



Аналитический отчет DISCOVERY RESEARCH GROUP Рынок пароварок 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	9
Таблицы:	9
Диаграммы:	9
Резюме	10
Глава 1. Технологические характеристики исследования.....	11
Цель исследования	11
Задачи исследования.....	11
Объект исследования	11
Метод сбора и анализа данных	11
Метод анализа данных.....	11
Объем и структура выборки.....	12
Глава 2. Объем рынка пароварок в России в 2013 – 1п. 2014 гг.	13
Объем рынка по торговым маркам.....	13
Глава 4. Импорт пароварок в Россию и экспорт пароварок из России в 2012-2013 гг.	16
Импорт по торговым маркам.....	16
Экспорт по торговым маркам	17
Импорт по стране происхождения товара	19
Глава 5. Основные события, тенденции и перспективы развития рынка бытовой техники и электроники в России	20
Состояние рынка бытовой техники в кризис 2008 года	20
Текущее состояние рынка БТиЭ.....	20
Влияние колебаний курса рубля на рынок БТиЭ	21
Противостояние розницы и интернет-торговли на рынке БТиЭ.....	21
Ограничение импорта российской техники на белорусский рынок.....	22
Глава 6. Финансово-хозяйственная деятельность и планы развития ключевых игроков рынка пароварок в России.....	22
Российские производители пароварок.....	23
БРЭНД	23
Зарубежные производители пароварок	24
Tefal.....	24
Philips	24
Panasonic	25

Список таблиц и диаграмм

Отчет содержит 7 таблиц и 5 диаграмм.

Таблицы:

Таблица 1. Объем рынка промышленных гладильных машин в России в 2013 – 1п. 2014 гг., шт.	13
Таблица 2. Основные показатели рынка пароварок по торговым маркам в России, а также доли торговых марок в общем объеме рынка в натуральном выражении в 2013 г., шт. и %.....	13
Таблица 3. Основные показатели рынка пароварок по торговым маркам в России, а также доли торговых марок в общем объеме рынка в стоимостном выражении в 2013 г., \$ тыс. и %.....	14
Таблица 4. Объем импорта из России и экспорта в Россию пароварок по торговым маркам в Россию в 2013 г., шт. и \$ тыс.	16
Таблица 5. Объем импорта пароварок по торговым маркам в Россию в 2013-1п2014г., шт. и \$ тыс.	16
Таблица 6. Объем экспорта пароварок по торговым маркам в Россию в 2013 г., шт. и \$ тыс.	17
Таблица 7. Импорт пароварок по стране происхождения товара в Россию в 2013 г., шт. и \$ тыс.	19

Диаграммы:

Диаграмма 1. Структура рынка пароварок в России в натуральном выражении в 2013 г., %.....	14
Диаграмма 2. Структура рынка пароварок в России в стоимостном выражении в 2013 г., %.....	15
Диаграмма 3. Структура импорта пароварок в Россию в стоимостном выражении в 2013 г., %.....	17
Диаграмма 4. Структура экспорта пароварок в Россию в стоимостном выражении в 2013 г., %.....	18
Диаграмма 5. Структура импорта пароварок в Россию по стране происхождения товара в стоимостном выражении в 2013 г., %.....	19

Резюме

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

Объем рынка пароварок в России в 2013 г. составил около ... шт. в натуральном выражении. Лидером на российском рынке пароварок в натуральном выражении в 2013 г. стала марка ..., на которую пришлось больше ...% общего объема рынка. Далее следуют бренды В стоимостном выражении лидером рынка пароварок в России по итогам 2013 года стала торговая марка ..., продукция которой составила более ...% объема рынка пароварок.

Объем импорта пароварок в Россию в 2013 году составил более ... шт., а по итогам первого полугодия 2014 года - более ... шт. Лидирующие позиции в импорте пароварок в Россию по результатам 2013 года принадлежат торговой марке ...

В импорте пароварок в Россию преобладает продукция производства, на которую приходится около ...% объема импорта данного товара в стоимостном выражении. Второе место в импорте занимает продукция из, далее – продукция производства.

Глава 1. Технологические характеристики исследования

Цель исследования

Охарактеризовать текущее состояние и перспективы развития рынка пароварок в России.

Задачи исследования

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

Объект исследования

Рынок пароварок в России.

Метод сбора и анализа данных

Мониторинг документов.

В общем виде целью кабинетного исследования является проанализировать ситуацию на рынке пароварок 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 и 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 пароварок в России в 2013– 1п. 2014 гг.

Расчеты DISCOVERY Research Group, сделанные по формуле видимого потребления:

Объем рынка = Объем производства+ Объем импорта - Объем экспорта

показывают, что объем рынка пароварок в России составил в 2013 г. ... шт. в натуральном выражении. За первое полугодие 2014 г. объем рынка составил.....

Таблица 1. Объем рынка промышленных гладильных машин в России в 2013 – 1п. 2014 гг., шт.

Год	Импорт	Экспорт	Объем рынка
2013		
1 пол. 2014			

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФТС РФ

Объем рынка по торговым маркам

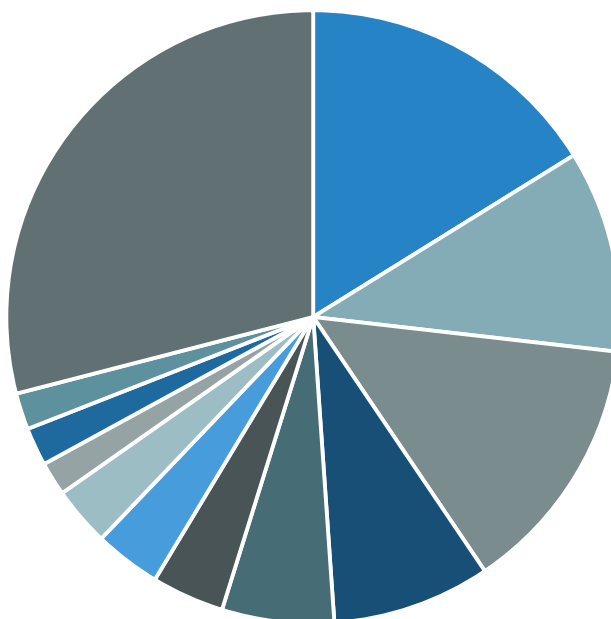
Лидером на российском рынке пароварок в натуральном выражении в 2013 г. стала марка, на нее пришлось ...% общего объема рынка. Далее следуют бренды.....

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

БРЕНД	Импорт	Экспорт	Объемы рынка	Доля рынка
.....				
.....				
.....				
.....				
SUPRA				
PANASONIC				
.....				
.....				
.....	10 808			
.....				
.....				
.....	9 708			
.....				
ИТОГО			100%

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФТС РФ

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



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФСГС РФ

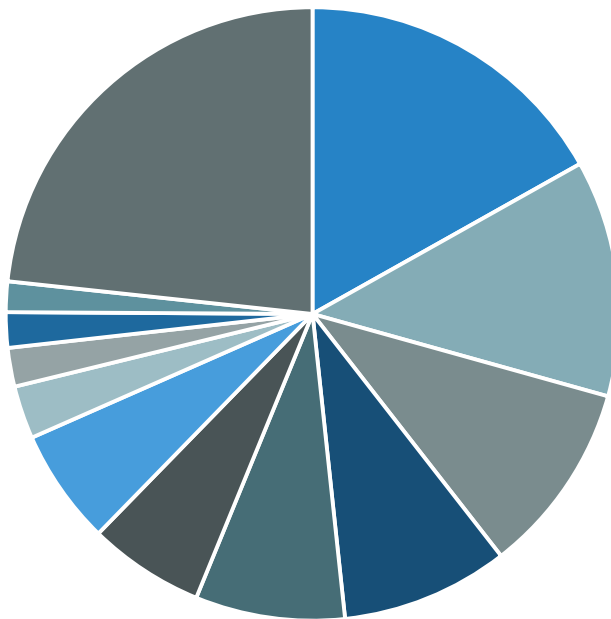
В стоимостном выражении лидером рынка пароварок в России по итогам 2013 года стала торговая марка

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

БРЕНД	Импорт	Экспорт	Объемы рынка	Доля рынка
.....			
.....			
.....			
TOSHIBA				
MIELE				
.....				
MOULINEX				
.....				
ИТОГО			100%

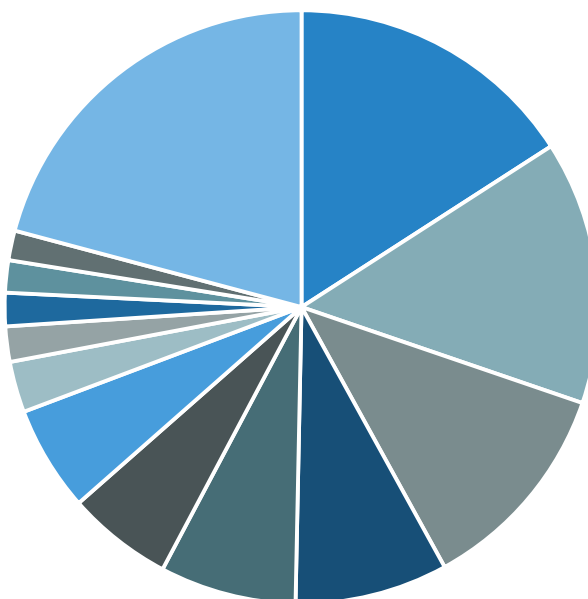
Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФТС РФ

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



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФСГС РФ

Диаграмма 3. Структура импорта пароварок в Россию в стоимостном выражении в 2013 г., %.



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФСГС РФ

Экспорт по торговым маркам

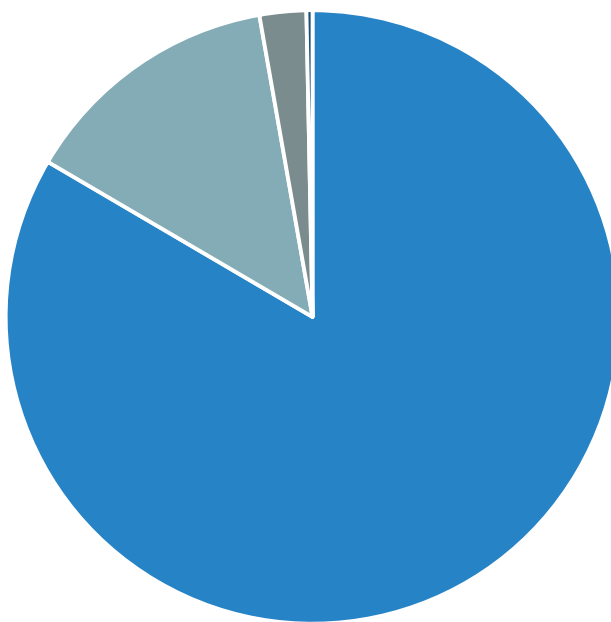
В экспорте пароварок из России преобладает продукция марки, на нее приходится ... % экспорта пароварок в стоимостном выражении по итогам 2013 года. На втором месте находится торговая марка

Таблица 6. Объем экспорта пароварок по торговым маркам в Россию в 2013 г., шт. и \$ тыс.

БРЕНД	2013		2014		Доля (2013)
	шт.	\$ тыс.	шт.	\$ тыс.	
.....					
.....					
.....					

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФСГС РФ

Диаграмма 4. Структура экспорта пароварок в Россию в стоимостном выражении в 2013 г., %.



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФСГС РФ

Импорт по стране происхождения товара

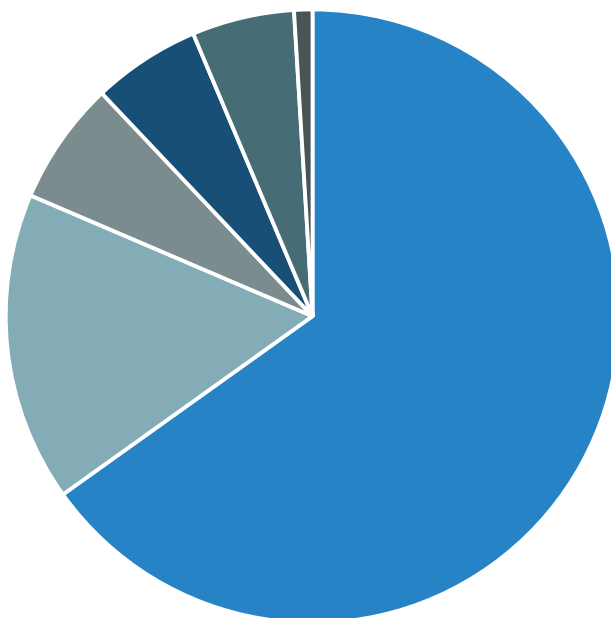
В импорте пароварок в Россию преобладает продукция китайского производства, на которую приходится ...% объема импорта данного товара в стоимостном выражении.

Таблица 7. Импорт пароварок по стране происхождения товаров в Россию в 2013 г., шт. и \$ тыс.

Страна	2013		2014		Доля (2013)
	шт.	\$ тыс.	шт.	\$ тыс.	
ФРАНЦИЯ					
ТУРЦИЯ					
ИТОГО	100%

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФСГС РФ

Диаграмма 5. Структура импорта пароварок в Россию по стране происхождения товара в стоимостном выражении в 2013 г., %.



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФСГС РФ

Глава 4. 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».

.....

.....

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.

В то же время в сегменте ноутбуков продолжилось падение, которые в минувшем году составило 18 процентов до 130,2 миллиарда рублей.

.....

.....

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.

Министр промышленности и торговли пообещал рассмотреть это заявление, и Ассоциация компаний интернет-торговли проявила готовность к борьбе, предложив заблокировать прайс-площадки, на которых рекламируются "серые" импортеры.

.....

.....

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 5. Финансово-хозяйственная деятельность и планы развития ключевых игроков рынка пароварок в России

Российские производители пароварок

БРЭНД

Компания ООО «БРЭНД» была основана в 2006 году в Москве.

Компания БРЭНД заключила прямые контракты с крупнейшими корпорациями Китая, производящими бытовую технику для известных марок Европы и Америки, такими как «SUPOR», «POVOS», «ETI» и т.д. Большинство моделей, выпускаемых Компанией БРЭНД на этих заводах, поставляются на эксклюзивных условиях продаж на территории России, что дает возможность предлагать нашему потребителю технику, имеющую не только уникальный функционал, но и уникальный дизайн.

.....

.....

Зарубежные производители пароварок

Tefal

Tefal — международная торговая марка, специализирующаяся на производстве посуды с антипригарным покрытием, скороварок, кухонных приборов, приборов по приготовлению пищи и напитков, утюгов и весов. В 1968 г компания Tefal была приобретена Groupe SEB. Наряду с маркой Tefal Groupe SEB выпускает и продает продукцию в 120 странах мира таких брендов как Rowenta и Moulinex, и является международным лидером на рынке малой бытовой техники.

России продукция Tefal впервые появилась в 1982 году.

В 1994 году в Москве было создано представительство Tefal.

-
-
-

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.

.....
.....

Panasonic

Panasonic - крупная японская машиностроительная корпорация, один из крупнейших в мире производителей бытовой техники и электронных товаров. Год основания - 1918 год. Штаб-квартира — в городе Кадома префектуры Осака (Япония).

До 1 октября 2008 года носила название Matsushita Electric Industrial Co., Ltd. Panasonic (как и National, National Panasonic, Technics, Quasar) была одной из торговых марок этой компании.

.....

.....

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

