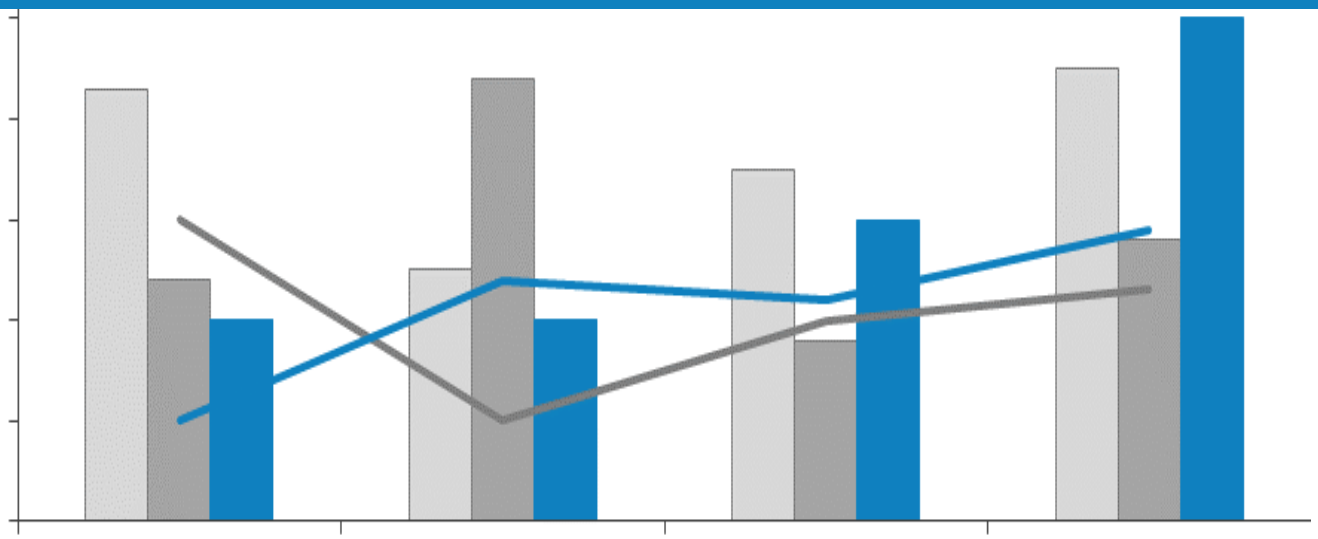
Аналитический отчет
DISCOVERY RESEARCH GROUP
Рынок телевизоров в России



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 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 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 (International Monetary Fund).
12. Материалы Всемирного банка (World Bank).
13. МатериалыВТО (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!!!

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

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

Содержание 8

Список таблиц и диаграмм 11

Таблицы: 11
Диаграммы: 12

Резюме 13

Глава 1. Технологические характеристики исследования 13

Цель исследования 14
Задачи исследования 14
Объект исследования 14
Метод сбора и анализа данных 14
Источники получения информации 15
Объем и структура выборки 15

Глава 2. Классификация и основные характеристики телевизоров ..... **Ошибка! Закладка не определена.**

Определение и характеристики телевизоров ..... **Ошибка! Закладка не определена.**
Классификация телевизоров ..... **Ошибка! Закладка не определена.**

Глава 3. Мировой рынок телевизоров ..... **Ошибка! Закладка не определена.**

Глава 4. Объем и темпы роста рынка телевизоров в России 17

Объем и темпы роста рынка 17
Прогноз развития рынка до 2016 г. 17

Глава 5. Производство телевизоров в России 18

Объем и темпы роста производства телевизоров 18
Структура производства телевизоров по субъектам федерации **Ошибка! Закладка не определена.**

Производство ЖК и плазменных телевизоров ..... ***Ошибка! Закладка не определена.***

Производство кинескопных телевизоров ..... ***Ошибка! Закладка не определена.***

Производство телевизоров, совмещенных с видеомагнитофонами и видеоплеерами ..... ***Ошибка! Закладка не определена.***

Глава 6. Импорт телевизоров в Россию и экспорт телевизоров из России 18

Импорт по товарным группам 19
Импорт по торговым маркам 20

Импорт ЖК телевизоров в Россию *20*

Импорт плазменных телевизоров в Россию ..... ***Ошибка! Закладка не определена.***

Импорт кинескопных телевизоров в Россию ..... ***Ошибка! Закладка не определена.***

Импорт проекционных телевизоров в Россию ..... ***Ошибка! Закладка не определена.***

Импорт по странам происхождения ..... **Ошибка! Закладка не определена.**
Экспорт по товарным группам..... **Ошибка! Закладка не определена.**
Экспорт по торговым маркам ..... **Ошибка! Закладка не определена.**

*Экспорт ЖК телевизоров из России..... **Ошибка! Закладка не определена.***

*Экспорт плазменных телевизоров из России..... **Ошибка! Закладка не определена.***

*Экспорт кинескопных телевизоров из России..... **Ошибка! Закладка не определена.***

*Экспорт проекционных телевизоров из России ... **Ошибка! Закладка не определена.***

Экспорт по странам-получателям..... **Ошибка! Закладка не определена.**

Глава 7. Основные события, тенденции и перспективы развития рынка телевизоров в России..... **Ошибка! Закладка не определена.**

*Samsung, Philips и Sony остаются лидерами рынка телевизоров в России ... **Ошибка! Закладка не определена.***

*Триколор ТВ и GS Group ввели новый сервис «Мультирум»**Ошибка! Закладка не определена.***

*Телевидение как основной канал получения новостей**Ошибка! Закладка не определена.***

*Рост частоты использования различных девайсов для ТВ-просмотра вместо телевизора..... **Ошибка! Закладка не определена.***

*Высокий уровень спроса на технику в связи с ослаблением курса рубля ..... **Ошибка! Закладка не определена.***

*Samsung Electronics выпустит телевизоры на платформе Tizen в феврале **Ошибка! Закладка не определена.***

*Перспективы развития рынка телевизоров сверхвысокой четкости (UHD)**Ошибка! Закладка не определена.***

Глава 8. Факторы развития рынка телевизоров в России**Ошибка! Закладка не определена.**

*Большой выбор телевизионных каналов ..... **Ошибка! Закладка не определена.***

*Доминирование эфирных каналов..... **Ошибка! Закладка не определена.***

*Преобладание национального контента ..... **Ошибка! Закладка не определена.***

*Высокие показатели ежедневного просмотра телевизора в стране ..... **Ошибка! Закладка не определена.***

Глава 9. Уровень цен на рынке телевизоров в России**Ошибка! Закладка не определена.**

Глава 10. Потребительские предпочтения на рынке телевизоров в России ..... **Ошибка! Закладка не определена.**

Глава 11. Финансово-хозяйственная деятельность и планы развития ключевых игроков рынка телевизоров в России**Ошибка! Закладка не определена.**

§1. Российские производители телевизоров ..... **Ошибка! Закладка не определена.**

ЗАО «Полар-ТВ» ..... ***Ошибка! Закладка не определена.***

МТЗ «Рубин» ..... ***Ошибка! Закладка не определена.***

ООО Завод «Океан» ..... ***Ошибка! Закладка не определена.***

ООО «Лотте Электроникс-Восточная Европа» .. ***Ошибка! Закладка не определена.***

ООО «Телебалт» ..... ***Ошибка! Закладка не определена.***

ООО «Амбер» ..... ***Ошибка! Закладка не определена.***

§2. Зарубежные производители телевизоров ..... **Ошибка! Закладка не определена.**

Sony ..... ***Ошибка! Закладка не определена.***

Panasonic ..... ***Ошибка! Закладка не определена.***

LG Electronics ..... ***Ошибка! Закладка не определена.***

Samsung ..... ***Ошибка! Закладка не определена.***

Toshiba ..... ***Ошибка! Закладка не определена.***

BBK Electronics ..... ***Ошибка! Закладка не определена.***

Список таблиц и диаграмм

Отчет содержит 30таблиц и 12 диаграмм.

Таблицы:

Таблица 1. Объем рынка телевизоров в России, 2013 – I пол. 2014 гг., шт. и % 17
Таблица 2. Производство телевизоров в России, 2013 – I пол. 2014 гг., шт., % 18
Таблица 3. Производство ЖК и плазменных телевизоров в России по субъектам федерации, 2013 – I пол. 2014 гг., шт. ..... **Ошибка! Закладка не определена.**
Таблица 4. Производство кинескопных телевизоров в России по субъектам федерации, 2013 – I пол. 2014 гг., шт. ..... **Ошибка! Закладка не определена.**
Таблица 5. Производство телевизоров, совмещенных с видеомагнитофонами и видеоплеерами, в России по субъектам федерации, 2013 – I пол. 2014 гг., шт. ..... **Ошибка! Закладка не определена.**
Таблица 6. Импорт телевизоров в Россию по товарным группам в натуральном выражении, 2013 – I пол. 2014 гг., шт. 19
Таблица 7. Импорт телевизоров в Россию по товарным группам в стоимостном выражении, 2013 – I пол. 2014 гг., тыс. долл.....19
Таблица 8. Импорт ЖК телевизоров в Россию по торговым маркам в натуральном выражении, 2013 – I пол. 2014 гг., шт. 20
Таблица 9. Импорт ЖК телевизоров в Россию по торговым маркам в стоимостном выражении, 2013 – I пол. 2014 гг., тыс. долл.....20
Таблица 10. Импорт плазменных телевизоров в Россию по торговым маркам в натуральном выражении, 2013 – I пол. 2014 гг., шт. ..... **Ошибка! Закладка не определена.**
Таблица 11. Импорт плазменных телевизоров в Россию по торговым маркам в стоимостном выражении, 2013 – I пол. 2014 гг., тыс. долл.**Ошибка! Закладка не определена.**
Таблица 12. Импорт кинескопных телевизоров в Россию по торговым маркам в натуральном выражении, 2013 – I пол. 2014 гг., шт. ..... **Ошибка! Закладка не определена.**
Таблица 13. Импорт кинескопных телевизоров в Россию по торговым маркам в стоимостном выражении, 2013 – I пол. 2014 гг., тыс. долл.**Ошибка! Закладка не определена.**
Таблица 14. Импорт проекционных телевизоров в Россию по торговым маркам в натуральном выражении, 2013 – I пол. 2014 гг., шт. ..... **Ошибка! Закладка не определена.**
Таблица 15. Импорт проекционных телевизоров в Россию по торговым маркам в стоимостном выражении, 2013 – I пол. 2014 гг., тыс. долл.**Ошибка! Закладка не определена.**
Таблица 16. Импорт телевизоров в Россию по странам происхождения в натуральном выражении, 2013 – I пол. 2014 гг., шт. ..... **Ошибка! Закладка не определена.**
Таблица 17. Импорт телевизоров в Россию по странам происхождения в стоимостном выражении, 2013 – I пол. 2014 гг., тыс. долл.**Ошибка! Закладка не определена.**
Таблица 18. Экспорт телевизоров из России по товарным группам в натуральном выражении, 2013 – I пол. 2014 гг., шт. ..... **Ошибка! Закладка не определена.**
Таблица 19. Экспорт телевизоров из России по товарным группам в стоимостном выражении, 2013 – I пол. 2014 гг., тыс. долл..... **Ошибка! Закладка не определена.**

Таблица 20. Экспорт ЖК телевизоров из России по торговым маркам в натуральном выражении, 2013 – I пол. 2014 гг., шт. ..... **Ошибка! Закладка не определена.**
Таблица 21. Экспорт ЖК телевизоров из России по торговым маркам в стоимостном выражении, 2013 – I пол. 2014 гг., тыс. долл..... **Ошибка! Закладка не определена.**
Таблица 22. Экспорт плазменных телевизоров из России по торговым маркам в натуральном выражении, 2013 – I пол. 2014 гг., шт. ..... **Ошибка! Закладка не определена.**
Таблица 23. Экспорт плазменных телевизоров из России по торговым маркам в стоимостном выражении, 2013 – I пол. 2014 гг., тыс. долл.**Ошибка! Закладка не определена.**
Таблица 24. Экспорт кинескопных телевизоров из России по торговым маркам в натуральном выражении, 2013 – I пол. 2014 гг., шт. ..... **Ошибка! Закладка не определена.**
Таблица 25. Экспорт кинескопных телевизоров из России по торговым маркам в стоимостном выражении, 2013 – I пол. 2014 гг., тыс. долл.**Ошибка! Закладка не определена.**
Таблица 26. Экспорт проекционных телевизоров из России по торговым маркам в натуральном выражении, 2013 – I пол. 2014 гг., шт. ..... **Ошибка! Закладка не определена.**
Таблица 27. Экспорт проекционных телевизоров из России по торговым маркам в стоимостном выражении, 2013 – I пол. 2014 гг., тыс. долл.**Ошибка! Закладка не определена.**
Таблица 28. Экспорт телевизоров из России по странам-получателям в натуральном выражении, 2013 – I пол. 2014 гг., шт. ..... **Ошибка! Закладка не определена.**
Таблица 29. Экспорт телевизоров из России по странам-получателям в стоимостном выражении, 2013 – I пол. 2014 гг., тыс. долл.**Ошибка! Закладка не определена.**
Таблица 30. Достоинства и недостатки жидкокристаллических, светодиодных и плазменных телевизоров с точки зрения потребителя, 2014 г.**Ошибка! Закладка не определена.**

Диаграммы:

Диаграмма 1. Производство ЖК и плазменных телевизоров в России по субъектам федерации, I пол. 2014 гг., шт. ..... **Ошибка! Закладка не определена.**
Диаграмма 2. Импорт ЖК телевизоров в Россию по торговым маркам в стоимостном выражении, I пол. 2014 гг., тыс. долл. 21
Диаграмма 3. Импорт плазменных телевизоров в Россию по торговым маркам в стоимостном выражении, I пол. 2014 гг., тыс. долл. ..... **Ошибка! Закладка не определена.**
Диаграмма 4. Импорт кинескопных телевизоров в Россию по торговым маркам в стоимостном выражении, I пол. 2014 гг., тыс. долл. ..... **Ошибка! Закладка не определена.**
Диаграмма 5. Импорт проекционных телевизоров в Россию по торговым маркам в стоимостном выражении, I пол. 2014 гг., тыс. долл. ..... **Ошибка! Закладка не определена.**
Диаграмма 6. Импорт телевизоров в Россию по странам происхождения в стоимостном выражении, I пол. 2014 гг., тыс. долл. ..... **Ошибка! Закладка не определена.**
Диаграмма 7. Экспорт ЖК телевизоров из России по торговым маркам в стоимостном выражении, I пол. 2014 гг., тыс. долл. ..... **Ошибка! Закладка не определена.**
Диаграмма 8. Экспорт плазменных телевизоров из России по торговым маркам в стоимостном выражении, I пол. 2014 гг., тыс. долл. ..... **Ошибка! Закладка не определена.**

Диаграмма 9. Экспорт кинескопных телевизоров из России по торговым маркам в стоимостном выражении, I пол. 2014 гг., тыс. долл. ..... **Ошибка! Закладка не определена.**

Диаграмма 10. Экспорт телевизоров из России по странам-получателям в стоимостном выражении, I пол. 2014 гг., тыс. долл. ..... **Ошибка! Закладка не определена.**

Диаграмма 11. Источники получения информации россиянами о происходящем в мире и стране, 2009-2014 гг., % от числа опрошенных ... **Ошибка! Закладка не определена.**

Диаграмма 12. Динамика потребительских цен на телевизоры с цветным изображением (размер экрана по диагонали 51-54 см), 2007-2014 гг., руб./шт. ..... **Ошибка! Закладка не определена.**

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

Резюме

В январе 2015 года маркетинговое агентство DISCOVERY Research Group завершило исследование российского рынка телевизоров.

Телевизор – это устройство, которое служит для приёма и отображения изображений и звуков, передаваемых с помощью беспроводных каналов или кабеля. Телевизоры можно подразделить на жидкокристаллические, плазменные, кинескопные и проекционные.

…

…

…

…

Глава 1. Технологические характеристики исследования

Цель исследования

Охарактеризовать текущее состояние и перспективы развития рынка телевизоров в России.

Задачи исследования

1. Определить объем, темпы роста и динамику развития российского рынка телевизоров в 2013 – I пол. 2014 гг.
2. Определить объем и темпы роста производства телевизоров в России в 2013 – I пол. 2014 гг.
3. Определить объем импорта в Россию и экспорта из России телевизоровв 2013 – I пол. 2014 гг.
4. Выделить и описать основные сегменты рынка телевизоров в России.
5. Охарактеризовать структуру потребления телевизоров в России.
6. Охарактеризовать конкурентную ситуацию на рынке телевизоров в России.
7. Составить различные сценарии прогноза ключевых показателей рынка телевизоров в России до 2016 г. в натуральном и стоимостном выражении.
8. Определить ключевые тенденции и перспективы развития рынка телевизоров в России в ближайшие несколько лет.
9. Определить ключевые факторы, определяющие текущее состояние и развитие рынка телевизоров в России.
10. Определить факторы, препятствующие росту рынка телевизоров в России.
11. Описать финансово-хозяйственную деятельность участников рынкателевизоров.

Объект исследования

Рынок телевизоров в России.

Метод сбора и анализа данных

Мониторинг документов.

В общем виде целью кабинетного исследования является проанализировать ситуацию на рынке телевизорови 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. МатериалыибазыданныхстатистикиООН (United Nations Statistics Division: Commodity Trade Statistics, Industrial Commodity Statistics, Food and Agriculture Organization идр.).
10. Материалы Международного Валютного Фонда (International Monetary Fund).
11. Материалы Всемирного банка (World Bank).
12. МатериалыВТО (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 4. Объем и темпы роста рынка телевизоров в России

Объем и темпы роста рынка

В 2013 году объем рынка телевизоров в России составил в натуральном выражении … млн. шт.

В Iпол. 2014 г. объем рынка составил … млн. шт., что на …% …, чем в Iпол. 2014 года. Основную долю рынка занимает …

Таблица 1. Объем рынка телевизоров в России, 2013 – I пол. 2014 гг., шт. и %

Товарная группа	Год	
	2013	I пол. 2014
Производство	…	…
Импорт	…	…
Экспорт	…	…
Объем рынка	**…**	**…**
% к предыдущему периоду	**-**	**…%***

** по отношению к I пол. 2013 года*

Источник: расчетыDISCOVERYResearchGroup

Прогноз развития рынка до 2016 г.

По мнению экспертов, …

…

…

…

Глава 5. Производство телевизоров в России

Объем и темпы роста производства телевизоров

Производство цветных телевизоров в России по классификации ОКПД подразделяется на следующие товарные группы:

- ЖК и плазменные телевизоры;
- Кинескопные телевизоры
- Телевизоры, совмещенные с видеомагнитофонами и видеоплеерами

В 2013 году суммарный объем производства телевизоров в России составил … млн. шт. В I пол. 2014 года объем производства составил … млн. шт., что на…% … по сравнению с аналогичным показателем в Iпол. 2013 года.

Таблица 2. Производство телевизоров в России, 2013 – I пол. 2014 гг.,шт., %

Товарная группа	Год	
	2013	I пол. 2014
ЖК и плазменные телевизоры	…	…
Кинескопные телевизоры	…	…
Телевизоры, совмещенные с видеомагнитофонами и видеоплеерами	…	…
ВСЕГО	**…**	**…**
% к предыдущему периоду	**-**	**…%***

** по отношению к I пол. 2013 года*

Источник: расчетыDISCOVERYResearchGroup

…

…

…

Глава 6. Импорттелевизоров в Россию и экспорт телевизоровиз России

В данной главе будут рассмотрены показатели импорта и экспорта телевизоров.

Для анализа были взят код ТН ВЭД 8528, выделена категория телевизоров, внутри категории были выделены товарные группы телевизоров – ЖК, кинескопные, плазменные, проекционные.

Импорт по товарным группам

В 2013 году в Россию было импортировано ... млн. шт. телевизоров. В I половине 2014 года импортировано … млн. шт. телевизоров.

Таблица 3. Импорт телевизоров в Россию по товарным группамв натуральном выражении, 2013 – Iпол. 2014 гг., шт.

Товарная группа	Год	
	2013	I пол. 2014
ЖК (LCD)	…	…
КИНЕСКОПНЫЕ	…	…
ПЛАЗМЕННЫЕ	…	…
ПРОЕКЦИОННЫЕ	…	…
ВСЕГО	**…**	**…**

Источник: расчетыDISCOVERYResearchGroup

В стоимостном выражении в 2013 году импорт телевизоров составил … млн. долл. В I пол. 2014 года – … млн. долл.Наибольшую долю импорта составляют …

Таблица 4. Импорт телевизоров в Россию по товарным группамв стоимостном выражении, 2013 – Iпол. 2014 гг., тыс. долл.

Товарная группа	Год	
	2013	I пол. 2014
ЖК (LCD)	…	…
КИНЕСКОПНЫЕ	…	…
ПЛАЗМЕННЫЕ	…	…
ПРОЕКЦИОННЫЕ	…	…
ВСЕГО	**…**	**…**

Источник: расчетыDISCOVERYResearchGroup

Импорт по торговым маркам

Импорт ЖК телевизоровв Россию

В 2013 году импорт ЖК телевизоров в натуральном выражении составил … млн. шт. В Iпол. 2014 года – … млн. шт.

Таблица 5. Импорт ЖК телевизоров в Россию по торговым маркамв натуральном выражении, 2013 – Iпол. 2014 гг., шт.

Товарная группа	Год	
	2013	I пол. 2014
…	…	…
…	…	…
…	….	…
…	…	…
…	….	….
…	…	…
…	…	…
…	…	…
…	…	…
…	…	…
…	…	…
ВСЕГО	**…**	**…**

Источник: расчетыDISCOVERYResearchGroup

В стоимостном выражении импорт ЖК телевизоров в 2013 году составил … млн. долл., в I пол. 2014 г. – … млн. долл.

Таблица 6. Импорт ЖК телевизоров в Россию по торговым маркамв стоимостном выражении, 2013 – Iпол. 2014 гг., тыс. долл.

Товарная группа	Год	
	2013	I пол. 2014
…	…	…
….	…	…
…	…	…
…	…	…
…	….	…
…	…	…

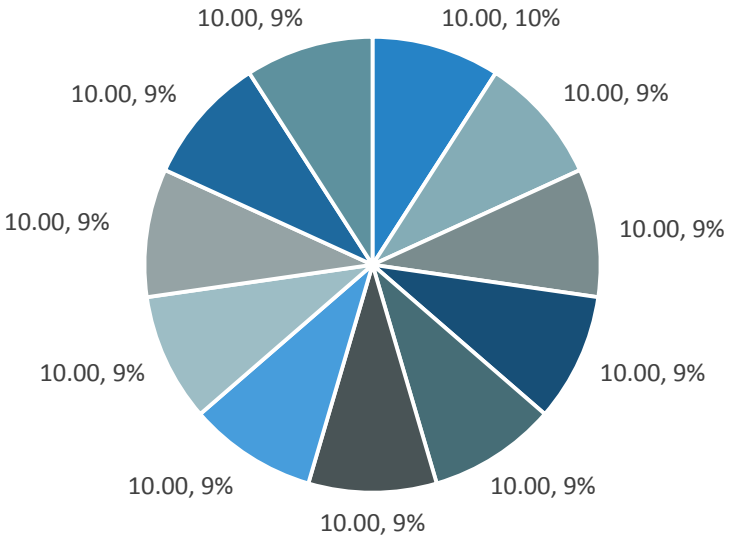
…	…	…
…	…	…
…	…	…
…	…	…
…	…	…
ВСЕГО	**…**	**…**

Источник: расчетыDISCOVERYResearchGroup

Наибольшая доля импорта ЖК телевизоров в I пол. 2014 года в стоимостном выражении пришлась на торговые марки … (…%), … (…%), … (…%).

Суммарная доля трех лидирующих торговых марок ЖК телевизоров, импортированных в Россию, составила …%.

Диаграмма 1. Импорт ЖК телевизоров в Россию по торговым маркамв стоимостном выражении, Iпол. 2014 гг., тыс. долл.



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group

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