пожалуйста, позвоните нам.

[info@research-center.ru](mailto:info@research-center.ru)

Если у Вас есть техническое задание или сформулирован запрос, пожалуйста, отправьте его на наш e-mail. Мы обрабатываем заявку в течение рабочего дня.