



Аналитический отчет DISCOVERY RESEARCH GROUP Рынок проекторов 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 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 **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	10
Таблицы:	10
Диаграммы:	11
Резюме	13
Глава 1. Технологические характеристики исследования.....	14
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 проекторов	Ошибка!
Закладка не определена.	
Определение и основные характеристики проекторов	Ошибка! Закладка не определена.
Классификация проекторов	Ошибка! Закладка не определена.
По назначению	Ошибка! Закладка не определена.
По технологии	Ошибка! Закладка не определена.
Глава 3. Мировой рынок проекторов.....	Ошибка! Закладка не определена.
Глава 4. Объем и темпы роста рынка проекторов в России	17
Объем и темпы роста рынка	17
Прогноз развития рынка до 2016 г.	18
Глава 5. Производство проекторов в России	Ошибка! Закладка не определена.
Глава 6. Импорт проекторов в Россию и экспорт проекторов из России	19
Импорт по товарным группам	19
Импорт проекторов по сфере применения	19
Импорт по технологии изображения	Ошибка! Закладка не определена.
Импорт проекторов по разрешению	Ошибка! Закладка не определена.
Импорт по торговым маркам.....	Ошибка! Закладка не определена.
Импорт проекторов для кинозалов и домашних кинотеатров в Россию	Ошибка! Закладка не определена.
Импорт бытовых мультимедийных проекторов в Россию	Ошибка! Закладка не определена.

Импорт проекторов для бизнеса в Россию Ошибка! Закладка не определена.

Импорт проекторов для обучения в Россию Ошибка! Закладка не определена.

Импорт по странам происхождения Ошибка! Закладка не определена.

Экспорт по товарным группам Ошибка! Закладка не определена.

Экспорт проекторов по сфере применения Ошибка! Закладка не определена.

Экспорт по технологии изображения Ошибка! Закладка не определена.

Экспорт проекторов по разрешению Ошибка! Закладка не определена.

Экспорт по торговым маркам Ошибка! Закладка не определена.

*Экспорт проекторов для кинозалов и домашних кинотеатров из России... Ошибка!
Закладка не определена.*

*Экспорт бытовых мультимедийных проекторов из России Ошибка! Закладка не
определена.*

Экспорт проекторов для бизнеса из России Ошибка! Закладка не определена.

Экспорт проекторов для обучения из России Ошибка! Закладка не определена.

Экспорт по странам-получателям Ошибка! Закладка не определена.

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

*В октябре 2014 года в России установили первый лазерный кинопроектор Ошибка!
Закладка не определена.*

Lenovo представила планшет с проектором Ошибка! Закладка не определена.

Epson показал «проектор будущего» Ошибка! Закладка не определена.

*Мини проекторы для iPhone займут место телевизоров и мониторов Ошибка!
Закладка не определена.*

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

Ориентация потребителя на маркетинг Ошибка! Закладка не определена.

Формирование культуры пользования проекторами Ошибка! Закладка не определена.

*Рост рынка преимущественно за счет появления новых покупателей Ошибка!
Закладка не определена.*

Падение спроса на проекторы со стороны корпоративного и государственного секторов Ошибка! Закладка не определена.

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

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

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

<i>Epson</i>	<i>Ошибка! Закладка не определена.</i>
<i>Christie</i>	<i>Ошибка! Закладка не определена.</i>
<i>Barco</i>	<i>Ошибка! Закладка не определена.</i>
<i>BenQ Corporation</i>	<i>Ошибка! Закладка не определена.</i>
<i>NEC Display Solutions Europe GmbH</i>	<i>Ошибка! Закладка не определена.</i>
<i>JVC</i>	<i>Ошибка! Закладка не определена.</i>

Список таблиц и диаграмм

Отчет содержит 35 таблиц и 11 диаграмм.

Таблицы:

Таблица 1. Объем рынка проекторов в России в натуральном выражении, 2013 – I пол. 2014 г., шт.17

Таблица 2. Объем рынка проекторов в России в стоимостном выражении, 2013 – I пол. 2014 г., тыс. долл.17

Таблица 3. Импорт проекторов в Россию по товарным группам (по сфере применения) в натуральном выражении, 2013 – I пол. 2014 г., шт.19

Таблица 4. Импорт проекторов в Россию по товарным группам (по назначению) в стоимостном выражении, 2013 – I пол. 2014 г., тыс. долл.20

Таблица 5. Импорт проекторов в Россию по товарным группам (по технологии изображения) в натуральном выражении, 2013 – I пол. 2014 г., шт. **Ошибка! Закладка не определена.**

Таблица 6. Импорт проекторов в Россию по товарным группам (по технологии изображения) в стоимостном выражении, 2013 – I пол. 2014 г., тыс. долл. **Ошибка! Закладка не определена.**

Таблица 7. Импорт проекторов в Россию по товарным группам (по разрешению) в натуральном выражении, 2013 – I пол. 2014 г., шт. **Ошибка! Закладка не определена.**

Таблица 8. Импорт проекторов в Россию по товарным группам (по разрешению) в стоимостном выражении, 2013 – I пол. 2014 г., тыс. долл. **Ошибка! Закладка не определена.**

Таблица 9. Импорт проекторов для кинозалов и домашних кинотеатров в Россию по торговым маркам в натуральном выражении, 2013 – I пол. 2014 г., шт. **Ошибка! Закладка не определена.**

Таблица 10. Импорт проекторов для кинозалов и домашних кинотеатров в Россию по торговым маркам в стоимостном выражении, 2013 – I пол. 2014 г., тыс. долл. ... **Ошибка! Закладка не определена.**

Таблица 11. Импорт бытовых мультимедийных проекторов в Россию по торговым маркам в натуральном выражении, 2013 – I пол. 2014 г., шт. **Ошибка! Закладка не определена.**

Таблица 12. Импорт бытовых мультимедийных проекторов в Россию по торговым маркам в стоимостном выражении, 2013 – I пол. 2014 г., тыс. долл. **Ошибка! Закладка не определена.**

Таблица 13. Импорт проекторов для бизнеса в Россию по торговым маркам в натуральном выражении, 2013 – I пол. 2014 г., шт. **Ошибка! Закладка не определена.**

Таблица 14. Импорт проекторов для бизнеса в Россию по торговым маркам в стоимостном выражении, 2013 – I пол. 2014 г., тыс. долл. **Ошибка! Закладка не определена.**

Таблица 15. Импорт проекторов для обучения в Россию по торговым маркам в натуральном выражении, 2013 – I пол. 2014 г., шт. **Ошибка! Закладка не определена.**

Таблица 16. Импорт проекторов для обучения в Россию по торговым маркам в стоимостном выражении, 2013 – I пол. 2014 г., тыс. долл. **Ошибка! Закладка не определена.**

Таблица 17. Импорт проекторов в Россию по странам происхождения в натуральном выражении, 2013 – I пол. 2014 г., шт. **Ошибка! Закладка не определена.**

Таблица 18. Импорт проекторов в Россию по странам происхождения в стоимостном выражении, 2013 – I пол. 2014 г., тыс. долл. **Ошибка! Закладка не определена.**

Таблица 19. Экспорт проекторов из России по товарным группам (по сфере применения) в натуральном выражении, 2013 – I пол. 2014 г., шт. **Ошибка! Закладка не определена.**

Таблица 20. Экспорт проекторов из России по товарным группам (по назначению) в стоимостном выражении, 2013 – I пол. 2014 г., тыс. долл. **Ошибка! Закладка не определена.**

Таблица 21. Экспорт проекторов из России по товарным группам (по технологии изображения) в натуральном выражении, 2013 – I пол. 2014 г., шт. **Ошибка! Закладка не определена.**

Таблица 22. Экспорт проекторов из России по товарным группам (по технологии изображения) в стоимостном выражении, 2013 – I пол. 2014 г., тыс. долл. **Ошибка! Закладка не определена.**

Таблица 23. Экспорт проекторов из России по товарным группам (по разрешению) в натуральном выражении, 2013 – I пол. 2014 г., шт. **Ошибка! Закладка не определена.**

Таблица 24. Экспорт проекторов из России по товарным группам (по разрешению) в стоимостном выражении, 2013 – I пол. 2014 г., тыс. долл. **Ошибка! Закладка не определена.**

Таблица 25. Экспорт проекторов для кинозалов и домашних кинотеатров из России по торговым маркам в натуральном выражении, 2013 – I пол. 2014 г., шт. **Ошибка! Закладка не определена.**

Таблица 26. Экспорт проекторов для кинозалов и домашних кинотеатров из России по торговым маркам в стоимостном выражении, 2013 – I пол. 2014 г., тыс. долл. ... **Ошибка! Закладка не определена.**

Таблица 27. Экспорт бытовых мультимедийных проекторов из России по торговым маркам в натуральном выражении, 2013 – I пол. 2014 г., шт. **Ошибка! Закладка не определена.**

Таблица 28. Экспорт бытовых мультимедийных проекторов из России по торговым маркам в стоимостном выражении, 2013 – I пол. 2014 г., тыс. долл. **Ошибка! Закладка не определена.**

Таблица 29. Экспорт проекторов для бизнеса из России по торговым маркам в натуральном выражении, 2013 – I пол. 2014 г., шт. **Ошибка! Закладка не определена.**

Таблица 30. Экспорт проекторов для бизнеса из России по торговым маркам в стоимостном выражении, 2013 – I пол. 2014 г., тыс. долл. **Ошибка! Закладка не определена.**

Таблица 31. Экспорт проекторов для обучения из России по торговым маркам в натуральном выражении, 2013 – I пол. 2014 г., шт. **Ошибка! Закладка не определена.**

Таблица 32. Экспорт проекторов для обучения из России по торговым маркам в стоимостном выражении, 2013 – I пол. 2014 г., тыс. долл. **Ошибка! Закладка не определена.**

Таблица 33. Экспорт проекторов из России по странам-получателям в натуральном выражении, 2013 – I пол. 2014 г., шт. **Ошибка! Закладка не определена.**

Таблица 34. Экспорт проекторов из России по странам-получателям в стоимостном выражении, 2013 – I пол. 2014 г., тыс. долл. **Ошибка! Закладка не определена.**

Таблица 35. Сравнение цен на проекторы наиболее популярных торговых марок (для домашнего кинотеатра, с разрешением FullHD), январь 2015 г. **Ошибка! Закладка не определена.**

Диаграммы:

Диаграмма 1. Импорт проекторов в Россию по товарным группам (по сфере применения) в натуральном выражении, I пол. 2014 г., шт.20

Диаграмма 2. Импорт проекторов в Россию по товарным группам (по сфере применения) в стоимостном выражении, I пол. 2014 г., тыс. долл.21

Диаграмма 3. Импорт проекторов в Россию по товарным группам (по технологии изображения) в натуральном выражении, I пол. 2014 г., шт. **Ошибка! Закладка не определена.**

Диаграмма 4. Импорт проекторов в Россию по товарным группам (по технологии изображения) в стоимостном выражении, I пол. 2014 г., тыс. долл. **Ошибка! Закладка не определена.**

Диаграмма 5. Импорт проекторов в Россию по товарным группам (по разрешению) в натуральном выражении, I пол. 2014 г., шт. **Ошибка! Закладка не определена.**

Диаграмма 6. Импорт проекторов в Россию по товарным группам (по разрешению) в стоимостном выражении, I пол. 2014 г., тыс. долл. **Ошибка! Закладка не определена.**

Диаграмма 7. Импорт проекторов для кинозалов и домашних кинотеатров в Россию по торговым маркам в стоимостном выражении, I пол. 2014 г., тыс. долл. **Ошибка! Закладка не определена.**

Диаграмма 8. Импорт бытовых мультимедийных проекторов в Россию по торговым маркам в стоимостном выражении, I пол. 2014 г., тыс. долл. **Ошибка! Закладка не определена.**

Диаграмма 9. Импорт проекторов для бизнеса в Россию по торговым маркам в стоимостном выражении, I пол. 2014 г., тыс. долл. **Ошибка! Закладка не определена.**

Диаграмма 10. Импорт проекторов для обучения в Россию по торговым маркам в стоимостном выражении, I пол. 2014 г., тыс. долл. **Ошибка! Закладка не определена.**

Диаграмма 11. Импорт проекторов в Россию по странам происхождения в стоимостном выражении, I пол. 2014 г., тыс. долл. **Ошибка! Закладка не определена.**

Резюме

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

Мультимедийный проектор – это автономный оптический прибор, который создает плоское изображение на большом экране с помощью проецирования на экран информации, поступающий в проектор.

....

....

....

....

...

Глава 1. Технологические характеристики исследования

Цель исследования

Охарактеризовать текущее состояние и перспективы развития рынка проекторов в России.

Задачи исследования

1. Определить объем, темпы роста и динамику развития российского рынка проекторов в 2013 – I пол. 2014 гг.
2. Определить объем и темпы роста производства проекторов в России в 2013 – I пол. 2014 гг.
3. Определить объем импорта в Россию и экспорта из России проекторов в 2013 – I пол. 2014 гг.
4. Выделить и описать основные сегменты рынка проекторов в России.
5. Охарактеризовать структуру потребления проекторов в России.
6. Определить ключевые тенденции и перспективы развития рынка проекторов в России в ближайшие несколько лет.
7. Определить ключевые факторы, определяющие текущее состояние и развитие рынка проекторов в России.
8. Определить факторы, препятствующие росту рынка проекторов в России.
9. Описать финансово-хозяйственную деятельность участников рынка проекторов.
10. Провести мониторинг цен и определить уровень цен на рынке проекторов в России.
11. Описать основные сравнительные характеристики товаров-конкурентов.

Объект исследования

Рынок проекторов в России.

Метод сбора и анализа данных

Мониторинг документов.

В общем виде целью кабинетного исследования является проанализировать ситуацию на рынке проекторов 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. Материалы баз 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 4. Объем и темпы роста рынка проекторов в России

Объем и темпы роста рынка

При расчете объема рынка проекторов в России учитывались показатели импорта и экспорта проекторов в натуральном и стоимостном выражении за период 2013 – I пол. 2014 гг.

...

Объем рынка проекторов в России в 2013 году составил ... тыс. шт. В I пол. 2014 года объем рынка в натуральном выражении достиг ... тыс. шт., что на ...%..., чем в I пол. 2013 года.

Таблица 1. Объем рынка проекторов в России в натуральном выражении, 2013 – I пол. 2014 г., шт.

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

* по отношению к I пол. 2013 года

Источник: по данным DISCOVERY Research Group

В стоимостном выражении объем рынка проекторов в России в 2013 году достиг показателя ... млн. долл. В I пол. 2014 года объем рынка достиг ... млн. долл., что на ...% ..., чем в I пол. 2013 года.

Таблица 2. Объем рынка проекторов в России в стоимостном выражении, 2013 – I пол. 2014 г., тыс. долл.

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

* по отношению к I пол. 2013 года

Источник: по данным DISCOVERY Research Group

Прогноз развития рынка до 2016 г.

По мнению аналитиков, ...

....

...

Глава 6. Импорт проекторов в Россию и экспорт проекторов из России

В данной главе представлен анализ импортно-экспортных операций с проекторами.

Для анализа был взят код ТН ВЭД 85286.

Импорт по товарным группам

Импорт проекторов по сфере применения

Если рассматривать импорт проекторов в Россию относительно их сферы применения, то данную технику можно поделить на следующие группы:

- ...
- ...
- ...
- ...

Таким образом, объем импорта проекторов в Россию в 2013 году в натуральном выражении составил ... тыс. шт. В I пол. 2014 года объем импорта составил ... тыс. шт.

Таблица 3. Импорт проекторов в Россию по товарным группам (по сфере применения) в натуральном выражении, 2013 – I пол. 2014 г., шт.

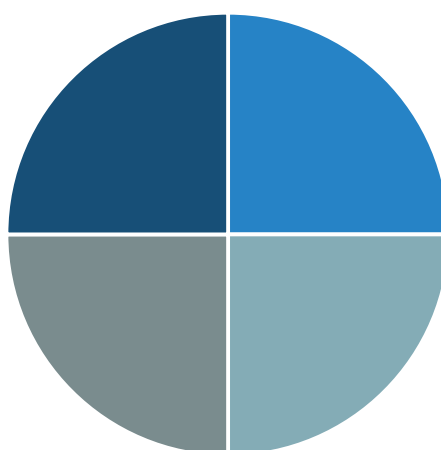
Товарная группа	Год	
	2013	I пол. 2014
...
...
...
...
ВСЕГО

Источник: по данным DISCOVERY Research Group

Наибольший объем импорта проекторов в I пол. 2014 года пришелся на ...

....

Диаграмма 1. Импорт проекторов в Россию по товарным группам (по сфере применения) в натуральном выражении, Iпол. 2014 г., шт.



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group

В стоимостном выражении объем импорта проекторов в России в 2013 году составил ... млн. долл. В Iпол. 2014 года объем импорта достиг ... млн. долл.

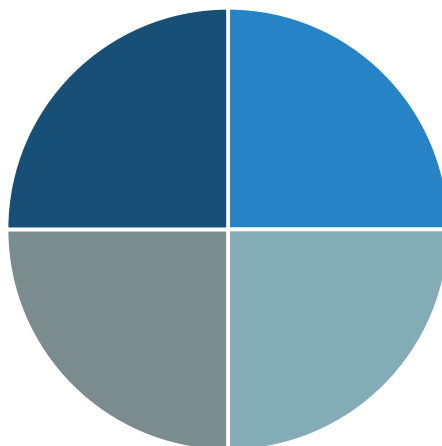
Таблица 4. Импорт проекторов в Россию по товарным группам (по назначению) в стоимостном выражении, 2013 – Iпол. 2014 г., тыс. долл.

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

Источник: по данным DISCOVERY Research Group

Наибольший объем импорта проекторов в I пол. 2014 года в стоимостном выражении пришелся на проекторы для ...

Диаграмма 2. Импорт проекторов в Россию по товарным группам (по сфере применения) в стоимостном выражении, I пол. 2014 г., тыс. долл.



Источник: расчетыDISCOVERYResearchGroup

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

