



## Аналитический отчет DISCOVERY RESEARCH GROUP

### Анализ рынка уличных газовых обогревателей в России



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

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

### Почему маркетинговые исследования выгоднее покупать у нас?

#### 1. Мы используем максимально полный набор источников,

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

#### 2. Мы обновляем исследование на момент его приобретения.

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

#### 3. Мы максимально визуализируем данные

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

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

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

#### 5. Мы осуществляем послепродажную поддержку

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

## Методология проведения исследований

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

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

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

### РЫНОЧНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ

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

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

## ИСТОЧНИКИ ИНФОРМАЦИИ

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

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

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

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

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

## ОБРАБОТКА БАЗ ДАННЫХ И ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

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

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

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

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

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

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

### **ВАЖНО!**

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

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

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

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

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

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

## Содержание

|                                                                                                                |                                 |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------|
| Список таблиц и диаграмм .....                                                                                 | 10                              |
| Таблицы: .....                                                                                                 | 10                              |
| Диаграммы: .....                                                                                               | 10                              |
| Резюме .....                                                                                                   | 10                              |
| Глава 1. Методология исследования .....                                                                        | 13                              |
| Цель исследования .....                                                                                        | 13                              |
| Задачи исследования .....                                                                                      | 13                              |
| Объект исследования .....                                                                                      | 13                              |
| Метод сбора и анализа данных .....                                                                             | 13                              |
| Источники получения информации .....                                                                           | 14                              |
| Объем и структура выборки .....                                                                                | 14                              |
| Глава 2. Классификация и основные характеристики уличных газовых обогревателей .....                           | 16                              |
| Глава 3. Объем и темпы роста рынка уличных газовых обогревателей в России .....                                | 17                              |
| Объем и темпы роста рынка .....                                                                                | 17                              |
| Структура рынка по основным игрокам .....                                                                      | 18                              |
| Глава 4. Производство уличных газовых обогревателей в России .....                                             | 19                              |
| Глава 5. Импорт уличных газовых обогревателей в Россию и экспорт уличных газовых обогревателей из России ..... | 20                              |
| Импорт - всего .....                                                                                           | 20                              |
| В натуральном выражении .....                                                                                  | 20                              |
| В стоимостном выражении .....                                                                                  | 21                              |
| Импорт по торговым маркам .....                                                                                | 22                              |
| В натуральном выражении .....                                                                                  | 22                              |
| В стоимостном выражении .....                                                                                  | 24                              |
| Импорт по странам происхождения .....                                                                          | 25                              |
| В натуральном выражении .....                                                                                  | 25                              |
| В стоимостном выражении .....                                                                                  | Ошибка! Закладка не определена. |
| Экспорт - всего .....                                                                                          | 26                              |
| В натуральном выражении .....                                                                                  | Ошибка! Закладка не определена. |
| В стоимостном выражении .....                                                                                  | Ошибка! Закладка не определена. |
| Экспорт по торговым маркам .....                                                                               | 26                              |
| В натуральном выражении .....                                                                                  | Ошибка! Закладка не определена. |

---

|                                                                                                                                    |                                        |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------|
| В стоимостном выражении .....                                                                                                      | <b>Ошибка! Закладка не определена.</b> |
| Экспорт по странам назначения .....                                                                                                | 26                                     |
| В натуральном выражении .....                                                                                                      | <b>Ошибка! Закладка не определена.</b> |
| В стоимостном выражении .....                                                                                                      | <b>Ошибка! Закладка не определена.</b> |
| Глава 6. Потребительские предпочтения на рынке уличных газовых обогревателей в России .....                                        | 27                                     |
| Глава 7. Финансово-хозяйственная деятельность и планы развития ключевых игроков рынка уличных газовых обогревателей в России ..... | 28                                     |

## Список таблиц и диаграмм

Отчет содержит 14 таблиц и 9 диаграмм.

### Таблицы:

Таблица 1. Объем рынка уличных газовых обогревателей в России, шт. и % прироста

Таблица 2. Объем производства уличных газовых обогревателей в Россию в натуральном выражении, шт. и % прироста

Таблица 3. Объем импорта уличных газовых обогревателей в Россию в натуральном выражении, шт. и % прироста

Таблица 4. Объем импорта уличных газовых обогревателей в Россию в стоимостном выражении, \$ и % прироста

Таблица 5. Объем импорта уличных газовых обогревателей в Россию по торговым маркам в натуральном выражении, шт.

Таблица 6. Объем импорта уличных газовых обогревателей в Россию по торговым маркам в стоимостном выражении, \$

Таблица 7. Объем импорта уличных газовых обогревателей в Россию по странам происхождения в натуральном выражении, шт.

Таблица 8. Объем импорта уличных газовых обогревателей в Россию по странам происхождения в стоимостном выражении, \$

Таблица 9. Объем экспорта уличных газовых обогревателей из России в натуральном выражении, шт.

Таблица 10. Объем экспорта уличных газовых обогревателей из России в стоимостном выражении, \$

Таблица 11. Объем экспорта уличных газовых обогревателей из России по торговым маркам в натуральном выражении, шт.

Таблица 12. Объем экспорта уличных газовых обогревателей из России по торговым маркам в стоимостном выражении, \$

Таблица 13. Объем экспорта уличных газовых обогревателей из России по странам назначения в натуральном выражении, шт.

Таблица 14. Объем экспорта уличных газовых обогревателей из России по странам происхождения в стоимостном выражении, \$

### Диаграммы:

Диаграмма 1. Объем рынка уличных газовых обогревателей в России, шт. и % прироста

Диаграмма 2. Структура рынка уличных газовых обогревателей в России по основным игрокам, шт. и %

Диаграмма 3. Объем производства уличных газовых обогревателей в Россию в натуральном выражении, шт. и % прироста

Диаграмма 4. Объем импорта уличных газовых обогревателей в Россию в натуральном выражении, шт. и % прироста

Диаграмма 5. Объем импорта уличных газовых обогревателей в Россию в стоимостном выражении, \$ и % прироста

Диаграмма 6. Структура импорта уличных газовых обогревателей в Россию по торговым маркам в натуральном выражении, шт. и %

Диаграмма 7. Структура импорта уличных газовых обогревателей в Россию по торговым маркам в стоимостном выражении, \$ и %

Диаграмма 8. Структура импорта уличных газовых обогревателей в Россию по странам происхождения в натуральном выражении, шт. и %

Диаграмма 9. Структура импорта уличных газовых обогревателей в Россию по странам происхождения в стоимостном выражении, \$ и %

## Резюме

Согласно расчетам аналитиков DISCOVERY ResearchGroup, объем рынка уличных газовых обогревателей в России составил в 2016 году 4 522 шт., что на 38,9% меньше, чем в 2015 году. В 2015 году объем рынка составлял 7 399 шт.

Основную долю рынка составляют импортные поставки уличных газовых обогревателей.

Основную долю рынка уличных газовых обогревателей в России в 2016 году в натуральном выражении составила торговая марка NEOCLIMA. ДалееследуетторговаямаркаOUTTRADE. Замыкает тройку лидеров VERTEX.

Следует отметить, что на сайтах розничных продаж уличных ИК обогревателей торговая марка «Мастер Лето» часто указывается как российская, однако само производство осуществляется в Китае: «Сама марка зарегистрирована в России, но собирается в Китае под контролем российской фирмы. В России не собираются никакие ИК обогреватели».

Было выявлено, что производство уличных газовых ИК обогревателей в России существует, однако объем производимой продукции незначителен. По оценкам Discovery Research Group, объем производства составил в 2016 году 430 шт. уличных ИК обогревателей.

Основную долю импорта уличных газовых обогревателей в Россию составляют поставки из Китая – 97% в натуральном выражении или 89% в стоимостном выражении.

## Глава 1. Методология исследования

### Цель исследования

Охарактеризовать текущее состояние и перспективы развития рынка уличных газовых обогревателей в России.

### Задачи исследования

1. Определить объем, темпы роста и динамику развития российского рынка уличных газовых обогревателей.
2. Определить объем и темпы роста производства уличных газовых обогревателей в России.
3. Определить объем импорта в Россию и экспорта из России уличных газовых обогревателей.
4. Охарактеризовать структуру потребления уличных газовых обогревателей в России.
5. Определить рыночные доли основных участников рынка уличных газовых обогревателей.
6. Охарактеризовать конкурентную ситуацию на рынке уличных газовых обогревателей в России.
7. Охарактеризовать потребительские свойства различных товарных групп уличных газовых обогревателей.
8. Описать финансово-хозяйственную деятельность участников рынка уличных газовых обогревателей.

### Объект исследования

Рынок уличных газовых обогревателей в России.

### Метод сбора и анализа данных

Основным методом сбора данных является мониторинг документов.

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

Контент-анализ выполняется в рамках проведения DeskResearch (кабинетное исследование). В общем виде целью кабинетного исследования является проанализировать ситуацию на рынке уличных газовых обогревателей и получить (рассчитать) показатели, характеризующие его состояние в настоящее время и в будущем.

### Источники получения информации

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

### Объем и структура выборки

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

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

1. Категория продукта
2. Группа продукта
3. Производитель
4. Бренд
5. Год импорта/экспорта
6. Месяц импорта/экспорта
7. Компании получатели и отправители товара
8. Страны получатели, отправители и производители товара
9. Объем импорта и экспорта в натуральном выражении
10. Объем импорта и экспорта в стоимостном выражении

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

---

## Глава 2. Классификация и основные характеристики уличных газовых обогревателей

Уличные газовые обогреватели – это ...

...

....

...

...

...

...

## Глава 3. Объем и темпы роста рынка уличных газовых обогревателей в России

### Объем и темпы роста рынка

Согласно расчетам аналитиков DISCOVERY ResearchGroup, объем рынка уличных газовых обогревателей в России составил .... шт. в 2016 году, что на ...%..., чем в 2015 году. В 2015 году объем рынка составлял ... шт.

Основную долю рынка составляют импортные поставки уличных газовых обогревателей.

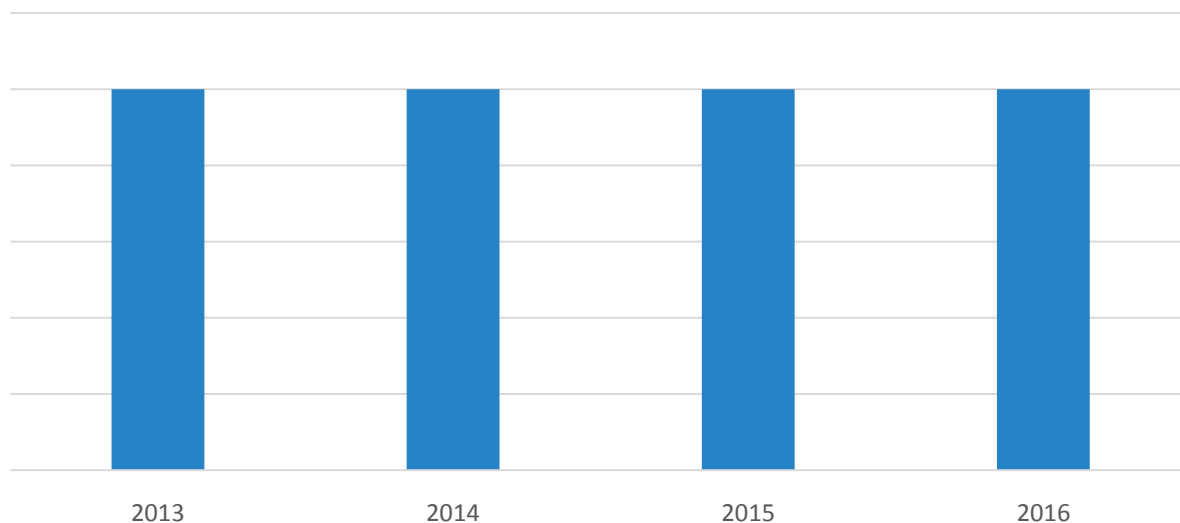
*Примечание: для расчета объемов производства использовались официальные данные ФСГС РФ, компаний-производителей, а для анализа объемов импорта и экспорта использовались базы данных ФТС РФ. По формуле видимого потребления (импорт + производство – экспорт) был рассчитан объем рынка.*

**Таблица 1. Объем рынка уличных газовых обогревателей в России в 2013-2016 гг., шт. и % прироста**

| Показатель                       | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
|----------------------------------|------|------|------|------|
| Производство                     |      |      |      |      |
| Импорт                           |      |      |      |      |
| Экспорт                          |      |      |      |      |
| <b>Объем рынка</b>               |      |      |      |      |
| % прироста к предыдущему периоду |      |      |      |      |

Источник: расчеты DISCOVERY ResearchGroup

**Диаграмма 1. Объем рынка уличных газовых обогревателей в России в 2013-2016 гг., шт. и % прироста**



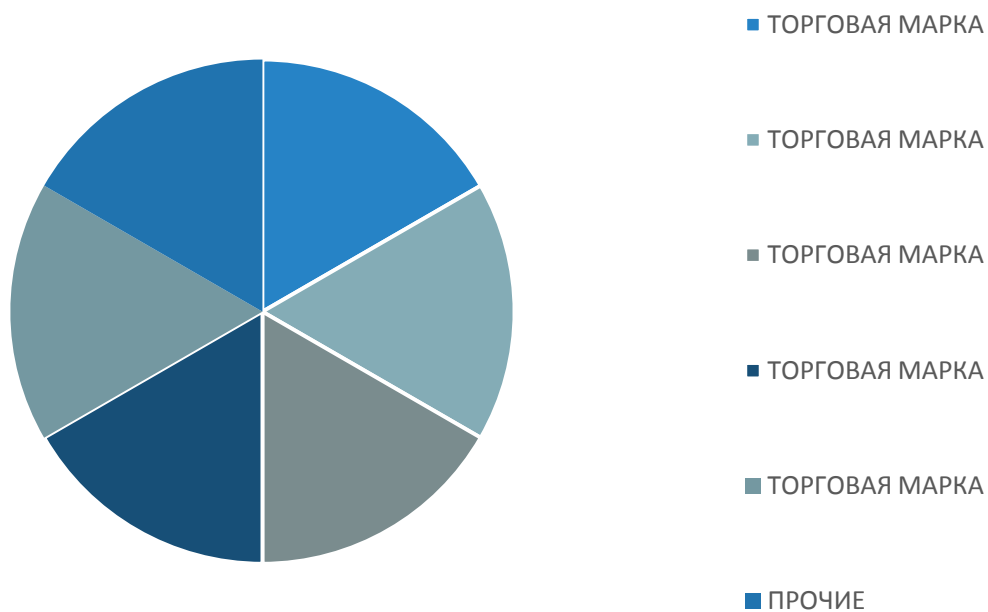
Источник: расчеты DISCOVERY ResearchGroup

### Структура рынка по основным игрокам

Основную долю рынка уличных газовых обогревателей в России в 2016 году в натуральном выражении составила торговая марка ...

...

Диаграмма 2. Структура рынка уличных газовых обогревателей в России по основным игрокам в 2016 г., шт. и %



Источник: расчеты DISCOVERY ResearchGroup

## Глава 4. Производство уличных газовых обогревателей в России

Следует отметить, что ...

*Примечание: ситуацию с отечественным производством уличных ИК обогревателей разъясняли представители сайта moscowclimate.ru.*

Тем не менее, в 2015 году ...

...

...

Аналитики Discovery Research Group выявили...

...

...

*Примечание:* Информация с одного из сайтов по розничным продажам обогревателей...

...

...

Таким образом, производство уличных газовых ИК обогревателей в России существует, однако объем производимой продукции...

...

**Таблица 2. Объем производства уличных газовых обогревателей в Россию в 2015-2016 гг. в натуральном выражении, шт. и % прироста**

| Показатель                       | 2015 | 2016 |
|----------------------------------|------|------|
| Производство                     |      |      |
| % прироста к предыдущему периоду |      |      |

Источник: расчеты Discovery Research Group

## Глава 5. Импортуличных газовых обогревателей в Россию и экспорт уличных газовых обогревателейиз России

### Импорт - всего

#### В натуральном выражении

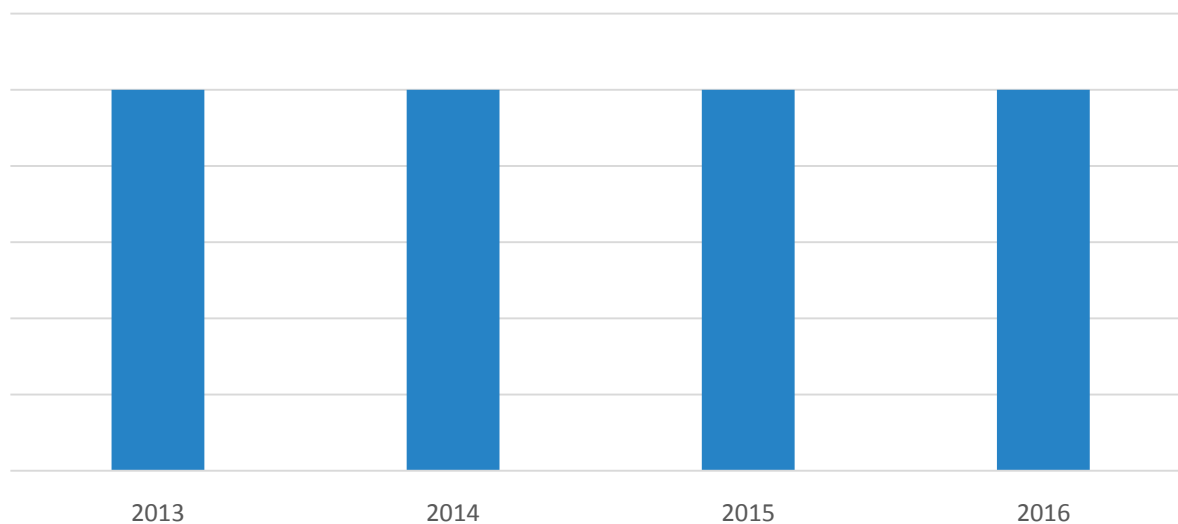
В 2016 году в Россию было импортировано ... шт. уличных газовых обогревателей, что на ...% ... показателя 2015 года. В 2015 году было импортировано ... шт. продукции.

Таблица 3. Объем импорта уличных газовых обогревателей в Россию в 2012-2016 гг. в натуральномвыражении, шт. и % прироста

| Показатель                       | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
|----------------------------------|------|------|------|------|
| Импорт                           |      |      |      |      |
| % прироста к предыдущему периоду |      |      |      |      |

Источник: расчеты DiscoveryResearchGroup по данным ФТС РФ

Диаграмма 3. Объем импорта уличных газовых обогревателей в Россию в 2012-2016 гг. в натуральномвыражении, шт. и % прироста



Источник: расчеты DISCOVERY ResearchGroup

**В стоимостном выражении**

В 2016 году в Россию было импортировано уличных газовых обогревателей на сумму ...

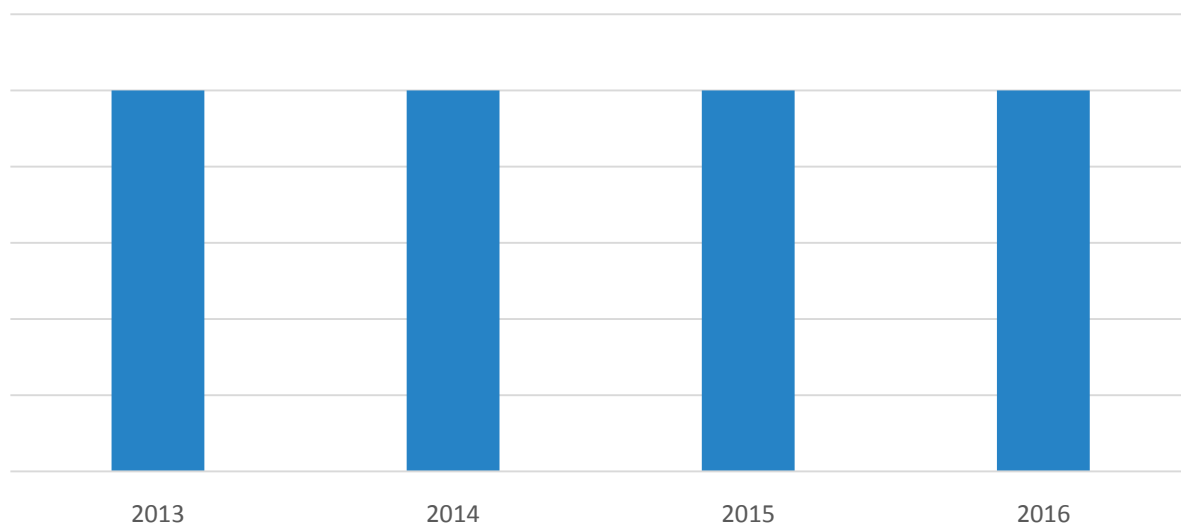
...

**Таблица 4. Объем импорта уличных газовых обогревателей в Россию в 2012-2016 гг. в стоимостном выражении, \$ и % прироста**

| Показатель                       | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
|----------------------------------|------|------|------|------|
| Импорт                           |      |      |      |      |
| % прироста к предыдущему периоду |      |      |      |      |

Источник: расчеты DiscoveryResearchGroup по данным ФТС РФ

**Диаграмма 4. Объем импорта уличных газовых обогревателей в Россию в 2012-2016 гг. в стоимостном выражении, \$ и % прироста**



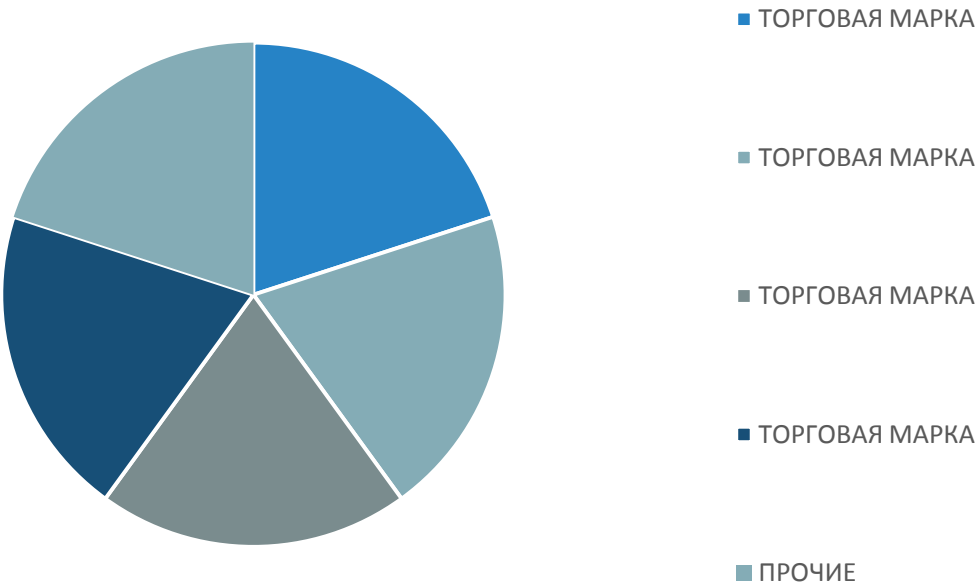
Источник: расчеты DISCOVERY ResearchGroup



|       |  |  |  |  |
|-------|--|--|--|--|
|       |  |  |  |  |
|       |  |  |  |  |
|       |  |  |  |  |
|       |  |  |  |  |
|       |  |  |  |  |
|       |  |  |  |  |
|       |  |  |  |  |
|       |  |  |  |  |
|       |  |  |  |  |
|       |  |  |  |  |
|       |  |  |  |  |
|       |  |  |  |  |
|       |  |  |  |  |
| ВСЕГО |  |  |  |  |

Источник: расчеты DiscoveryResearchGroup по данным ФТС РФ

Диаграмма 5. Структура импорта уличных газовых обогревателей в Россию по торговым маркам в 2016 г. в натуральном выражении, шт. и %



Источник: расчеты DISCOVERY ResearchGroup

***В стоимостном выражении***

В импорте уличных газовых обогревателей в Россию в стоимостном выражении в 2016 году тоже лидирует торговая марка ЮЮЮ

...

...

...

...

Импорт по странам происхождения

*В натуральном выражении*

Основную долю импорта уличных газовых обогревателей в Россию в натуральном выражении составляют поставки из ...

Таблица 6. Объем импорта уличных газовых обогревателей в Россию по странам происхождения в 2012-2016 гг. в натуральном выражении, шт.

| Страна происхождения | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
|----------------------|------|------|------|------|
|                      |      |      |      |      |
|                      |      |      |      |      |
|                      |      |      |      |      |
|                      |      |      |      |      |
|                      |      |      |      |      |
|                      |      |      |      |      |
|                      |      |      |      |      |
| ВСЕГО                |      |      |      |      |

Источник: расчеты DiscoveryResearchGroup по данным ФТС РФ

...

...

...

...

Экспорт - всего

Экспорт по торговым маркам

Экспорт по странам назначения

## Глава 6. Потребительские предпочтения на рынке уличных газовых обогревателей в России

Выбирая газовый обогреватель, потребители обращают внимание на целый ряд характеристик. Рассмотрим самые главные пункты.

..

....

...

...

## **Глава 7. Финансово-хозяйственная деятельность и планы развития ключевых игроков рынка уличных газовых обогревателей в России**

**Neoclima**

**Vertex**

**Ballu (ООО Ижевский завод тепловой техники)**

Агентство маркетинговых исследований

DISCOVERY RESEARCH GROUP

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

БЦ «Головинские пруды»

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

e-mail: [research@drgroup.ru](mailto:research@drgroup.ru)

[www.drgroup.ru](http://www.drgroup.ru)

### Схема проезда

