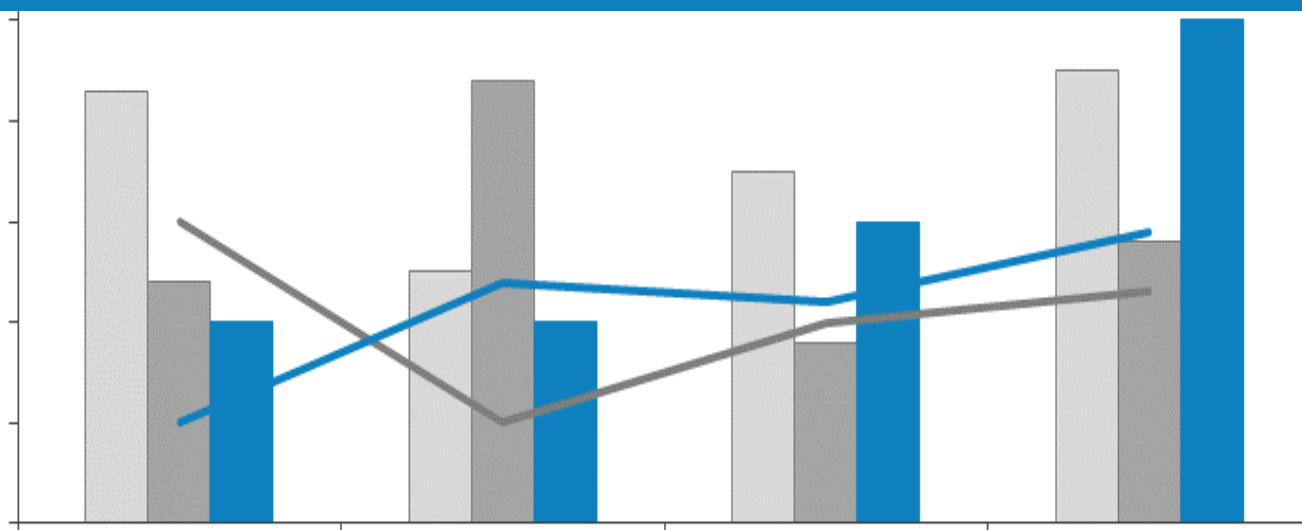




## Аналитический отчет DISCOVERY RESEARCH GROUP Рынок бытовых фритюрниц в России



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

Список таблиц и диаграмм .....	8
Таблицы: .....	8
Диаграммы: .....	9
Резюме .....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
Глава 1. Технологические характеристики исследования.....	10
Цель исследования .....	10
Задачи исследования.....	10
Объект исследования .....	10
Метод сбора и анализа данных .....	10
Метод анализа данных.....	10
Объем и структура выборки.....	11
Глава 2. Объем рынка бытовых фритюрниц в России в 2013 –1п 2014 гг. ....	12
Общий объем рынка.....	12
<i>Объем рынка по торговым маркам .....</i>	<i>12</i>
Глава 3. Импорт бытовых фритюрниц в Россию и их экспорт из России в 2013-1п 2014 гг.....	15
Общий объем импорта .....	15
<i>Объем импорта по торговым маркам.....</i>	<i>15</i>
Общий объем экспорта .....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
<i>Объем экспорта по торговым маркам .....</i>	<i><b>Ошибка! Закладка не определена.</b></i>
Глава 4. Основные события, тенденции и перспективы развития рынка бытовой техники и электроники в России .	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
Состояние рынка бытовой техники в кризис 2008 года	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
Текущее состояние рынка БТиЭ.....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
Влияние колебаний курса рубля на рынок БТиЭ .....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
Противостояние розницы и интернет-торговли на рынке БТиЭ	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
Ограничение импорта российской техники на белорусский рынок	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>

### Список таблиц и диаграмм

Отчет содержит 12 таблиц и 6 диаграмм.

#### Таблицы:

Таблица 1. Объем рынка бытовых фритюрниц в России в 2013 – 1п 2014 гг., шт .....12



Таблица 2 Объем рынка бытовых фритюрниц в России в 2013 – 1п 2014 гг., \$ тыс..	12
Таблица 3. Объем импорта, экспорта и рынка бытовых фритюрниц по торговым маркам, а также доли торговых марок в общем объеме рынка в стоимостном выражении в 2013 г., \$ тыс. и % .....	13
Таблица 4. Объем импорта, экспорта и рынка бытовых фритюрниц по торговым маркам, а также доли торговых марок в общем объеме рынка в натуральном выражении в 2013 г., шт. и %.....	13
Таблица 5. Объем импорта, экспорта и рынка бытовых фритюрниц по торговым маркам, а также доли торговых марок в общем объеме рынка в стоимостном выражении в 1п 2014 г., \$ тыс. и % .....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
Таблица 6. Объем импорта, экспорта и рынка бытовых фритюрниц по торговым маркам, а также доли торговых марок в общем объеме рынка в натуральном выражении в 1п 2014 г., шт. и %.....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
Таблица 7. Объем импорта бытовых фритюрниц по товарным категориям и товарным группам в Россию в 2013 г., шт. и \$ тыс. ....	15
Таблица 8. Объем импорта бытовых фритюрниц за первое полугодие в 2013 и 2014 гг. в натуральном и стоимостном выражении, а также темп прироста за аналогичный период, шт., \$ тыс. и %.....	15
Таблица 9. Объем импорта бытовых фритюрниц в Россию по торговой марке в 2013-1п 2014 гг., шт. и \$ тыс.....	16
Таблица 10. Объем экспорта бытовых фритюрниц по товарным категориям и товарным группам из России в 2013 г., шт. и \$ тыс. ....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
Таблица 11. Объем экспорта бытовых фритюрниц за первое полугодие в 2013 и 2014 гг. в натуральном и стоимостном выражении, а также темп прироста за аналогичный период, шт., \$ тыс. и %.....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
Таблица 12. Объем экспорта бытовых фритюрниц из России по торговой марке в 2013-1п 2014 гг., шт. и \$ тыс.....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>

**Диаграммы:**

Диаграмма 1. Структура объема импорта бытовых фритюрниц по марке в Россию в 2013 году в натуральном выражении, % .....	16
Диаграмма 2. Структура объема импорта бытовых фритюрниц по марке в Россию в 2013 году в стоимостном выражении, %.....	17
Диаграмма 3. Структура объема импорта бытовых фритюрниц по марке в Россию в 1п 2014 года в натуральном выражении, % .....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
Диаграмма 4. Структура объема импорта бытовых фритюрниц по марке в Россию в 1п 2014 года в стоимостном выражении, %.....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
Диаграмма 5. Структура объема экспорта бытовых фритюрниц по марке из России в 2013 году в натуральном выражении, % .....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
Диаграмма 6. Структура объема экспорта бытовых фритюрниц по марке из России в 2013 году в стоимостном выражении, % .....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>

## Глава 1. Технологические характеристики исследования

### Цель исследования

Охарактеризовать текущее состояние и перспективы развития рынка бытовых фритюрниц в России.

### Задачи исследования

1. Определить объем рынка бытовых фритюрниц в России в 2013-1п 2014 гг., в том числе по торговым маркам.
2. Определить объем импорта в Россию и экспорта из России бытовых фритюрниц 2013-1п 2014 гг. по товарным группам и торговым маркам.
3. Определить ключевые тенденции и перспективы развития рынка бытовой техники и электроники в России в ближайшие несколько лет.
4. Определить ключевые факторы, определяющие текущее состояние и развитие рынка бытовой техники и электроники в России.

### Объект исследования

Рынок бытовых фритюрниц России.

### Метод сбора и анализа данных

Мониторинг документов.

В общем виде целью кабинетного исследования является проанализировать ситуацию на рынке стоматологических инструментов и оборудования 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 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 2. Объем рынка бытовых фритюрниц в России в 2013 –1п 2014 гг.

### Общий объем рынка

Расчеты DISCOVERY Research Group, сделанные по формуле видимого потребления:

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

показывают, что объем рынка бытовых фритюрниц России составил в 2013 г. ...тыс. шт. в натуральном выражении и ... млн. долл. в стоимостном. За первое полугодие 2014 г. объем рынка составил ... тыс. шт. или ... тыс. долл.

Таблица 1. Объем рынка бытовых фритюрниц в России в 2013 – 1п 2014 гг., шт

Год	Импорт	Экспорт	Рынок
2013			
1п 2014			

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФТС РФ

Таблица 2. Объем рынка бытовых фритюрниц в России в 2013 – 1п 2014 гг., \$ тыс.

Год	Импорт	Экспорт	Рынок
2013			
1п 2014			

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФТС РФ

### Объем рынка по торговым маркам

Лидером на российском рынке бытовых фритюрниц в стоимостном выражении в 2013 г. стала марка ..., на нее пришлось ... % общего объема рынка. На втором месте находится марка... с долей рынка в... %. Третье место занимает ..., на него приходится ... % общего объема рынка бытовых фритюрниц.

Таблица 3. Объем импорта, экспорта и рынка бытовых фритюрниц по торговым маркам, а также доли торговых марок в общем объеме рынка в стоимостном выражении в 2013 г., \$ тыс. и %

Марка	Импорт	Экспорт	Рынок	Доля рынка
ПРОЧИЕ				
<b>ИТОГО</b>				

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФТС РФ

Лидером на российском рынке бытовых фритюрниц в натуральном выражении в 2013 г. стала марка ..., на нее пришлось ... % общего объема рынка. На втором месте находится марка ... с долей рынка в ... %. Третье место занимает ..., на нее приходится ... % общего объема рынка бытовых фритюрниц.

Таблица 4. Объем импорта, экспорта и рынка бытовых фритюрниц по торговым маркам, а также доли торговых марок в общем объеме рынка в натуральном выражении в 2013 г., шт. и %

Марка	Импорт	Экспорт	Рынок	Доля рынка
ПРОЧИЕ				
<b>ИТОГО</b>				

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФТС РФ

Лидером на российском рынке бытовых фритюрниц стоимостном выражении в 1п 2014 г. стала марка ..., на нее пришлось ... % общего объема рынка. На втором месте находится марка ... с долей рынка ...

...

...

## Глава 3. Импорт бытовых фритюрниц в Россию и их экспорт из России в 2013-1п 2014 гг.

### Общий объем импорта

В натуральном выражении совокупный объем импорта бытовых фритюрниц в Россию в 2013 г. составил около ... тыс. единиц. В стоимостном выражении совокупный объем импорта бытовых фритюрниц в Россию в 2013 г. составил около... млн. долл.

Таблица 5. Объем импорта бытовых фритюрниц по товарным категориям и товарным группам в Россию в 2013 г., шт. и \$ тыс.

Товарная категория	шт.	\$ тыс.
Бытовые фритюрницы		

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФТС РФ

Что касается объемов импорта бытовых фритюрниц в 2014 г., то за первое полугодие было ввезено в Россию в общей сложности на ... % меньше техники в натуральном выражении и на ... % меньше в стоимостном, чем за аналогичный период в 2013 г.

Таблица 6. Объем импорта бытовых фритюрниц за первое полугодие в 2013 и 2014 гг. в натуральном и стоимостном выражении, а также темп прироста за аналогичный период, шт., \$ тыс. и %

Товарная группа	1п 2013		1п 2014		Темпы прироста 2014/2013	
	шт.	\$ тыс.	шт.	\$ тыс.	в шт.	в \$ тыс.
Бытовые фритюрницы						

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФТС РФ

### Объем импорта по торговым маркам

В 2013 г. лидирующими марками бытовых фритюрниц, которые импортировались в Россию, были:

- ✓ ...
- ✓ ...

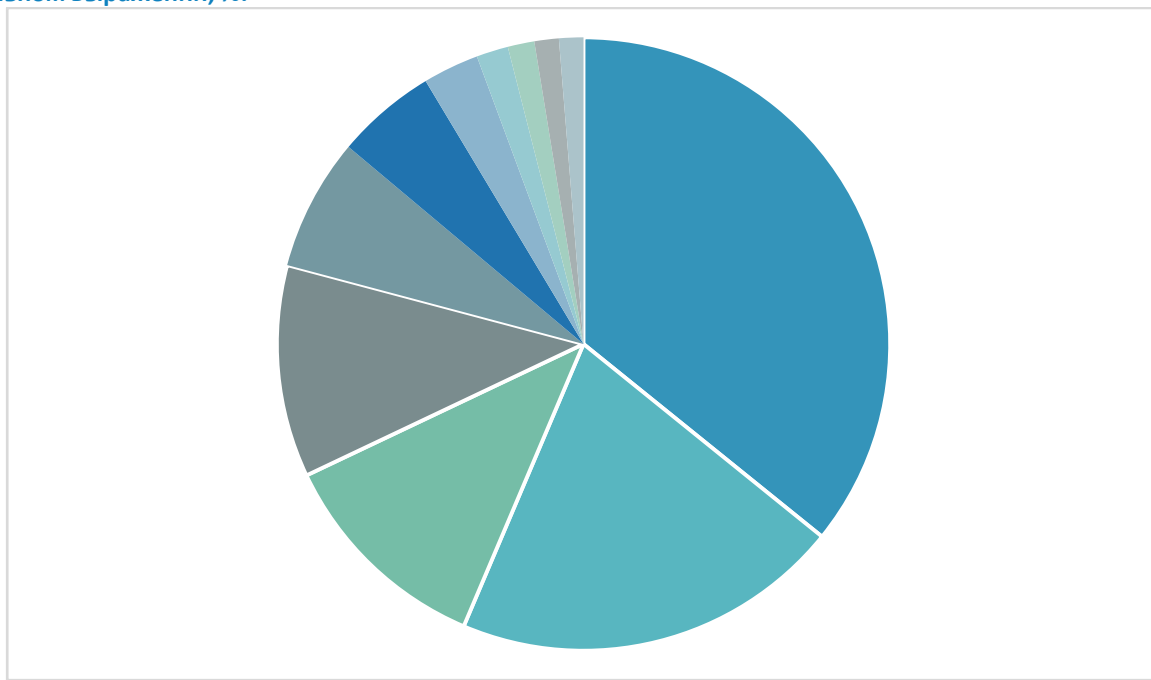


Таблица 9. Объем импорта бытовых фритюрниц в Россию по торговой марке в 2013-1п 2014 гг., шт. и \$ тыс.

Марка	2013		1п 2014	
	шт.	\$ тыс.	шт.	\$ тыс.
ПРОЧИЕ				
<b>ИТОГО</b>				

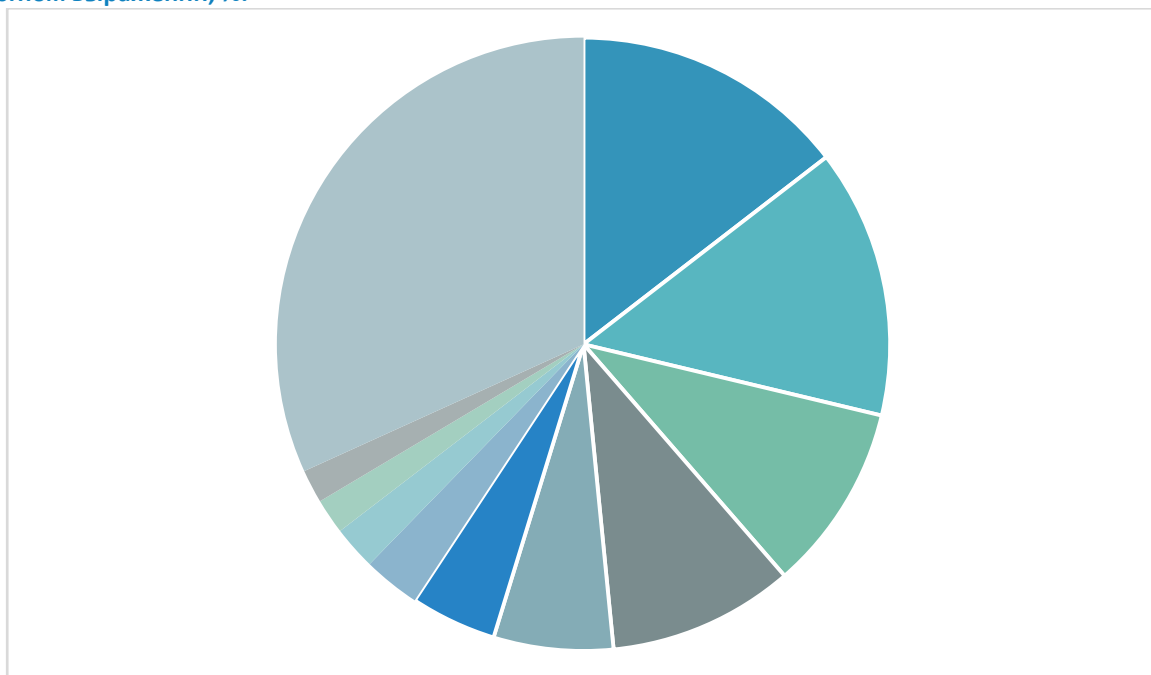
Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФТС РФ

Диаграмма 1. Структура объема импорта бытовых фритюрниц по маркам в Россию в 2013 году в натуральном выражении, %.



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФТС РФ

Диаграмма 2. Структура объема импорта бытовых фритюрниц по маркам в Россию в 2013 году в стоимостном выражении, %.



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФТС РФ

В 1п 2014 г. лидирующими марками бытовых фритюрниц, которые импортировались в Россию, стали:

- ...
- ...

...

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](mailto:research@drgroup.ru)

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

### Схема проезда

