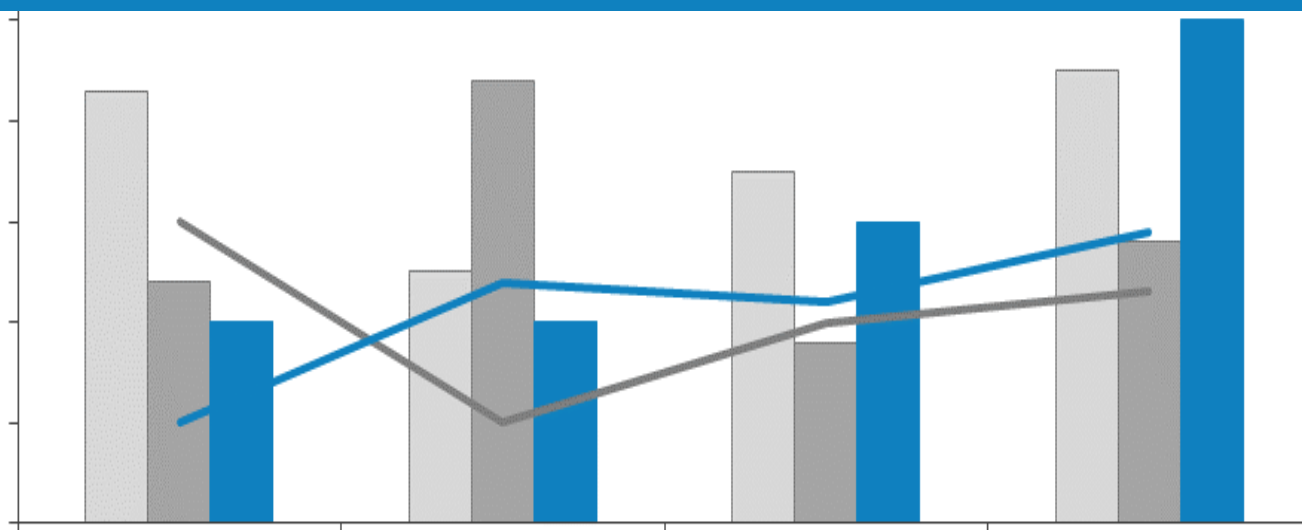




Аналитический отчет

DISCOVERY RESEARCH GROUP

Рынок миксеров, блендеров и кухонных комбайнов 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:	9
Диаграммы:	9
Резюме	Ошибка! Закладка не определена.
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 миксеров, блендеров и кухонных комбайнов в России в 2013 –1п 2014 гг.	13
Объем рынка миксеров, блендеров и кухонных комбайнов	13
<i>По торговым маркам.....</i>	<i>13</i>
Глава 3. Импорт миксеров, блендеров и кухонных комбайнов в Россию и их экспорт из России в 2012-1п 2014 гг.	16
Импорт по товарным группам	16
Импорт по торговым маркам.....	Ошибка! Закладка не определена.
<i>Импорт миксеров в Россию</i>	<i>Ошибка! Закладка не определена.</i>
<i>Импорт блендеров в Россию</i>	<i>Ошибка! Закладка не определена.</i>
<i>Импорт кухонных комбайнов в Россию</i>	<i>Ошибка! Закладка не определена.</i>
Экспорт по товарным группам	Ошибка! Закладка не определена.
Экспорт по торговым маркам	Ошибка! Закладка не определена.
<i>Экспорт миксеров из России</i>	<i>Ошибка! Закладка не определена.</i>
<i>Экспорт блендеров из России</i>	<i>Ошибка! Закладка не определена.</i>
<i>Экспорт кухонных комбайнов из России</i>	<i>Ошибка! Закладка не определена.</i>
Глава 4. Основные события, тенденции и перспективы развития рынка бытовой техники и электроники в России .	Ошибка! Закладка не определена.
Состояние рынка бытовой техники в кризис 2008 года	Ошибка! Закладка не определена.
Текущее состояние рынка БТиЭ.....	Ошибка! Закладка не определена.
Влияние колебаний курса рубля на рынок БТиЭ	Ошибка! Закладка не определена.
Противостояние розницы и интернет-торговли на рынке БТиЭ	Ошибка! Закладка не определена.

Ограничение импорта российской техники на белорусский рынок **Ошибка! Закладка не определена.**

Список таблиц и диаграмм

Отчет содержит 16 таблиц и 18 диаграмм.

Таблицы:

Таблица 1. Объем рынка миксеров, блендеров и кухонных комбайнов в России в 2013 – 1п 2014 гг., шт.	13
Таблица 2. Объем рынка миксеров, блендеров и кухонных комбайнов в России в 2013 – 1п 2014 гг., \$ тыс.	13
Таблица 3. Объем импорта, экспорта и рынка миксеров, блендеров и кухонных комбайнов по торговым маркам, а также доли торговых марок в общем объеме рынка в стоимостном выражении в 2013 г., \$ тыс. и %	14
Таблица 4. Объем импорта, экспорта и рынка миксеров, блендеров и кухонных комбайнов по торговым маркам, а также доли торговых марок в общем объеме рынка в натуральном выражении в 2013 г., шт. и %	15
Таблица 5. Объем импорта, экспорта и рынка миксеров, блендеров и кухонных комбайнов по торговым маркам, а также доли торговых марок в общем объеме рынка в стоимостном выражении в 1п 2014 г., \$ тыс. и %	Ошибка! Закладка не определена.
Таблица 6. Объем импорта, экспорта и рынка миксеров, блендеров и кухонных комбайнов по торговым маркам, а также доли торговых марок в общем объеме рынка в натуральном выражении в 1п 2014 г., шт. и %	Ошибка! Закладка не определена.
Таблица 7. Объем импорта миксеров, блендеров и кухонных комбайнов по товарным категориям в Россию в 2013 г., шт. и \$ тыс.	16
Таблица 8. Объем импорта миксеров, блендеров и кухонных комбайнов за первое полугодие в 2013 и 2014 гг. в натуральном и стоимостном выражении, а также темп прироста за аналогичный период, шт., \$ тыс. и %	16
Таблица 9. Объем импорта миксеров в Россию по торговой марке в 2013-1п 2014 гг., шт. и \$ тыс.	Ошибка! Закладка не определена.
Таблица 10. Объем импорта блендеров в Россию по торговой марке в 2013- 1п 2014 гг., шт. и \$ тыс.	Ошибка! Закладка не определена.
Таблица 11. Объем импорта кухонных комбайнов в Россию по торговой марке в 2013- 1п 2014 гг., шт. и \$ тыс.	Ошибка! Закладка не определена.
Таблица 12. Объем экспорта миксеров, блендеров и кухонных комбайнов по товарным категориям и товарным группам из России в 2013 г., шт. и \$ тыс.	Ошибка! Закладка не определена.
Таблица 13. Объем экспорта миксеров, блендеров и кухонных комбайнов за первое полугодие в 2013 и 2014 гг. в натуральном и стоимостном выражении, а также темп прироста за аналогичный период, шт., \$ тыс. и % ..	Ошибка! Закладка не определена.
Таблица 14. Объем экспорта миксеров из России по торговой марке в 2013- 1п 2014 гг., шт. и \$ тыс.	Ошибка! Закладка не определена.
Таблица 15. Объем экспорта блендеров из России по торговой марке в 2013- 1п 2014 гг., шт. и \$ тыс.	Ошибка! Закладка не определена.
Таблица 16. Объем экспорта кухонных комбайнов из России по торговой марке в 2013- 1п 2014 гг., шт. и \$ тыс.	Ошибка! Закладка не определена.

Диаграммы:

Диаграмма 1. Темпы прироста объема импорта миксеров, блендеров и кухонных комбайнов по товарным группам за первое полугодие 2014 г. по сравнению с аналогичным периодом 2013 г. в натуральном и стоимостном выражениях, %.....17

Диаграмма 2. Доли импорта миксеров, блендеров и кухонных комбайнов в Россию в общем объеме импорта в натуральном выражении за первое полугодие в 2013 и 2014 гг., %.....17

Диаграмма 3. Доли импорта миксеров, блендеров и кухонных комбайнов в Россию в общем объеме импорта в стоимостном выражении за первое полугодие в 2013 и 2014 гг., %..... **Ошибка! Закладка не определена.**

Диаграмма 4. Структура объема импорта миксеров по марке в Россию в 2013 году в натуральном выражении, %..... **Ошибка! Закладка не определена.**

Диаграмма 5. Структура объема импорта миксеров по марке в Россию в 2013 году в стоимостном выражении, %..... **Ошибка! Закладка не определена.**

Диаграмма 6. Структура объема импорта блендеров по марке в Россию в 2013 году в натуральном выражении, %..... **Ошибка! Закладка не определена.**

Диаграмма 7. Структура объема импорта блендеров по марке в Россию в 2013 году в стоимостном выражении, %..... **Ошибка! Закладка не определена.**

Диаграмма 8. Структура объема импорта кухонных комбайнов по марке в Россию в 2013 году в натуральном выражении, %..... **Ошибка! Закладка не определена.**

Диаграмма 9. Структура объема импорта кухонных комбайнов по марке в Россию в 2013 году в стоимостном выражении, %..... **Ошибка! Закладка не определена.**

Диаграмма 10. Темпы прироста объема экспорта миксеров, блендеров и кухонных комбайнов по товарным группам за первое полугодие 2014 г. по сравнению с аналогичным периодом 2013 г. в натуральном и стоимостном выражениях, %..... **Ошибка! Закладка не определена.**

Диаграмма 11. Доли экспорта миксеров, блендеров и кухонных комбайнов из России в общем объеме экспорта в натуральном выражении за первое полугодие в 2013 и 2014 гг., %..... **Ошибка! Закладка не определена.**

Диаграмма 12. Доли экспорта миксеров, блендеров и кухонных комбайнов из России в общем объеме экспорта в стоимостном выражении за первое полугодие в 2013 и 2014 гг., %..... **Ошибка! Закладка не определена.**

Диаграмма 13. Структура объема экспорта миксеров по марке из России в 2013 году в натуральном выражении, %..... **Ошибка! Закладка не определена.**

Диаграмма 14. Структура объема экспорта миксеров по марке из России в 2013 году в стоимостном выражении, %..... **Ошибка! Закладка не определена.**

Диаграмма 15. Структура объема экспорта блендеров по марке из России в 2013 году в натуральном выражении, %..... **Ошибка! Закладка не определена.**

Диаграмма 16. Структура объема экспорта блендеров по марке из России в 2013 году в стоимостном выражении, %..... **Ошибка! Закладка не определена.**

Диаграмма 17. Структура объема экспорта кухонных комбайнов по марке из России в 2013 году в натуральном выражении, %..... **Ошибка! Закладка не определена.**

Диаграмма 18. Структура объема экспорта кухонных комбайнов по марке из России в 2013 году в стоимостном выражении, %..... **Ошибка! Закладка не определена.**

Глава 1. Технологические характеристики исследования

Цель исследования

Охарактеризовать текущее состояние и перспективы развития рынка миксеров, блендеров и кухонных комбайнов в России.

Задачи исследования

1. Определить объем рынка миксеров, блендеров и кухонных комбайнов в России в 2013-1п 2014гг, в том числе по торговым маркам.
2. Определить объем импорта в Россию и экспорта из России миксеров, блендеров и кухонных комбайнов в 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 миксеров, блендеров и кухонных комбайнов в России.

Метод сбора и анализа данных

Мониторинг документов.

В общем виде целью кабинетного исследования является проанализировать ситуацию на рынке миксеров, блендеров и кухонных комбайнов и получить (рассчитать) показатели, характеризующие его состояние в настоящее время и в будущем.

Метод анализа данных

1. Базы данных Федеральной Таможенной службы РФ, ФТС РФ (Росстат).
2. Материалы DataMonitor, EuroMonitor, Eurostat.
3. Печатные и электронные деловые и специализированные издания, аналитические обзоры.
4. Ресурсы сети Интернет в России и мире.
5. Экспертные опросы.
6. Материалы участников отечественного и мирового рынков.
7. Результаты исследований маркетинговых и консалтинговых агентств.
8. Материалы отраслевых учреждений и базы данных.

9. Материалы базы данных статистики ООН (United Nations Statistics Division: Commodity Trade Statistics, Industrial Commodity Statistics, Food and Agriculture Organization и др.).
10. Материалы Международного Валютного Фонда (International Monetary Fund).
11. Материалы Всемирного банка (World Bank).
12. Материалы ВТО (World Trade Organization).
13. Материалы Организации экономического сотрудничества и развития (Organization for Economic Cooperation and Development).
14. Материалы International Trade Centre.
15. Материалы Index Mundi.
16. Результаты исследований DISCOVERY Research Group.

Объем и структура выборки

Процедура контент-анализа документов не предполагает расчета объема выборочной совокупности. Обработке и анализу подлежат все доступные исследователю документы.

Глава 2. Объем рынка миксеров, блендеров и кухонных комбайнов в России в 2013 – 1п 2014 гг.

Объем рынка миксеров, блендеров и кухонных комбайнов

Расчеты DISCOVERY Research Group, сделанные по формуле видимого потребления:

Объем продаж = Объем производства + Объем импорта - Объем экспорта

показывают, что объем рынка миксеров, блендеров и кухонных комбайнов в России составил в 2013 г. ...млн. шт. в натуральном выражении и ... млн. долл. в стоимостном. За первое полугодие 2014 г. объем рынка составил... млн. шт. или ... млн. долл.

Таблица 1. Объем рынка миксеров, блендеров и кухонных комбайнов 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 миксеров, блендеров и кухонных комбайнов в России в 2013 – 1п 2014 гг., \$ тыс.

Год	Импорт	Экспорт	Рынок
2013			
1п 2014			

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФТС РФ

По торговым маркам

Лидером на российском рынке миксеров, блендеров и кухонных комбайнов 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 миксеров, блендеров и кухонных комбайнов.

Таблица 3. Объем импорта, экспорта и рынка миксеров, блендеров и кухонных комбайнов 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				
ИТОГО				

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФТС РФ

Лидером на российском рынке миксеров, блендеров и кухонных комбайнов 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 миксеров, блендеров и кухонных комбайнов.

Таблица 4. Объем импорта, экспорта и рынка миксеров, блендеров и кухонных комбайнов 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				
ИТОГО				

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФТС РФ

Лидером на российском рынке миксеров, блендеров и кухонных комбайнов в стоимостном выражении в 1п 2014 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 миксеров, блендеров и кухонных комбайнов.

...

...

Глава 3. Импорт миксеров, блендеров и кухонных комбайнов в Россию и их экспорт из России в 2012-1п 2014 гг.

Импорт по товарным группам

В натуральном выражении совокупный объем импорта миксеров, блендеров и кухонных комбайнов в Россию в 2013 г. составил около ... млн.единиц. В стоимостном выражении совокупный объем импорта миксеров, блендеров и кухонных комбайнов в Россию в 2013 г. составил ... млн.долл.

Таблица 5. Объем импорта миксеров, блендеров и кухонных комбайнов по товарным категориям в Россию в 2013 г., шт. и \$ тыс.

Товарная категория	шт.	\$ тыс.
Блендеры		
Кухонные комбайны		
Миксеры		
ИТОГО		

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФТС РФ

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

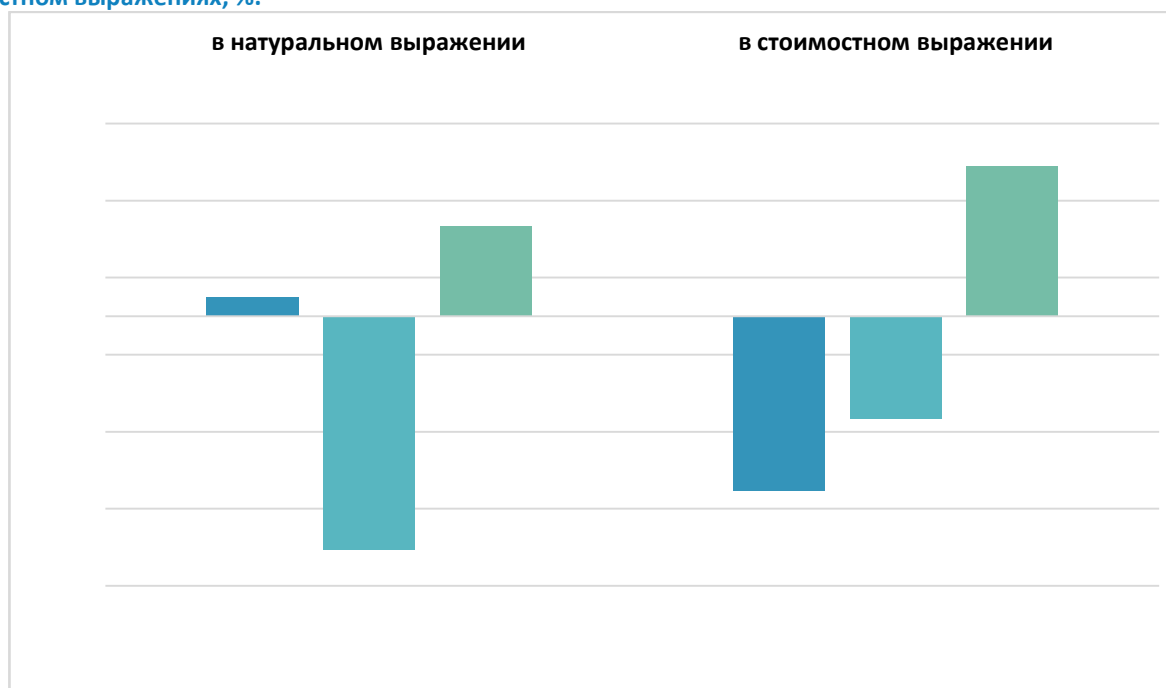
Таблица 6. Объем импорта миксеров, блендеров и кухонных комбайнов за первое полугодие в 2013 и 2014 гг. в натуральном и стоимостном выражении, а также темп прироста за аналогичный период, шт., \$ тыс. и %

Товарная категория	1п 2013		1п 2014		Темпы прироста 2014/2013	
	шт.	\$ тыс.	шт.	\$ тыс.	в шт.	в \$ тыс.
Блендеры						
Кухонные комбайны						
Миксеры						
ИТОГО						

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФТС РФ

Объем импорта миксеров в первом полугодии 2014г. по сравнению с аналогичными периодом предыдущего года вырос на ... % в натуральном выражении и на ... % - в стоимостном. Объем импорта блендеров вырос на ... % в натуральном выражении, однако сократился на ... % в стоимостном. Объем импорта кухонных комбайнов сократился в обоих выражениях.

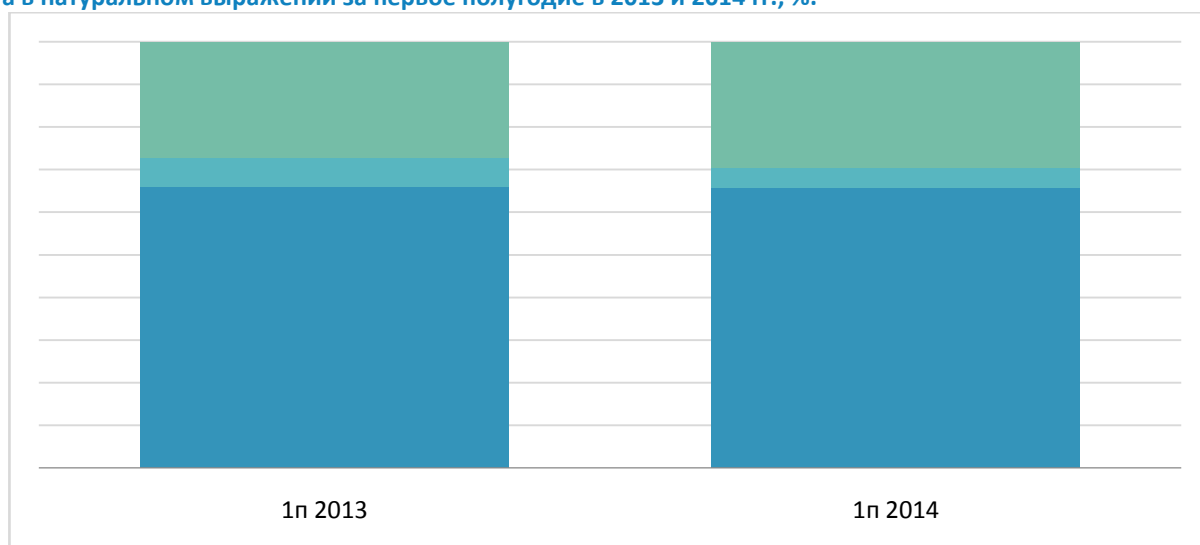
Диаграмма 1. Темпы прироста объема импорта миксеров, блендеров и кухонных комбайнов по товарным группам за первое полугодие 2014 г. по сравнению с аналогичным периодом 2013 г. в натуральном и стоимостном выражениях, %.



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФТС РФ

Стоит отметить, что в общем объеме импорта миксеров, блендеров и кухонных комбайнов в натуральном выражении в первом полугодии 2013 г. ... % приходилось на импорт миксеров, однако эта доля в первом полугодии 2014 г. выросла до ... %. Доля кухонных комбайнов в общем объеме импорта, наоборот, сократилась на ... п.п. и составила ... %, а доля блендеров осталась на прежнем уровне в ... %.

Диаграмма 2. Доли импорта миксеров, блендеров и кухонных комбайнов в Россию в общем объеме импорта в натуральном выражении за первое полугодие в 2013 и 2014 гг., %.



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФТС РФ

...

...

...

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

