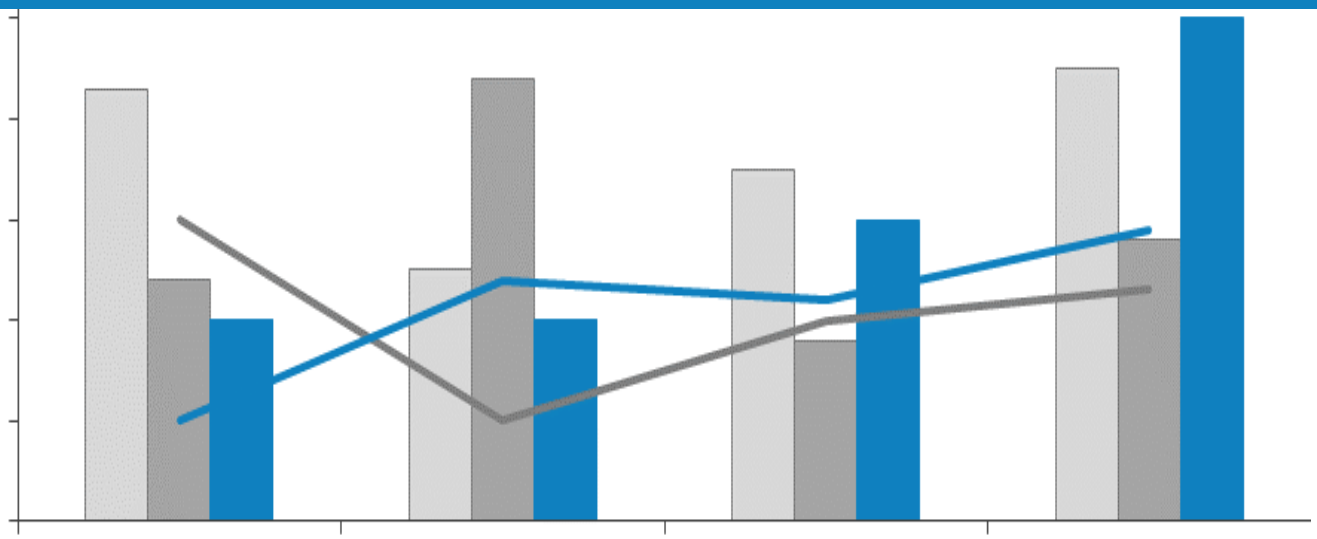
Аналитический отчет

DISCOVERY RESEARCH GROUP

Рынок духовых шкафов в России



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

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

Почему маркетинговые исследования выгоднее покупать у нас?

1. Мы используем максимально полный набор источников,

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

2. Мы обновляем исследование на момент его приобретения.

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

3. Мы максимально визуализируем данные

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

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

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

5. Мы осуществляем послепродажную поддержку

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

Методология проведения исследований

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

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

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

РЫНОЧНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ

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

- об объеме, темпе*** 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 иключевых 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 анализируем 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. МатериалыибазыданныхстатистикиООН (United Nations Statistics Division: Commodity Trade Statistics, Industrial Commodity Statistics, Food and Agriculture Organization идр.).
11. Материалы Международного Валютного Фонда (InternationalMonetaryFund).
12. Материалы Всемирного банка (WorldBank).
13. МатериалыВТО (World Trade Organization).
14. Материалы Организации экономического сотрудничества и развития (OrganizationforEconomicCooperationandDevelopment).
15. Материалы InternationalTradeCentre.
16. Материалы IndexMundi.
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 **DISCOVERYResearch Group** исключительно в целях информации. **DISCOVERY Research Group** не гарантирует точности и полноты всех сведений, содержащихся в отчете, поскольку в некоторых источниках приведенные сведения могли быть случайно или намеренно искажены. Информация, представленная в этом отчете, не должна быть истолкована, прямо или косвенно, как информация, содержащая рекомендации по дальнейшим действиям по ведению бизнеса. Все мнение и оценки, содержащиеся в данном отчете, отражают мнение авторов на день публикации и могут быть изменены без предупреждения.

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

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

ВАЖНО!

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

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

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

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

Специалисты агентства являются экспертами и авторами статей в известных деловых и специализированных изданиях, среди которых Коммерсантъ, Ведомости, Эксперт Компания, Профиль, Рбк-Daily, Секрет фирмы и ряд других.

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

Содержание

Содержание 8

Список таблиц и диаграмм 9

Таблицы: 9
Диаграммы: 9

Резюме 10

Глава 1. Технологические характеристики исследования 11

Цель исследования 11
Задачи исследования 11
Объект исследования 11
Метод сбора и анализа данных 11
Метод анализа данных 11
Объем и структура выборки 12

Глава 2. Объем рынка духовых шкафов в России в 2013 – 1п. 2014 гг. 13

Объем рынка по торговым маркам 13

Глава 3. Производство духовых шкафов в России в 2010 – 1 п.2014 гг. 17

Глава 4. Импорт духовых шкафов в Россию и экспорт духовых шкафов из России в 2012-2013 гг. 19

Импорт по торговым маркам 19
Экспорт по торговым маркам 20
Импорт по стране происхождения товара 22
Экспорт по стране назначения товара 23

Глава 5. Основные события, тенденции и перспективы развития рынка бытовой техники и электроники в России 25

Текущее состояние рынка БТиЭ 25
*** спроса на встраиваемую бытовую технику 25
Влияние колебаний курса рубля на рынок БТиЭ 25
Противостояние розницы и интернет-торговли на рынке БТиЕ 25
Ограничение импорта российской техники на белорусский рынок 26

Глава 6. Финансово-хозяйственная деятельность и планы развития ключевых игроков рынка духовых шкафов в России 27

Российские производители духовых шкафов 27
Компания 1 27
Компания 2 27
Компания 3 27
Компания 4 27
Зарубежные производители духовых шкафов 27
Компания 1 27
Компания 2 27
Компания 3 27

Компания 4 27

Список таблиц и диаграмм

Отчет содержит 9таблиц и 7 диаграмм.

Таблицы:

Таблица 1. Объем рынка духовых шкафов в России в 2013 – 1п. 2014 гг., шт. 13
Таблица 2. Основные показатели рынка духовых шкафов по торговым маркам в России, а также доли торговых марок в общем объеме рынка в натуральном выражении в 2013 г., шт. и%. 13
Таблица 3. Основные показатели рынка духовых шкафов по торговым маркам в России, а также доли торговых марок в общем объеме рынка в стоимостном выражении в 2013 г., $ тыс. и%. 15
Таблица 4. Производство духовых шкафов в России в разбивке по субъектам федерации в 2010-1п 2014 гг., шт. 17
Таблица 5. Объем экспорта из России и импорта в Россию духовых шкафов, шт. и $ тыс. 19
Таблица 6. Объем импорта духовых шкафов по торговым маркам в Россию в 2013г. и 1 пол.2014г., шт. и $ тыс. 19
Таблица 7. Объем экспорта духовых шкафов по торговым маркам из России в 2013 и 1 пол. 2014г., шт. и $ тыс. 21
Таблица 8. Импорт духовых шкафов по стране происхождения товара в Россию в 2013 г., шт. и $ тыс. 22
Таблица 9 Экспорт духовых шкафов по стране назначения товара из России в 2013 г., шт. и $ тыс. 23

Диаграммы:

Диаграмма 1. Структура рынка духовых шкафов в России в натуральном выражении в 2013 г.,%. 14
Диаграмма 2. Структура рынка духовых шкафов в России в стоимостном выражении в 2013 г.,%. 16
Диаграмма 3. Структура производства духовых шкафов в России в 1 пол. 2014 г.,%. 17
Диаграмма 4. Объем и темпы при*** производства духовых шкафов в России в 2011 - 2013 гг., тыс. шт. и%. 18
Диаграмма 5. Структура импорта духовых шкафов в Россию в стоимостном выражении в 2013 г.,%. 20
Диаграмма 6. Структура экспорта духовых шкафов в Россию в стоимостном выражении в 2013 г.,%. 21
Диаграмма 7. Структура импорта духовых шкафов в Россию по стране происхождения товара в стоимостном выражении в 2013 г.,%. 23
Диаграмма 8. Структура экспорта духовых шкафов в Россию по стране назначения товара в стоимостном выражении в 2013 г., %. 24

Резюме

В октябре 2014 года маркетинговое агентство DISCOVERY Research Group завершило исследование российского рынка духовых шкафов.

Объем рынка духовых шкафов в России составил в 2013 г. около *** тыс. шт. в натуральном выражении. Лидером на российском рынке духовых шкафовв натуральном выражении в 2013 г. стала марка BOSCH, на нее пришлось более 19% общего объема рынка. <…>В стоимостном выражении лидером рынка духовых шкафов в России по итогам 2013 года также стала торговая маркаBOSCH.

Согласно официальным статистическим данным, производство духовых шкафов в России в 2013 г. сократилось на 39% по сравнению с предыдущим годом.

Объем импорта духовых шкафов в Россию в 2013 году составил около ***тыс. шт.15% объема импорта духовых шкафов в Россию приходится на торговую марку BOSCH, на втором месте находится бренд ….

……

В импорте духовых шкафов в Россию преобладает продукция немецкого и итальянского производства.

……

Глава 1. Технологические характеристики исследования

Цель исследования

Охарактеризовать текущее состояние и перспективы развития рынка духовых шкафов в России.

Задачи исследования

1. Определить объем рынка духовых шкафов в России в 2013 – 1 пол. 2014 гг.
2. Определить объем производствадуховых шкафовв России в 2010 – 1 пол. 2014 гг.
3. Определить объем импорта в Россию и экспорта из России духовых шкафов в 2013 -1 пол. 2014 гг. по торговым маркам.
4. Определить ключевые тенденции и перспективы развития рынка бытовой техники и электроникии духовых шкафов, в частности, в России в ближайшие несколько лет.
5. Определить ключевые факторы, определяющие текущее состояние и развитие рынка духовых шкафов в России.
6. Описать финансово-хозяйственную деятельность участников рынка.

Объект исследования

Рынокдуховых шкафов в России.

Метод сбора и анализа данных

Мониторинг документов.

В общем виде целью кабинетного исследования является проанализировать ситуацию на рынке духовых шкафов и получить (рассчитать) показатели, характеризующие его состояние в настоящее время и в будущем.

Метод анализа данных

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. МатериалыибазыданныхстатистикиООН (United Nations Statistics Division: Commodity Trade Statistics, Industrial Commodity Statistics, Food and Agriculture Organization идр.).
10. Материалы Международного Валютного Фонда (InternationalMonetaryFund).
11. Материалы Всемирного банка (WorldBank).
12. МатериалыВТО (World Trade Organization).
13. Материалы Организации экономического сотрудничества и развития (OrganizationforEconomicCooperationandDevelopment).
14. Материалы InternationalTradeCentre.
15. Материалы IndexMundi.
16. Результаты исследований DISCOVERY Research Group.

Объем и структура выборки

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

Глава 2. Объем рынка духовых шкафовв России в 2013– 1п. 2014 гг.

Расчеты DISCOVERY Research Group, сделанные по формуле видимого потребления:

Объем рынка = Объем производства+ Объем импорта - Объем экспорта

показывают, что объем рынка духовых шкафовв России составил в 2013 г. ... тыс. шт. в натуральном выражении. За первоеполугодие 2014 г. объем рынка составил ... тыс. шт.

Таблица 1. Объем рынка духовых шкафов в России в 2013 – 1п. 2014 гг., шт.

Год	Производство	Импорт	Экспорт	Объем рынка
2 013				
1 пол. 2014				

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФТС РФ

Объем рынка по торговым маркам

Лидером на российском рынке духовых шкафовв натуральном выражениив 2013 г. стала марка, на нее пришлось ...% общего объема рынка.Далее наиболее значительные нишина рынке духовых шкафов занимают такие бренды, как…

Таблица 2. Основные показатели рынка духовых шкафовпо торговым маркам в России, а также доли торговых марок в общем объеме рынка в натуральном выражении в 2013 г., шт. и%.

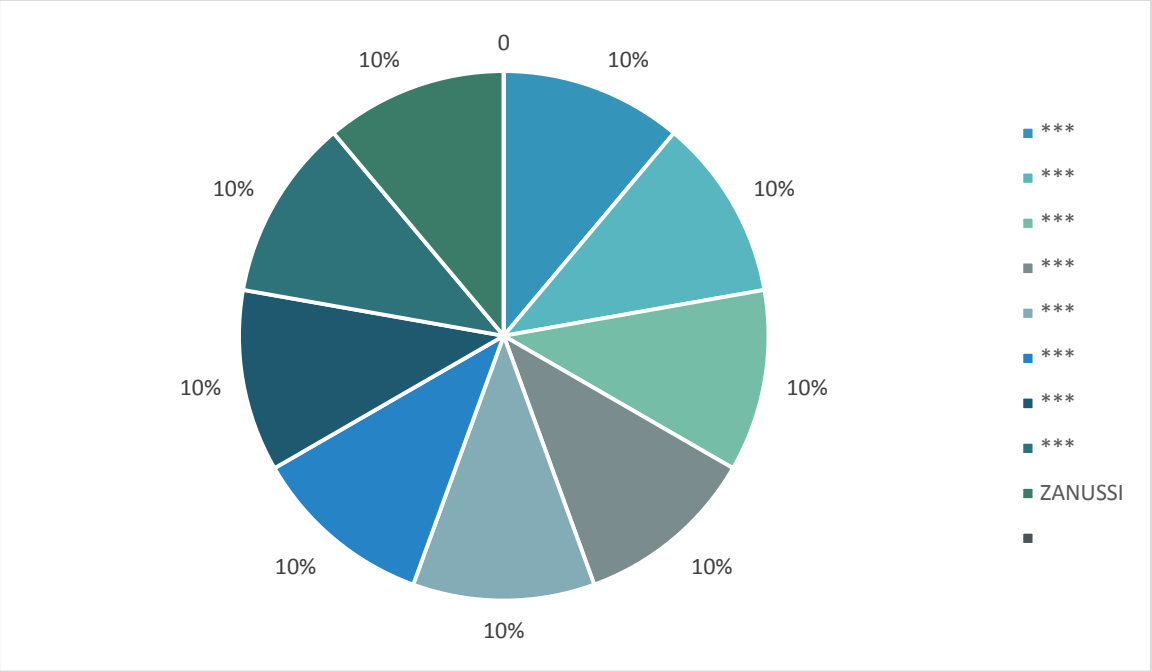
БРЕНД	Импорт	Экспорт	Рынок	Долярынка
ZANUSSI				

DISCOVERY RESEARCH GROUP
125438, Москва, ул. Михалковская 63б, стр. 2, этаж 2, подъезд 3
Телефон: +7 (495) 601-91-49; +7 (495) 968-13-14. Факс: +7 (495) 601-91-49
www.drgroup.ru, research@drgroup.ru

PANASONIC				
ПРОЧИЕ				
Итог				**1…%**

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФТС РФ

Диаграмма 1. Структура рынка духовых шкафов в России в натуральном выражении в 2013 г.,%.



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФСГС РФ

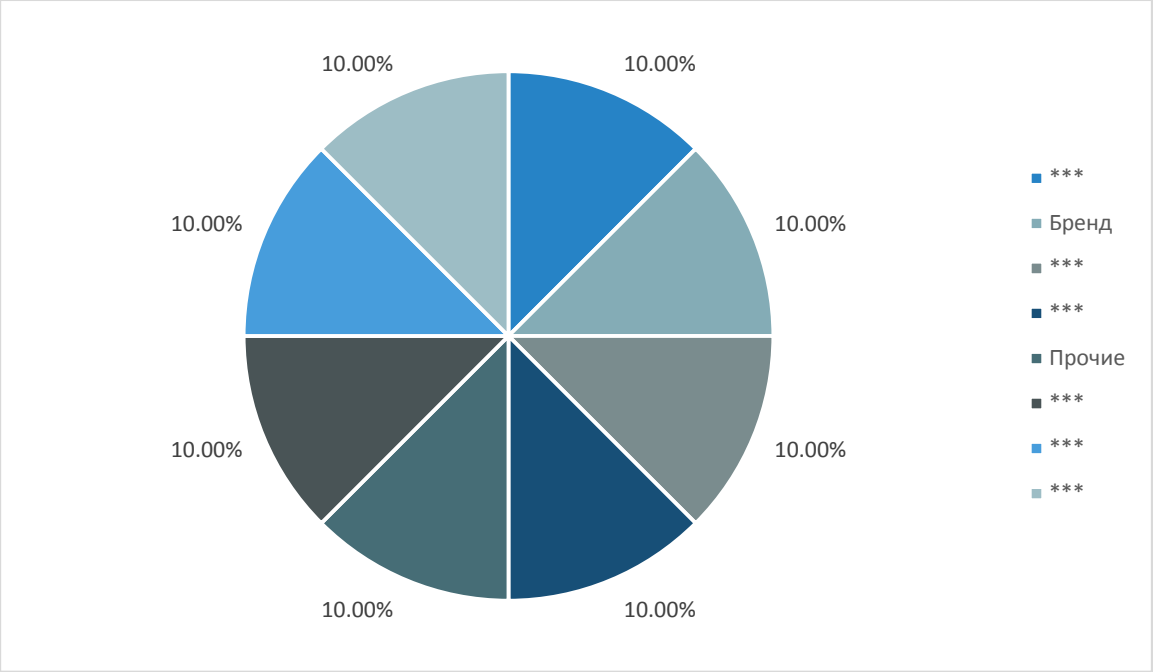
В стоимостном выражении лидером рынка духовых шкафов в России по итогам 2013 года также стала торговая марка…, на которую пришлось ...% объема рынка. ...% занимает …, ...% и ...%пришлось на …и … соответственно.

Таблица 3. Основные показатели рынка духовых шкафовпо торговым маркам в России, а также доли торговых марок в общем объеме рынка в стоимостном выражении в 2013 г., $ тыс. и%.

Бренд	Импорт	Экспорт	Рынок	Доля рынка
				...%
				...%
				...%
				...%
				...%
				...%
				...%
				...%
				...%
				...%
				...%
				...%
				...%
				...%
				...%
				...%
				...%
				...%
				...%
				...%
				...%
				...%
				...%
				...%
				...%
				...%
				...%
				...%
				...%
				...%
				...%
				1...%

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФТС РФ

Диаграмма 2. Структура рынка духовых шкафов в России в стоимостном выражении в 2013 г.,%.



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФСГС РФ

Глава 3. Производстводуховых шкафовв России в 2010 – 1 п.2014 гг.

Согласно официальным статистическим данным, производство духовых шкафов в России в 2013 г. составило ... тыс. шт., что на...%.... показателя предыдущего года.

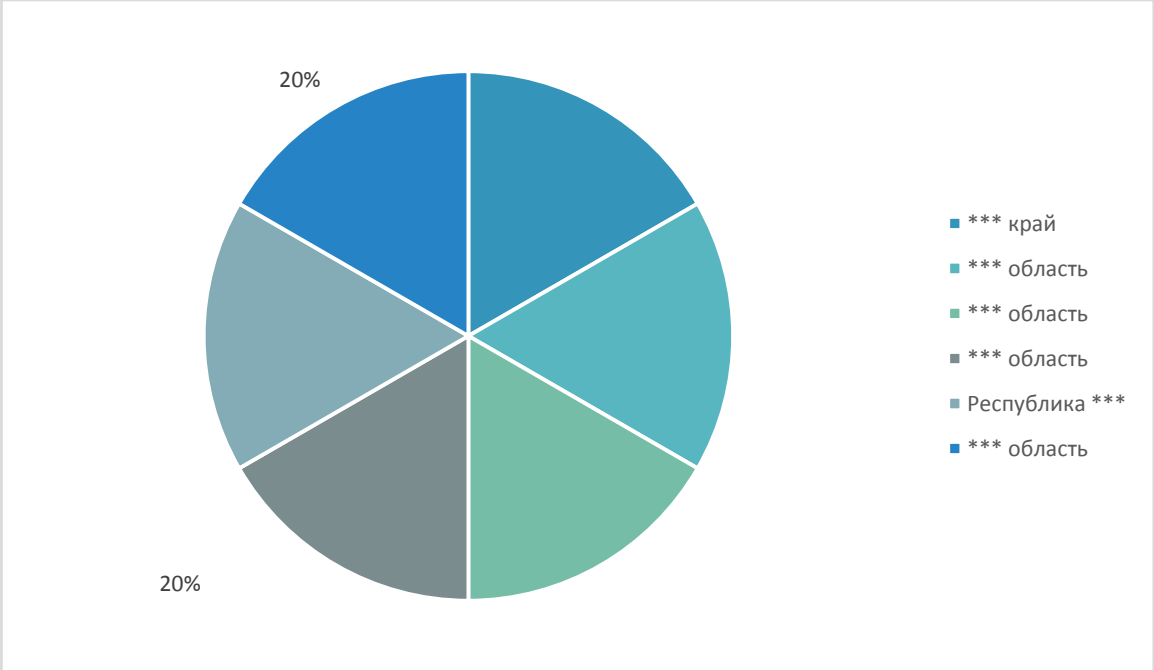
В первой половине 2014 года темп при*** производства снизился еще больше, было произведено всего ... тыс. шт.духовых шкафов.

Таблица 4. Производство духовых шкафов в России в разбивке по субъектам федерации в 2010-1п 2014 гг., шт.

Субъект РФ	2010	2011	2012	2013	1п 2014	Доля
*** край						. ..%
*** область						. ..%
*** область			7...			...%
*** область						...%
Республика ***						...%
***область						...%
Итого						**1...%**

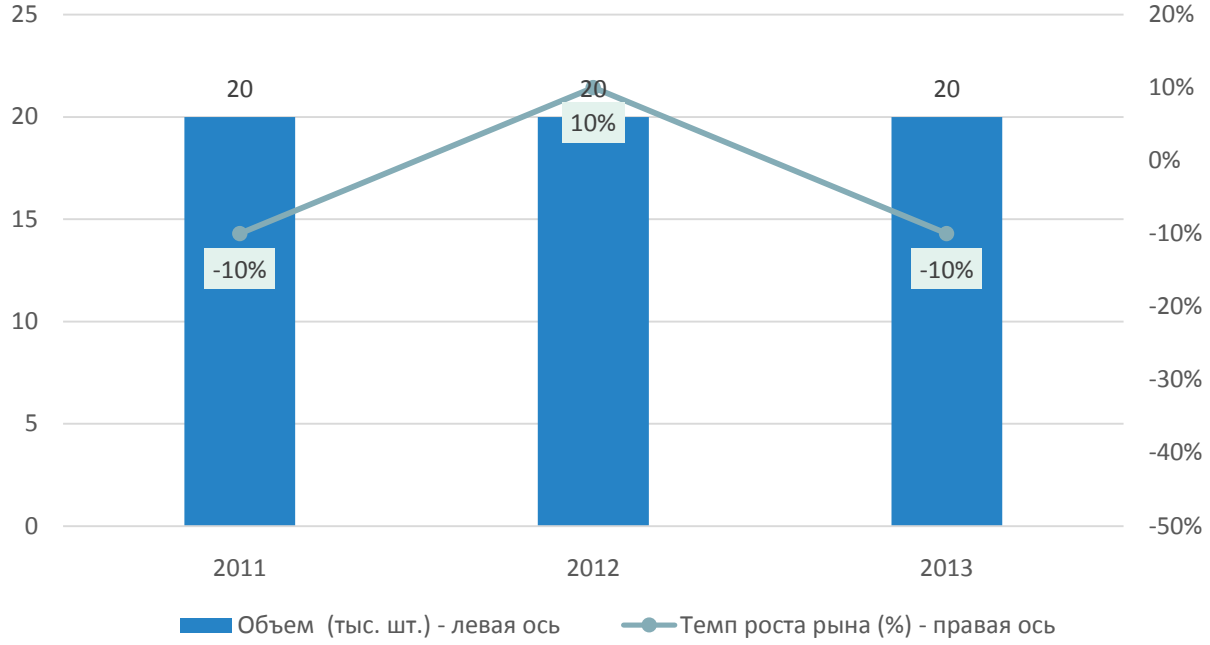
Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФСГС

Диаграмма 3. Структура производства духовых шкафов в России в 1 пол. 2014 г.,%.



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФСГС РФ

Диаграмма 4. Объем и темпы при* производства духовых шкафовв России в 2011 - 2013 гг., тыс. шт.и%.**



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФСГС РФ

Глава 4.Импортдуховых шкафов в Россию и экспорт духовых шкафов из России в 2012-2013 гг.

Объем импорта духовых шкафов в Россию в 2013 году составил ... тыс. шт. или $...тыс., по итогам первого полугодия 2014 года объем импорта составил ... тыс. шт.на сумму $...тыс.

Таблица 5.Объем экспорта из России и импорта в Россиюдуховых шкафов, шт.и $ тыс.

Показатель	2013		1 пол. 2014	
	шт.	$ тыс.	шт.	$ тыс.
Импорт				
Экспорт				

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФТС РФ

Импорт по торговым маркам

...% объема импорта духовых шкафов в Россию приходится на торговую марку …, на втором месте находится бренд с долей в импорте в ...%, затем по ...% приходится на GORENJE и ...% - на …

В первом полугодии 2014 года отсутствовал импорт торговой марки, как PANASONIC.

Таблица 6.Объем импорта духовых шкафовпо торговым маркам в Россию в 2013г.и 1 пол.2014г., шт.и $ тыс.

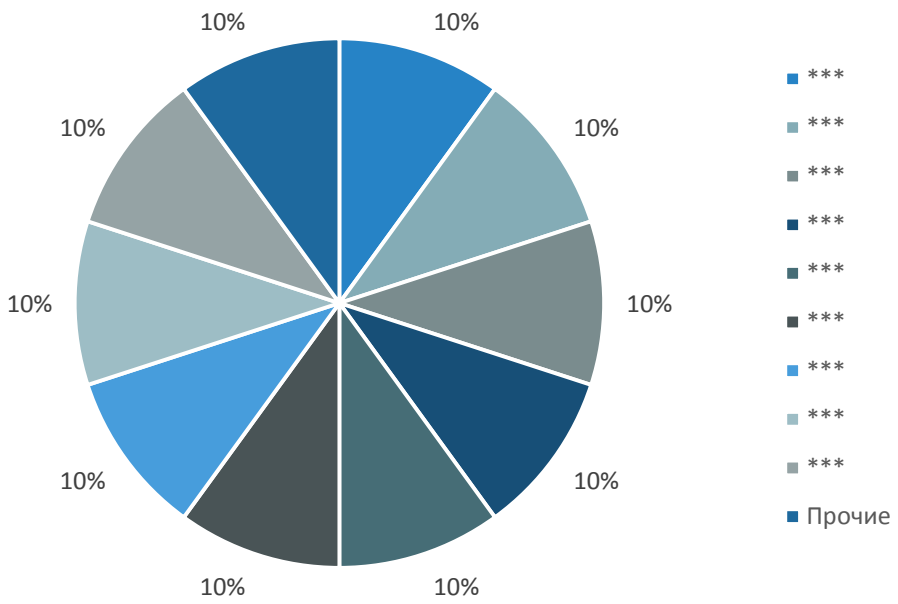
БРЕНД	2013		1 пол.2014		Доля (2013)
	шт.	$ тыс.	шт.	$ тыс.	
					...%
					...%
					...%
					...%
ZANUSSI					

DISCOVERY RESEARCH GROUP
125438, Москва, ул. Михалковская 63б, стр. 2, этаж 2, подъезд 3
Телефон: +7 (495) 601-91-49; +7 (495) 968-13-14. Факс: +7 (495) 601-91-49
www.drgroup.ru, research@drgroup.ru

					1…%

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФТС РФ

Диаграмма 5. Структура импорта духовых шкафов в Россию в стоимостном выражении в 2013 г.,%.



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФСГС РФ

Экспорт по торговым маркам

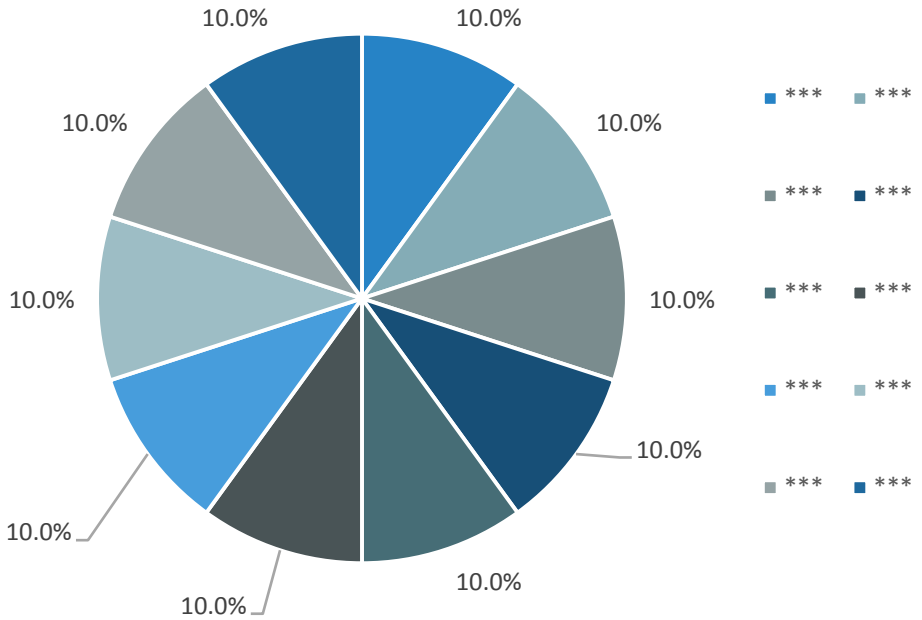
В экспорте духовых шкафов из России преобладает продукция марки…, на нее приходится ...% экспорта духовых шкафов в стоимостном выражении по итогам 2013 года. На втором месте находится торговая марка …с долей в ...%, за ней следует, доля которого составила ...%.

Таблица 7.Объем экспортадуховых шкафов по торговым маркам из России в 2013 и 1 пол. 2014г., шт.и $ тыс.

БРЕНД	2013		2014		Доля (2013)
	шт.	$ тыс.	шт.	$ тыс.	
					...%
					...%
					...%
					...%
					...%
					...%
					...%
					...%
					...%
					...%
					...%
					...%
					...%
					...%
ВЕКО	3				...%
					...%
ПРОЧИЕ					...%
ИТОГО					1...%

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФСГС РФ

Диаграмма 6. Структура экспорта духовых шкафов в Россию в стоимостном выражении в 2013 г.,%.



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФСГС РФ

Импорт по стране происхождения товара

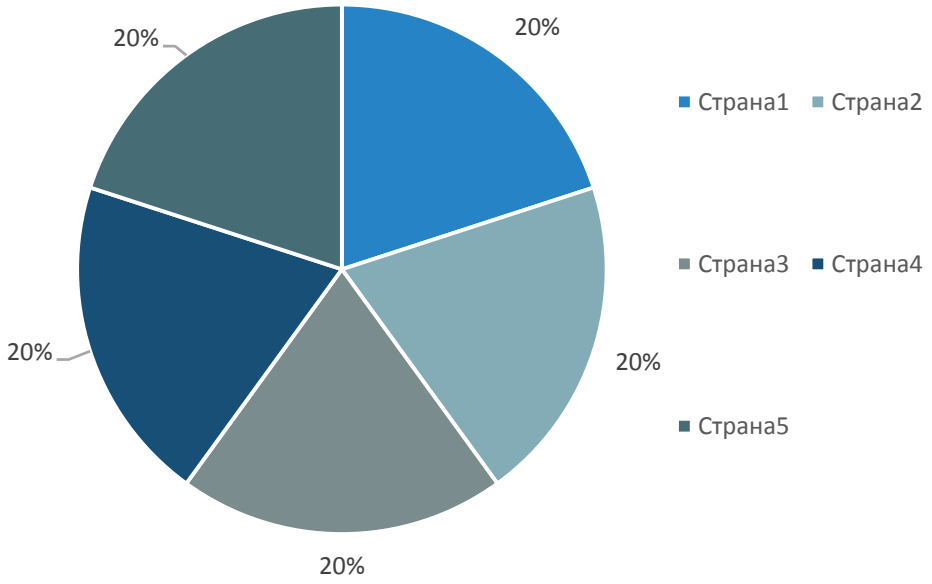
В импортедуховых шкафов в Россию преобладает продукция *** и ***производства, на эти страны приходится по ...% объема импорта данного товара в стоимостном выражении.

Таблица 8.Импортдуховых шкафов по стране происхождения товарав Россию в 2013 г., шт.и $ тыс.

Страна происхождения	2013		1 пол.2014		Доля(2013)
	шт.	$ тыс.	шт.	$ тыс.	
					...%
					...%
					...%
					...%
					...%
					...%
					...%
					...%
					...%
					...%
					...%
					...%
					...%
					...%
					...%
	1				...%
РАЗНЫЕ					...%
			9,6		...%
					...%
ИТОГО					

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФСГС РФ

Диаграмма 7. Структура импорта духовых шкафов в Россию по стране происхождения товара в стоимостном выражении в 2013 г.,%.



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФСГС РФ

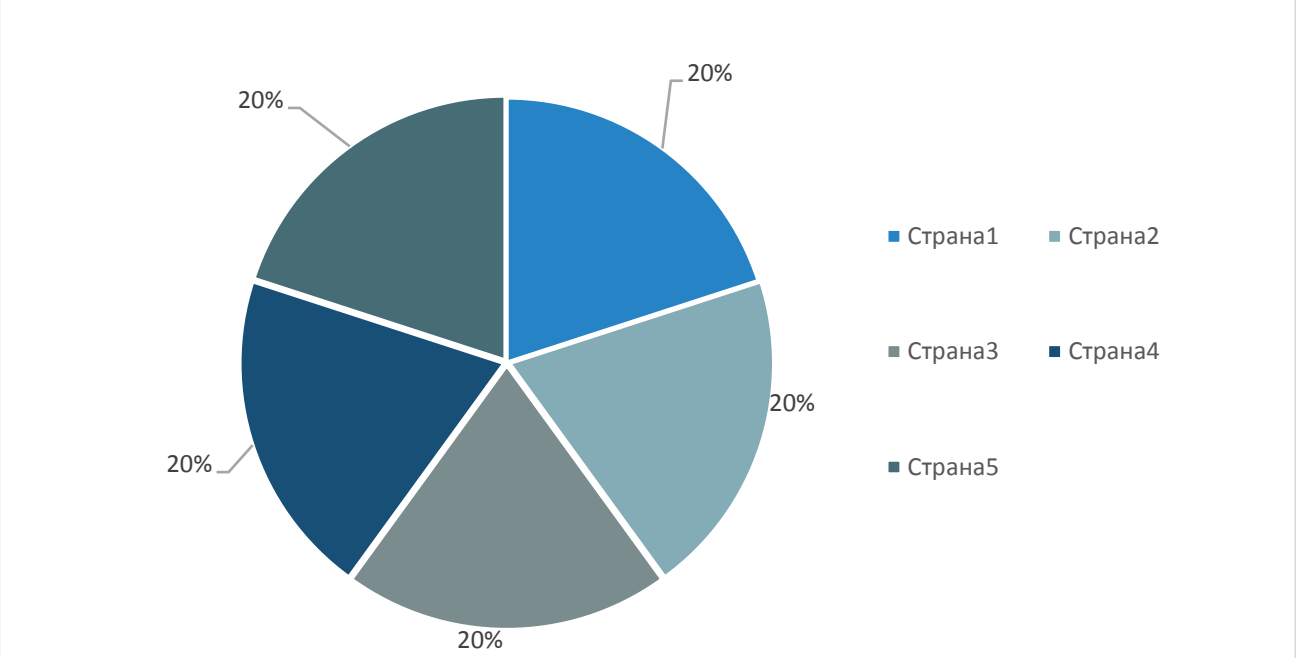
Экспорт по стране назначения товара

Таблица 9Экспортдуховых шкафов по стране назначения товара из Россиив 2013 г., шт.и $ тыс.

Страна назначения	2013		2014		Долястраны-потребителя в экспорте ($ тыс., 2013г.)
	шт.	$ тыс.	шт.	$ тыс.	
					...%
					...%
					...%
					...%
ЛАТВИЯ					...%
					...%
	10				...%
					...%
	3				...%
					...%
АРМЕНИЯ					...%
					...%
					...%
					...%
Итого					**100%**

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФСГС РФ

Диаграмма 8. Структура экспорта духовых шкафов в Россию по стране назначения товара в стоимостном выражении в 2013 г., %.



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФСГС РФ

Глава 5. Основные события,тенденции и перспективы развития рынка бытовой техникии электроники в России

Текущее состояние рынка БТиЭ

Например, по данным SynovateComcon, ...% россиян имеют дома холодильник, ...% — стиральную машину, ...% — пылесос, ...% — микроволновую печь. На продажах также отражается колебание валют и общая экономическая ситуация, добавляет господин Гуськов. Электроника не является товаром первой необходимости, как, например, продукты питания, поэтому во время нестабильности ее покупают меньше, констатирует он.

……

**** спроса на встраиваемую бытовую технику*

По мнению заместителя директора магазина MediaMarktспрос на встраиваемые духовые шкафы ***, что обусловлено повышением спроса на встраиваемую технику в целом. Руководитель группы

……

Влияние колебаний курса рубля на рынок БТиЭ

Если в прошлом году *** отечественного рынка бытовой техники и электроники ***с … до ...% по сравнению с 2012 годом, то в текущем году эксперты ждут заметного *** покупательской активности.

……

Противостояние розницы и интернет-торговли на рынке БТиЕ

"Яндекс.Маркет" -- крупнейшая биржа "серого" товара",-- заявил в середине апреля президент. Министр промышленности и торговли пообещал рассмотреть это заявление, и

……

Ограничение импорта российской техники на белорусский рынок

Российская ассоциация торговых компаний и товаропроизводителей электробытовой и компьютерной техники (РАТЭК) направила президенту Белоруссии Александру Лукашенко и председателю коллегии Евразийской экономической комиссии (ЕЭК) Виктору Христенко письма. По данным ассоциации, обсуждаются, в частности, две потенциальные меры: ***

…….

Глава 6. Финансово-хозяйственная деятельность и планы развития ключевых игроков рынка духовых шкафовв России

Российские производители духовых шкафов

Компания 1

Ссылка на сайт компании –http:// www.company.ru

Компания 2

Ссылка на сайт компании –http:// www.company.ru

Компания 3

Ссылка на сайт компании –http:// www.company.ru

Компания 4

Ссылка на сайт компании –http:// www.company.ru

Зарубежные производители духовых шкафов

Компания 1

Ссылка на сайт компании –http:// www.company.com

Компания 2

Ссылка на сайт компании –http:// www.company.com

Компания 3

Ссылка на сайт компании –http:// www.company.com

Компания 4

Ссылка на сайт компании –http:// www.company.com

Агентство маркетинговых исследований

DISCOVERY RESEARCH GROUP

125438, Москва, ул. Михалковская 63Б, стр. 2, этаж 2, подъезд 3

БЦ «Головинские пруды»

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

Факс: +7 (495) 601-91-49

e-mail: research@drgroup.ru

www.drgroup.ru

Схема проезда