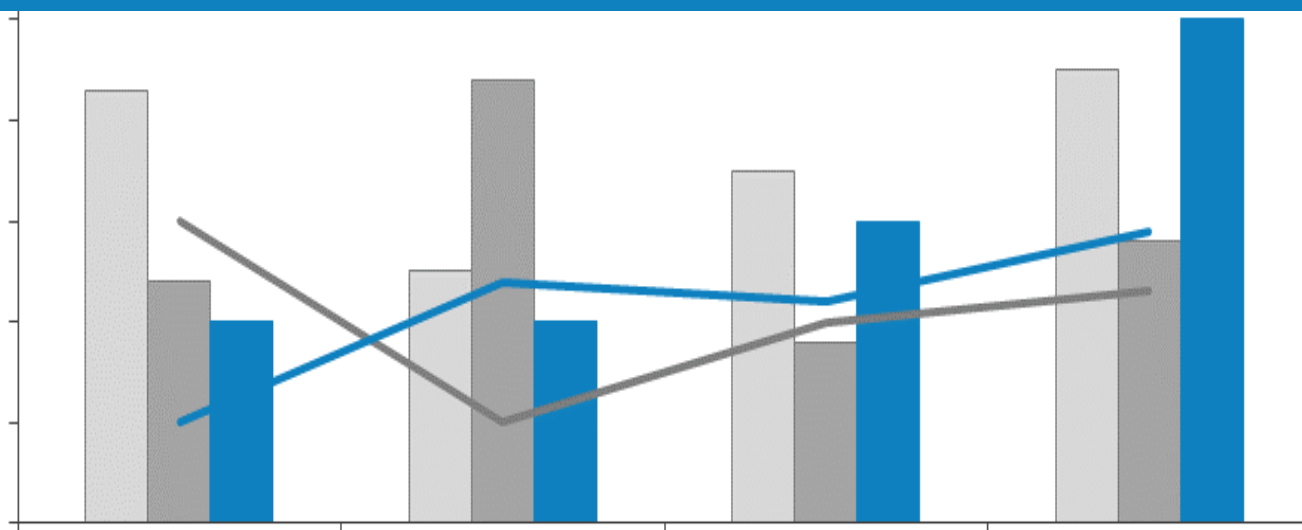




## Аналитический отчет DISCOVERY RESEARCH GROUP

### Рынок мясорубок электрических 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 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 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. 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 **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 распространяться 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

Список таблиц и диаграмм .....	9
Таблицы:.....	9
Диаграммы: .....	9
Резюме.....	11
Глава 1. Технологические характеристики исследования .....	13
Цель исследования .....	13
Задачи исследования.....	13
Объект исследования .....	13
Метод сбора и анализа данных.....	13
Метод анализа данных.....	13
Объем и структура выборки .....	14
Глава 2. Объем рынка электрических мясорубок в России в 2013 –1п 2014 гг. .....	15
Объем рынка электрических мясорубок .....	15
<i>По торговым маркам</i> .....	15
Глава 3. Производство электрических мясорубок в России в 2010 - 1 пол. 2014 гг. ....	18
Глава 3. Импорт электрических мясорубок в Россию и экспорт электрических мясорубок из России в 2013 – 1 пол. 2014 гг.....	20
Импорт по торговым маркам.....	20
Экспорт по торговым маркам .....	21
Импорт по стране происхождения товара.....	23
Глава 4. Основные события, тенденции и перспективы развития рынка бытовой техники и электроники в России .....	25
Состояние рынка бытовой техники в кризис 2008 года .....	25
Текущее состояние рынка БТиЭ.....	25
Влияние колебаний курса рубля на рынок БТиЭ .....	26
Противостояние розницы и интернет-торговли на рынке БТиЭ.....	26
Ограничение импорта российской техники на белорусский рынок.....	27
Глава 5. Финансово-хозяйственная деятельность и планы развития ключевых игроков рынка электрических мясорубок в России.....	28
Российские производители электрических мясорубок.....	28
<i>ОАО Концерн «Аксион»</i> .....	28
<i>ОАО «Алтайский приборостроительный завод «Ротор»</i> .....	28
<i>ОАО «Пензенский машиностроительный завод»</i> .....	29
Зарубежные производители электрических мясорубок .....	30



<i>Zelmer</i> .....	30
<i>Kenwood</i> .....	30
<i>Philips</i> .....	30
<i>BSH Bosch und Siemens</i> .....	31

## Список таблиц и диаграмм

Отчет содержит 8 таблиц и 7 диаграмм.

### Таблицы:

Таблица 1. Объем рынка промышленных электрических мясорубок в России в 2013 – 1п 2014 гг., шт. ....	15
Таблица 2. Основные показатели рынка электрических мясорубок по торговым маркам, а также доли торговых марок в общем объеме рынка в натуральном выражении в 2013 г., \$ тыс. и %.....	15
Таблица 3. Основные показатели рынка электрических мясорубок по торговым маркам, а также доли торговых марок в общем объеме рынка в стоимостном выражении в 2013 г., \$ тыс. и %.....	17
Таблица 4. Производство электрических мясорубок в России по субъектам РФ в 2010 -1п 2014 гг., шт. ....	18
Таблица 5. Объем импорта в Россию и экспорта из России электрических мясорубок в 2013 – 1 пол. 2014 гг., шт. и \$ тыс. ....	20
Таблица 6. Объем импорта электрических мясорубок по торговым маркам в Россию в 2013 г., шт. и \$ тыс. ....	20
Таблица 7. Объем экспорта электрических мясорубок по торговым маркам из России в 2013 г., шт. и \$ тыс. ....	21
Таблица 8. Импорт соковыжималок по стране происхождения товара в Россию в 2013 г., шт. и \$ тыс. ....	23

### Диаграммы:

Диаграмма 1. Структура рынка электрических мясорубок в России в натуральном выражении в 2013 г., %.....	16
Диаграмма 2. Структура рынка электрических мясорубок в России в стоимостном выражении в 2013 г., %.....	17
Диаграмма 3. Структура производства электрических мясорубок в России в 2013 г., %.....	19
Диаграмма 4. Объем и темпы прироста производства электрических мясорубок в России в 2011 - 2013 гг., тыс. шт. и %.....	19
Диаграмма 5. Структура импорта электрических мясорубок в Россию в стоимостном выражении в 2013 г., %.....	21
Диаграмма 6. Структура экспорта электрических мясорубок из России в стоимостном выражении в 2013 г., %.....	22

Диаграмма 7. Структура импорта электрических мясорубок в Россию по стране происхождения товара в стоимостном выражении в 2013 г., % .....24

## Резюме

В октябре 2014 года маркетинговое агентство DISCOVERY Research Group завершило исследование российского рынка электрических мясорубок.

Объем рынка электрических мясорубок в России составил в 2013 г. ... млн. шт. в натуральном выражении. За первое полугодие 2014 г. объем рынка составил ... тыс. шт.

Лидером на российском рынке электрических мясорубок в стоимостном выражении в 2013 г. стала марка MOULINEX, на нее пришлось почти четверть объема рынка. По ...% в объеме рынка составляют торговые марки ZELMER и SCARLETT. По ...% - бренды KENWOOD и POLARIS. По ... % в объеме рынка составляют PHILIPS и VITEK.

Согласно официальным статистическим данным, производство электрических мясорубок в России в 2013 г. сократилось на ... % по сравнению с предыдущим 2012 годом. В первой половине 2014 года в России было произведено более ... тыс. шт. электрических мясорубок. Наибольшая часть производства электрических мясорубок в России приходится на ....., где сосредоточено около ... % объема производства по результатам 2013 года, далее следует .....

Объем импорта электрических мясорубок в Россию в 2013 году составил более ... шт., по итогам первого полугодия 2014 года объем импорта составил более ... шт. Экспорт электрических мясорубок из России в 2013 году составил около ... шт. По итогам первого полугодия 2014 года из России было экспортировано только ... шт. электрических мясорубок.

Почти ... % объема импорта электрических мясорубок в Россию приходится на торговую марку ....., на втором месте - бренд .....с долей в импорте в ... %, затем ...% приходится на .....

В первом полугодии 2014 года отсутствовал импорт таких торговых марок, как .....

В экспорте соковыжималок из России преобладает продукция марки ..... На втором месте находится торговая марка .....

В импорте электрических мясорубок в Россию преобладает продукция китайского производства, на которую приходится около ... % объема импорта данного товара в

стоимостном выражении. С небольшим отрывом за китайской следует  
.....продукция.

.....

.....

## Глава 1. Технологические характеристики исследования

### Цель исследования

Охарактеризовать текущее состояние и перспективы развития рынка электрических мясорубок в России.

### Задачи исследования

1. Определить объем рынка электрических мясорубок в России в 2013-1п 2014 гг., в том числе по торговым маркам.
2. Определить объем производства электрических мясорубок в России в 2010-1п 2014 гг.
3. Определить объем импорта в Россию и экспорта из России электрических мясорубок в 2013 – 1п. 2014 гг. по товарным группам и торговым маркам.
4. Определить ключевые тенденции и перспективы развития рынка электрических мясорубок в России в ближайшие несколько лет.
5. Определить ключевые факторы, определяющие текущее состояние и развитие рынка электрических мясорубок в России.
6. Описать финансово-хозяйственную деятельность участников рынка.

### Объект исследования

Рынок электрических мясорубок в России.

### Метод сбора и анализа данных

Мониторинг документов.

В общем виде целью кабинетного исследования является проанализировать ситуацию на рынке электрических мясорубок и оборудования 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. Материалы базы данных статистики ООН (United Nations Statistics Division: Commodity Trade Statistics, Industrial Commodity Statistics, Food and Agriculture Organization и др.).
10. Материалы Международного Валютного Фонда (International Monetary Fund).
11. Материалы Всемирного банка (World Bank).
12. Материалы ВТО (World Trade Organization).
13. Материалы Организации экономического сотрудничества и развития (Organization for Economic Cooperation and Development).
14. Материалы International Trade Centre.
15. Материалы Index Mundi.
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 электрических мясорубок в России в 2013 –1п 2014 гг.

### Объем рынка электрических мясорубок

Расчеты DISCOVERY Research Group, сделанные по формуле видимого потребления:

**Объем рынка = Объем производства + Объем импорта - Объем экспорта**

показывают, что объем рынка электрических мясорубок в России составил в 2013 г. 2,8 млн. шт. в натуральном выражении. За первое полугодие 2014 г. объем рынка составил 868 тыс. шт.

Таблица 1. Объем рынка промышленных электрических мясорубок в России в 2013 – 1п 2014 гг., шт.

Год	Производство	Импорт	Экспорт	Объем рынка
2013				
1 пол. 2014				

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФТС РФ

### По торговым маркам

Лидером на российском рынке электрических мясорубок стоимостном выражении в 2013 г. стала марка ....., на нее пришлось ... % общего объема рынка.

.....

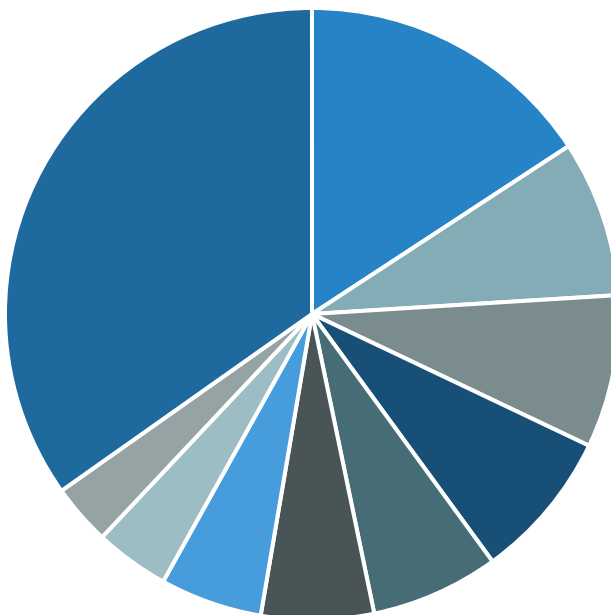
.....

Таблица 2. Основные показатели рынка электрических мясорубок по торговым маркам, а также доли торговых марок в общем объеме рынка в натуральном выражении в 2013 г., \$ тыс. и %.

БРЕНД	Импорт	Экспорт	Объемы рынка	Доля рынка
.....				
.....				
.....				
SUPRA				
MYSTERY				
<b>ИТОГО</b>				<b>100%</b>

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФТС и ФСГС РФ

Диаграмма 1. Структура рынка электрических мясорубок в России в натуральном выражении в 2013 г., %.



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФТС и ФСГС РФ

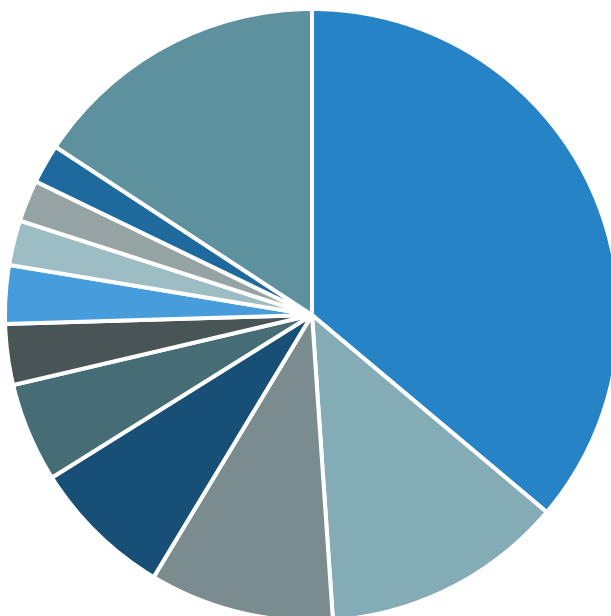


Таблица 3. Основные показатели рынка электрических мясорубок по торговым маркам, а также доли торговых марок в общем объеме рынка в стоимостном выражении в 2013 г., \$ тыс. и %.

БРЕНД	Импорт	Экспорт	Объемы рынка	Доля рынка
				3%
				3%
POLARIS				
COMFORT				
.....				
.....				
<b>ИТОГО</b>				<b>100%</b>

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФТС РФ

Диаграмма 2. Структура рынка электрических мясорубок в России в стоимостном выражении в 2013 г., %.



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФТС РФ

### Глава 3. Производство электрических мясорубок в России в 2010- 1 пол. 2014 г.

Согласно официальным статистическим данным, производство электрических мясорубок в России в 2013 г. составило ... тыс. шт., что ...% меньше показателя предыдущего 2012 года. В первой половине 2014 года в России было произведено ... тыс. шт. электрических мясорубок.

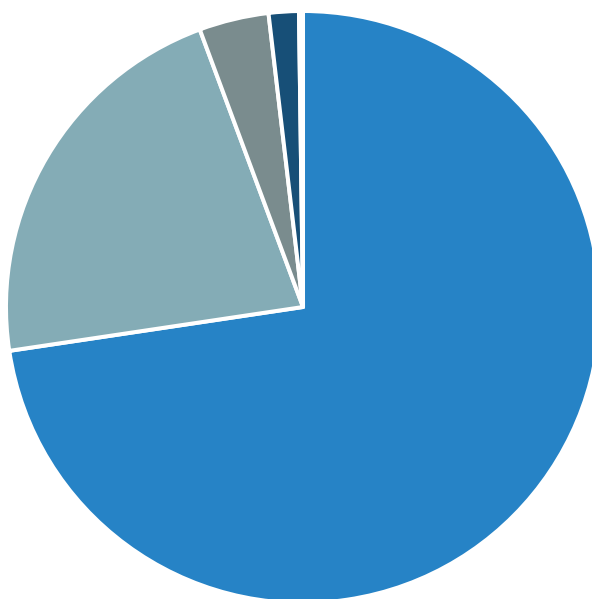
Таблица 4. Производство электрических мясорубок в России по субъектам РФ в 2010-1п 2014 гг., шт.

Субъект РФ	2010	2011	2012	2013	1п 2014	Доля
.....						
.....						
.....						4%
						2%
<b>Итого</b>						<b>100%</b>

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФСГС

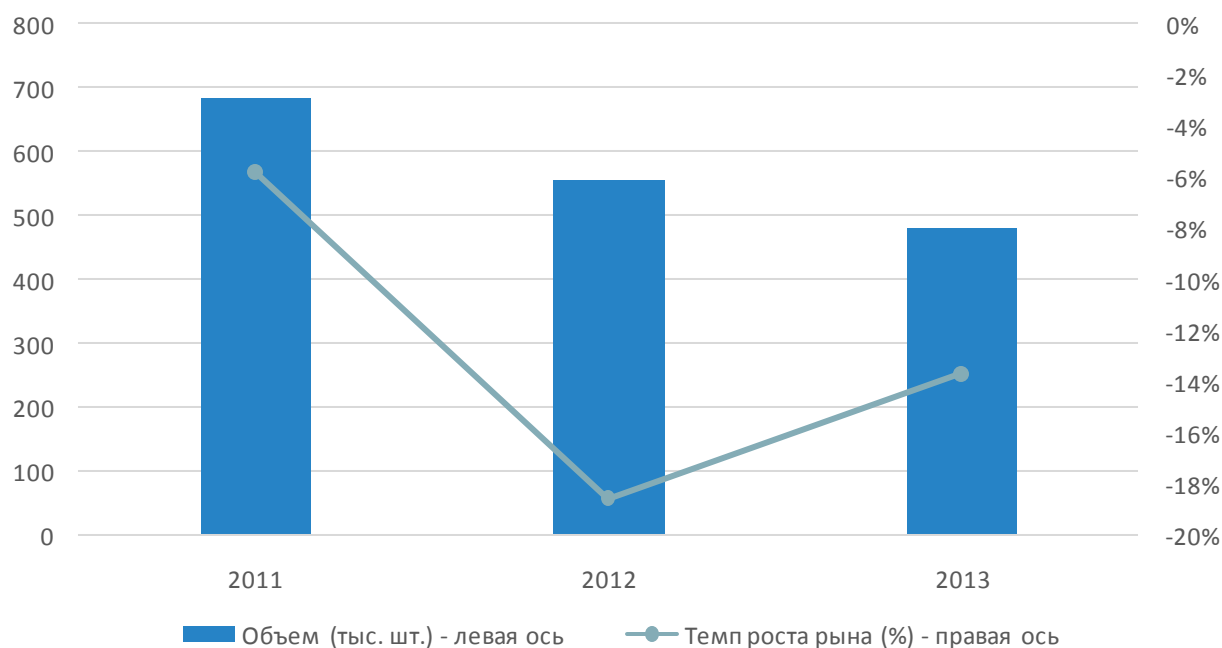
Наибольшая часть производства электрических мясорубок в России приходится на .....

Диаграмма 3. Структура производства электрических мясорубок в России в 2013 г., %.



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФСГС РФ

Диаграмма 4. Объем и темпы прироста производства электрических мясорубок в России в 2011 - 2013 гг., тыс. шт. и %.



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФСГС РФ

## Глава 4.Импортэлектрических мясорубокв Россию и экспорт электрических мясорубок из России в 2013 – 1 пол. 2014 гг.

Объем импорта электрических мясорубок в Россию в 2013 году составил ... млн. шт. или \$ ... млн., по итогам первого полугодия 2014 года объем импорта составил .....

Экспорт электрических мясорубок из России в 2013 году составил .....

**Таблица 5.Объем импорта в Россию и экспорта из России электрических мясорубокв 2013 – 1 пол. 2014 гг., шт.и \$ тыс.**

Показатель	2013		2014	
	шт.	\$ тыс.	шт.	\$ тыс.
Импорт				
Экспорт				

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФТС РФ

### Импорт по торговым маркам

Почти ... % объема импорта электрических мясорубок в Россию приходится на торговую марку MOULINEX, на втором месте - бренд ZELMER с долей в импорте в .....

В первом полугодии 2014 года отсутствовал импорт таких торговых марок, как .....

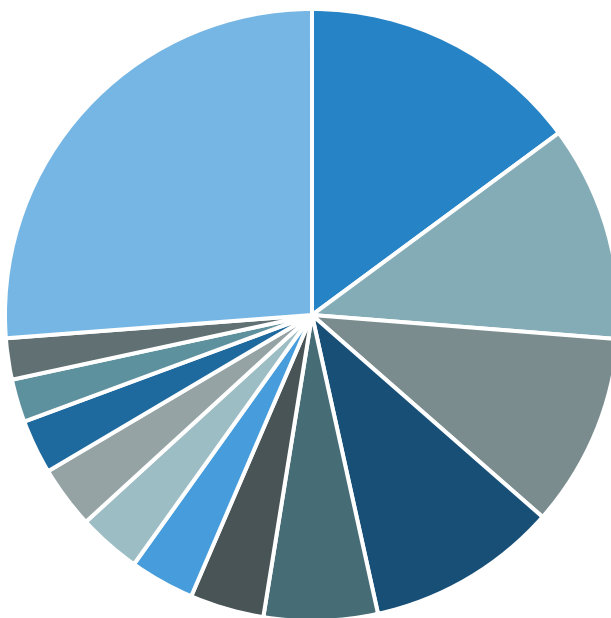
**Таблица 6.Объем импорта электрических мясорубок по торговым маркам в Россию в 2013 г., шт.и \$ тыс.**

БРЕНД	2013		2014		Доля (2013)
	шт.	\$ тыс.	шт.	\$ тыс.	
PHILIPS					
	188 458	2 648	55 292	719	
POLARIS					
.....					
.....					
.....					
.....					

.....					
.....					
.....					
<b>ИТОГО</b>	.....				<b>100%</b>

Источник: расчеты DISCOVERYResearchGroup по данным ФТС РФ

Диаграмма 5. Структура импорта электрических мясорубок в Россию в стоимостном выражении в 2013 г., %.



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФТС РФ

**Экспорт по торговым маркам**

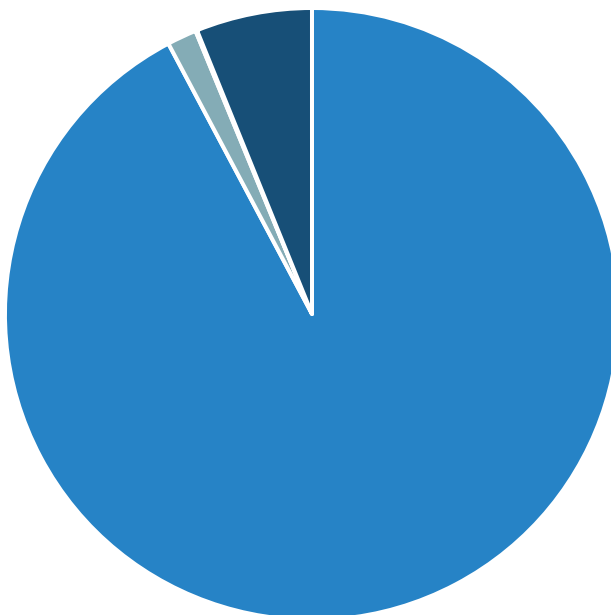
В экспорте соковыжималок из России преобладает продукция марки .....

Таблица 7. Объем экспорта электрических мясорубок по торговым маркам из России в 2013 г., шт. и \$ тыс.

БРЕНД	2013		2014		Доля (2013)
	шт.	\$ тыс.	шт.	\$ тыс.	
.....					
.....					
<b>ИТОГО</b>					<b>100%</b>

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФСГС РФ

Диаграмма 6. Структура экспорта электрических мясорубок из России в стоимостном выражении в 2013 г., %.



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФСГС РФ

**Импорт по стране происхождения товара**

В импорте электрических мясорубок в Россию преобладает продукция китайского производства, на которую приходится .....

.....

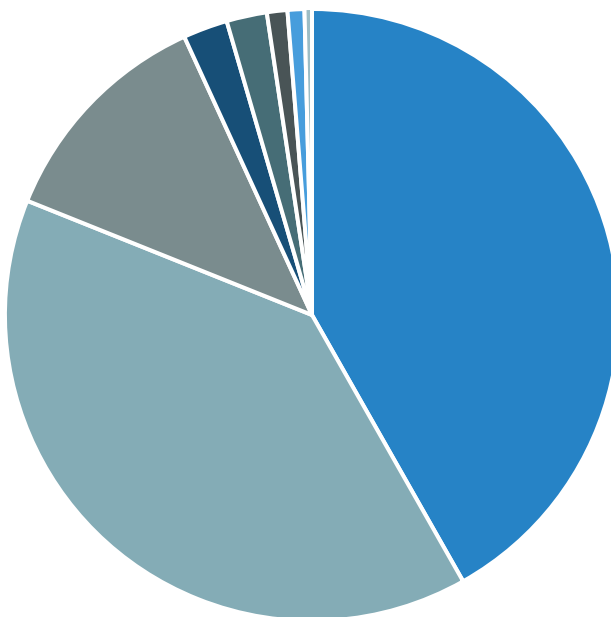
.....

**Таблица 8. Импорт соковыжималок по стране происхождения товара в Россию в 2013 г., шт. и \$ тыс.**

Страна	2013		2014		Доля (2013)
	шт.	\$ тыс.	шт.	\$ тыс.	
.....					
.....					
.....					
.....					
.....					
ИТАЛИЯ					
ТАЙВАНЬ					
ХОРВАТИЯ					
<b>ИТОГО</b>					<b>100%</b>

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФСГС РФ

Диаграмма 7. Структура импорта электрических мясорубок в Россию по стране происхождения 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 техники и электроники в России

### *Состояние рынка бытовой техники в кризис 2008 года*

Последний масштабный кризис, связанный с резким ослаблением рубля к основным мировым валютам в 2008-2009 годах, существенно повлиял на рынок непродовольственного ритейла в России. Торговля бытовой техникой - самого динамично развивавшегося в то время сегмента ритейла - оказалась среди лидеров падения. Продажи значительно подорожавшей бытовой техники рухнули в 2009 году, по оценкам отраслевых экспертов, на 28-30%, с \$16,5 млрд. в 2008 г. до \$12 млрд. в 2009 г. Для некоторых игроков скачки валютных курсов оказались фатальными. Четвертый по величине продавец бытовой техники в России, сеть «Мир», управлявшая 72 магазинами (19 в Москве), не пережила кризиса. К декабрю 2009 года долги сети составляли, по данным «Ведомостей», 1,7 млрд. руб., что превышало стоимость активов компании. Владельцы сети пытались найти стратегического инвестора, направляли предложения о продаже актива всем конкурентам, но желающих инвестировать в кризис не нашлось. В марте 2010 года закрылись все московские магазины сети, а к лету того же года и региональные. Сеть объясняла проблемы обвалом продаж на 30%. Кризисный период 2008-2010 годов чуть было не стал последним и в истории третьего по величине непродовольственного ритейла России «Техносила». Падение продаж и рост цен на технику привели к увеличению долга компании до \$420 млн. - эта сумма в шесть раз превышала показатель EBITDA компании. Часть поставщиков отказалась отгружать товар на условиях отсрочки платежа в 4-6 месяцев, что негативно отразилось на денежном потоке ритейлера. Представители компании сообщали СМИ о падении показателя рентабельности бизнеса ритейлера. Весной 2010 года сеть перешла под контроль своего основного кредитора - МДМ Банка, в залоге у которого находились 49% акций «Техносила». В ноябре 2010 года банк продал сеть группе Dauria Михаила Кокорича, который вывел сеть из предбанкротного состояния.

### *.....Текущее состояние рынка БТиЭ*

Рост российского рынка бытовой техники и электроники (БТиЭ) в 2013 году замедлился до 2,4 процента по сравнению с 9,5 процента годом ранее. Наиболее

интенсивно рос рынок планшетов, увеличившийся в объеме до 79,2 миллиарда рублей. Всего было продано 6,682 миллиона штук. Интенсивный рост наблюдался и в сегменте смартфонов и мобильных телефонов, который прибавил в объеме 11,6 процента, достигнув 228,1 миллиарда рублей. В натуральном выражении объем продаж сократился на 1,2 процента до 41,3 миллиона штук.

.....

.....

.....

### ***Влияние колебаний курса рубля на рынок БТиЭ***

В условиях девальвации россияне стараются покупать бытовую технику и другие дорогостоящие товары, пока те не подорожали. По крайней мере, об этом свидетельствуют последние данные МЭР. И если в прошлом году рост отечественного рынка бытовой техники и электроники замедлился с 9,5 до 2,4% по сравнению с 2012 годом, то в текущем году эксперты ждут заметного оживления покупательской активности.

.....

.....

.....

### ***Противостояние розницы и интернет-торговли на рынке БТиЭ***

"Яндекс.Маркет" -- крупнейшая биржа "серого" товара"-- заявил в середине апреля президент "М.Видео" Александр Тынкован, выступив от имени членов Ассоциации компаний розничной торговли России. Тынкован предложил привлечь "Яндекс" к ответственности за публикацию рекламы "серых" продавцов.

.....

.....

.....

***Ограничение импорта российской техники на белорусский рынок***

Под угрозой проблем с поставками на рынок объемом более \$600 млн в год продавцы и производители уже обратились к президенту Белоруссии Александру Лукашенко и Евразийской экономической комиссии (ЕЭК) с просьбой отказаться от этой идеи. Но возможности ЕЭК повлиять на ситуацию ограничены, и ее урегулирование рискует затянуться на годы, а темпы падения товарооборота между странами Таможенного союза ускоряются.

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 (копии есть у "Ъ") по поводу возможного введения нетарифного регулирования импорта в страну бытовой техники и электроники.

.....

.....

.....

## Глава 6. Финансово-хозяйственная деятельность и планы развития ключевых игроков рынка электрических мясорубок в России

### *Российские производители электрических мясорубок*

#### **ОАО Концерн «Аксион»**

ОАО Концерн «Аксион» — современное многопрофильное предприятие с высоким научно-техническим потенциалом и производственно-технологической базой. Специализируется на производстве и реализации различной продукции гражданского назначения: бытовой техники для дома, приборов энергоучета и медицинской техники. Предприятие является структурным подразделением ОАО «Ижевский мотозавод «Аксион-Холдинг», что дает возможность использовать для производства гражданской продукции единую технологическую базу. Система менеджмента качества проектирования, разработки и производства сертифицирована на соответствие требованиям стандартов качества ГОСТ Р ИСО 9001:2008. Основной номенклатурой производимой продукции являются электрические мясорубки и соковыжималки. В настоящее время Концерн «Аксион» производит и реализует более 50 наименований бытовой техники и оборудования.

.....

.....

.....

#### **ОАО «Алтайский приборостроительный завод «Ротор»**

Год основания завода ОАО «АПЗ «Ротор» - 1958 год.

Приоритетным направлением деятельности «Ротора» на сегодняшний день является производство продукции специального назначения и активное развитие производства товаров народного потребления. В рамках своей основной специфики предприятие производит: навигационные приборы для судостроения, детали и сборочные узлы для авиации, комплектующие изделия для тактического ракетного

вооружения, управляющие и вспомогательные комплексы для ПВО, электронные блоки по заказу космических войск, детали и узлы для оптико-электронных приборов.

.....

.....

.....

***ОАО «Пензенский машиностроительный завод»***

Открытое акционерное общество «Пензенский машиностроительный завод» основано в октябре 1941 года.

ОАО «Пензмаш» специализируется на выпуске оборудования для уборки и переработки сельхозпродукции, оборудования для пищевой промышленности и широкой гаммы потребительских товаров.

.....

.....

.....

### *Зарубежные производители электрических мясорубок*

#### *Zelmer*

Zelmer — компания, производящая бытовую технику. С 2013 года принадлежит BSH Bosch und Siemens Hausgeräte GmbH. Штаб-квартира находится в городе Варшава, Польша. Производственные мощности расположены в окрестностях Жешува, Польша. Президент и член правления — Томаш Модзелевский. В основном Zelmer специализируется на производстве техники для дома и кухни под брендом Zelmer, также компания производит и электродвигатели для других европейских компаний.

В ассортименте продукции компании имеются бытовая техника для кухни, для жома и по уходу за телом и волосами.

В настоящее время ZELMER на польском рынке является лидером в области производства пылесосов, малой бытовой техники для кухни - мясорубки, электрические чайники, кухонные комбайны, миксеры, соковыжималки и т.д.

.....

.....

.....

#### *Kenwood*

Kenwood Limited (Kenwood Manufacturing Co. Ltd, Кенвуд) — английская компания, производитель кухонной бытовой техники. 2001 — компания KENWOOD вошла в состав группы De'Longhi, расширив ассортимент продукции, производство и каналы сбыта.

.....

.....

.....

#### *Philips*

Koninklijke Philips N.V. - нидерландская компания, бизнес которой делится на три основных направления: здравоохранение, световые решения и потребительские товары. Компания занимает лидирующие позиции в разработке оборудования для кардиологии, неотложной помощи и медицинского обслуживания на дому, в сфере энергоэффективных светотехнических решений и инновационных систем освещения, а также электробритв и средств личной гигиены, приборов и средств для ухода за полостью рта.

Первый офис Philips в России был открыт в 1914 году в Санкт-Петербурге. Сегодня помимо северной столицы и Москвы компания также представлена в Казани, Екатеринбурге, Новосибирске, Красноярске, Краснодаре и Ростове-на-Дону.

.....  
.....  
.....

### ***BSHBoschundSiemens***

Эффективное использование энергии и ресурсов является одной из основных целей при разработке продукции компании BSHBoschundSiemensHausgeraete (BSH). Основанное более 40 лет назад, это успешное совместное предприятие компаний Bosch и Siemens является признанным мировым поставщиком высококачественной бытовой техники. Благодаря привлекательности своих товаров, с точки зрения экономичности и энергоэффективности, компания BSH успешна на всех основных рынках.

Принципы качества, технические знания, улучшение качества жизни, ответственность перед обществом, защита окружающей среды всегда в центре внимания наших исследователей.

.....  
.....  
.....