



## Аналитический отчет DISCOVERY RESEARCH GROUP Рынок видеорегистраторов 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 .....	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
Источники получения информации .....	12
Объем и структура выборки.....	12
Глава 2. Классификация и основные характеристики видеорегистраторов .....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
Глава 3. Объем и темпы роста рынка видеорегистраторов в России.....	13
Глава 4. Импорт видеорегистраторов в Россию и экспорт видеорегистраторов из России.....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
Импорт по торговым маркам.....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
Импорт по странам происхождения .....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
Экспорт по торговым маркам .....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
Экспорт по странам-получателям.....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
Глава 5. Основные события, тенденции и перспективы развития рынка видеорегистраторов в России.....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
Глава 6. Финансово-хозяйственная деятельность и планы развития ключевых игроков рынка видеорегистраторов в России	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
Supra .....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
Prestigio .....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
Smartec .....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>



## Список таблиц и диаграмм

Отчет содержит 5 таблиц и 11 диаграмм.

### Таблицы:

Таблица 1. Объем рынка видеорегистраторов в России в 2012 – I пол. 2015 гг., шт. и тыс. долл. ....	13
Таблица 2. Импорт видеорегистраторов в Россию по торговым маркам в 2012 – I пол. 2015 гг., шт. и тыс. долл. ....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
Таблица 3. Импорт видеорегистраторов в Россию по странам происхождения в 2012 – I пол. 2015 гг., шт. и тыс. долл. ....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
Таблица 4. Экспорт видеорегистраторов из России по торговым маркам в 2012 – I пол. 2015 гг., шт. и тыс. долл. ....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
Таблица 5. Экспорт видеорегистраторов из России по странам-получателям в 2012 – I пол. 2015 гг., шт. и тыс. долл. ....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>

### Диаграммы:

Диаграмма 1. Объем рынка видеорегистраторов в России в 2012 – I пол. 2015 гг., шт. и тыс. долл. ....	14
Диаграмма 2. Структура рынка видеорегистраторов по назначению (автомобильные и домашние) в 2012 – I пол. 2015 гг. в натуральном выражении, шт. ....	15
Диаграмма 3. Структура рынка видеорегистраторов по назначению (автомобильные и домашние) в 2012 – I пол. 2015 гг. в стоимостном выражении, тыс. долл. ....	16
Диаграмма 4. Импорт видеорегистраторов в Россию по торговым маркам в I пол. 2015 г. в натуральном выражении, шт. ....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
Диаграмма 5. Импорт видеорегистраторов в Россию по торговым маркам в I пол. 2015 г. в стоимостном выражении, тыс. долл. ....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
Диаграмма 6. Импорт видеорегистраторов в Россию по странам происхождения в I пол. 2015 г. в натуральном выражении, шт. ....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
Диаграмма 7. Импорт видеорегистраторов в Россию по странам происхождения в I пол. 2015 г. в стоимостном выражении, тыс. долл. ....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
Диаграмма 8. Экспорт видеорегистраторов из России по торговым маркам в I пол. 2015 г. в натуральном выражении, шт. ....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
Диаграмма 9. Экспорт видеорегистраторов из России по торговым маркам в I пол. 2015 г. в стоимостном выражении, тыс. долл. ....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
Диаграмма 10. Экспорт видеорегистраторов из России по странам назначения в I пол. 2015 г. в натуральном выражении, шт. ....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
Диаграмма 11. Экспорт видеорегистраторов из России по странам назначения в I пол. 2015 г. в стоимостном выражении, тыс. долл. ....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>

## Резюме

В октябре 2015 года маркетинговое агентство DISCOVERY Research Group завершило исследование российского рынка видеорегистраторов.

Объем рынка видеорегистраторов рассчитывался исходя из учетов импортно-экспортных поставок в 2012 – I пол. 2015 гг. В официальных источниках данные об объемах производства отсутствуют, поэтому расчет объема рынка производился без учета производства видеорегистраторов.

Импорт видеорегистраторов в 2014 году составил 1 737 тыс. шт. или 32 430 тыс. долл. В I пол. 2015 года объем импорта составил 637 тыс. шт. или 14 474 тыс. долл.

Следует отметить, что рынок видеорегистраторов в 2014 году значительно снизился: это произошло в результате резкого и значительного повышения курса рубля к доллару, что заставило многих поставщиков продукции снизить объемы импортируемых видеорегистраторов, в том числе поставки из Китая.

Основную долю рынка видеорегистраторов занимают автомобильные устройства.

Наибольший объем импорта видеорегистраторов поставлялся в Россию из Китая: в I пол. 2015 года китайские устройства составили 80% в тыс. шт. или 73% в тыс. долл.

Для производителей и поставщиков ситуацию на рынке видеорегистраторов однозначно трактовать нельзя: какие-то компании полностью зависят от импортных поставок, а потому вынуждены сворачивать объемы продаж или вовсе уходить с рынка, другие же компании видят в текущей рыночной ситуации благоприятную обстановку для своего развития, поскольку можно занять долю покинувших рынок игроков.

## Глава 1. Технологические характеристики исследования

### Цель исследования

Охарактеризовать текущее состояние и перспективы развития рынка видеорегистраторов в России.

### Задачи исследования

1. Определить объем, темпы роста и динамику развития российского рынка видеорегистраторов в 2012 – Iпол. 2015 гг.
2. Определить объем импорта в Россию и экспорта из России видеорегистраторов в 2012 – Iпол. 2015 гг.
3. Выделить и описать основные сегменты рынка видеорегистраторов в России.
4. Охарактеризовать структуру потребления видеорегистраторов в России.
5. Охарактеризовать конкурентную ситуацию на рынке видеорегистраторов в России.
6. Определить ключевые тенденции и перспективы развития рынка видеорегистраторов в России в ближайшие несколько лет.
7. Описать финансово-хозяйственную деятельность участников рынка видеорегистраторов.

### Объект исследования

Рынок видеорегистраторов в России.

### Метод сбора и анализа данных

Мониторинг документов.

В общем виде целью кабинетного исследования является проанализировать ситуацию на рынке видеорегистраторов 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 3. Объем и темпы роста рынка видеорегистраторов в России

Объем рынка видеорегистраторов рассчитывался исходя из учетов импортно-экспортных поставок в 2012 – I пол. 2015 гг.

В официальных источниках данные об объемах производства отсутствуют, поэтому расчет объема рынка производился без учета производства видеорегистраторов.

В 2014 году объем рынка видеорегистраторов составил в натуральном выражении ... тыс. шт., что эквивалентно ... тыс. долл. В I пол. 2015 года объем рынка достиг показателя ... тыс. шт. устройств или ... тыс. долл.

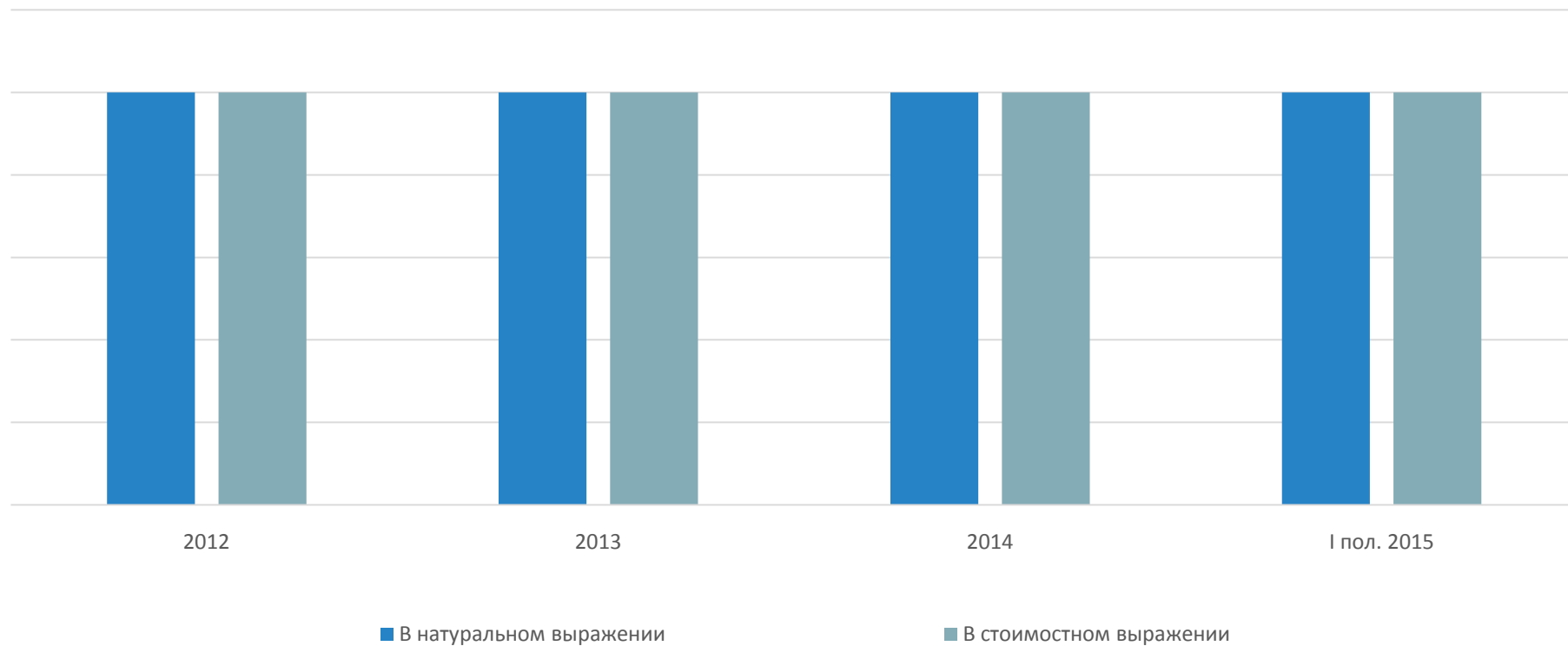
Следует отметить, что рынок видеорегистраторов в 2014 году ...: это произошло в результате ... .

Таблица 1. Объем рынка видеорегистраторов в России в 2012 – I пол. 2015 гг., шт. и тыс. долл.

Показатель	2012		2013		2014		I пол. 2015	
	Шт.	Тыс. долл.	Шт.	Тыс. долл.	Шт.	Тыс. долл.	Шт.	Тыс. долл.
Импорт	...	...	...	...	...	...	...	...
Экспорт	...	...	...	...	...	...	...	...
<b>Объем рынка</b>	...	...	...	...	...	...	...	...

Источник: по данным DISCOVERYResearchGroup

Диаграмма 1. Объем рынка видеорегистраторов в России в 2012 – I пол. 2015 гг., шт. и тыс. долл.

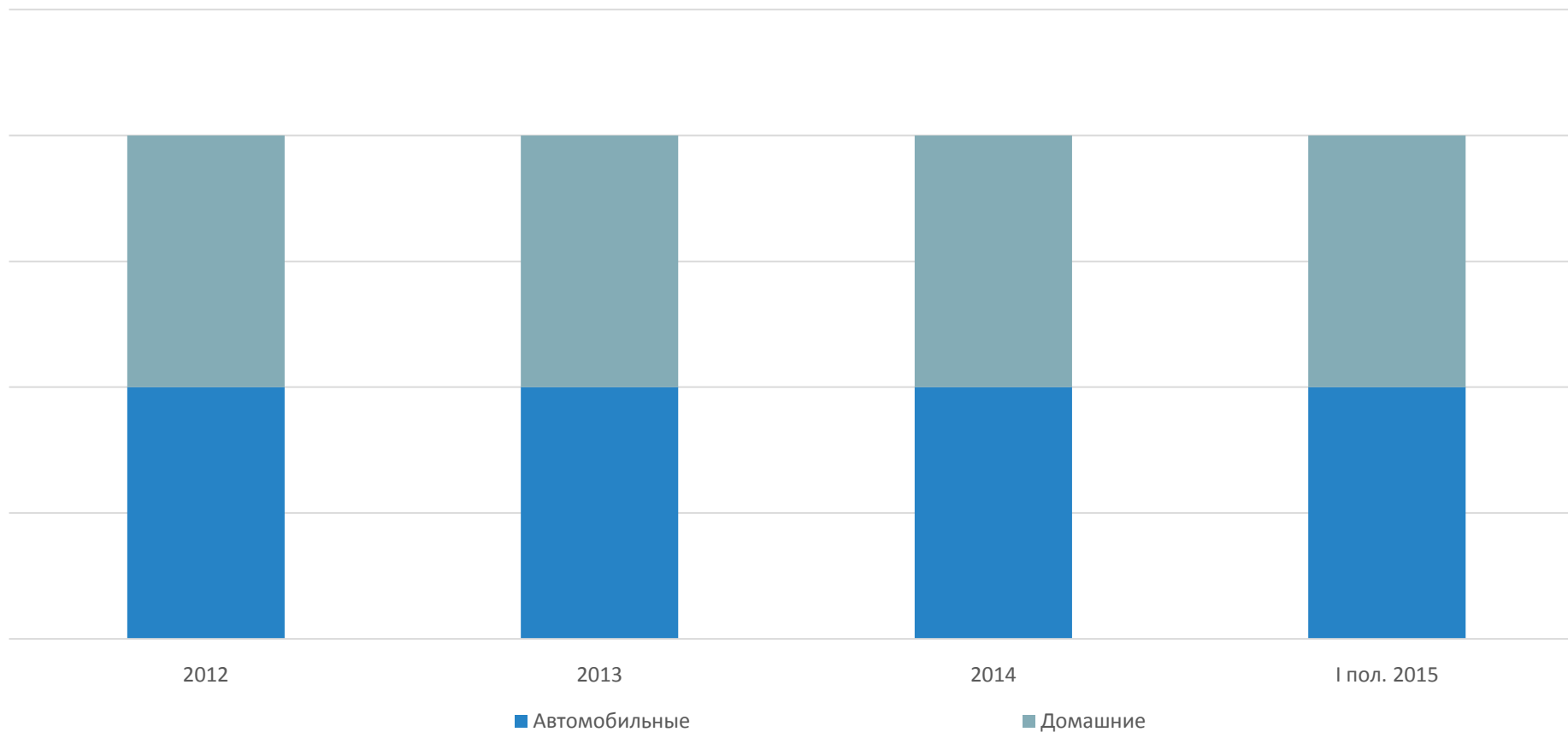


Источник: расчетыDISCOVERYResearchGroup

## Рынок видеорегистраторов в России

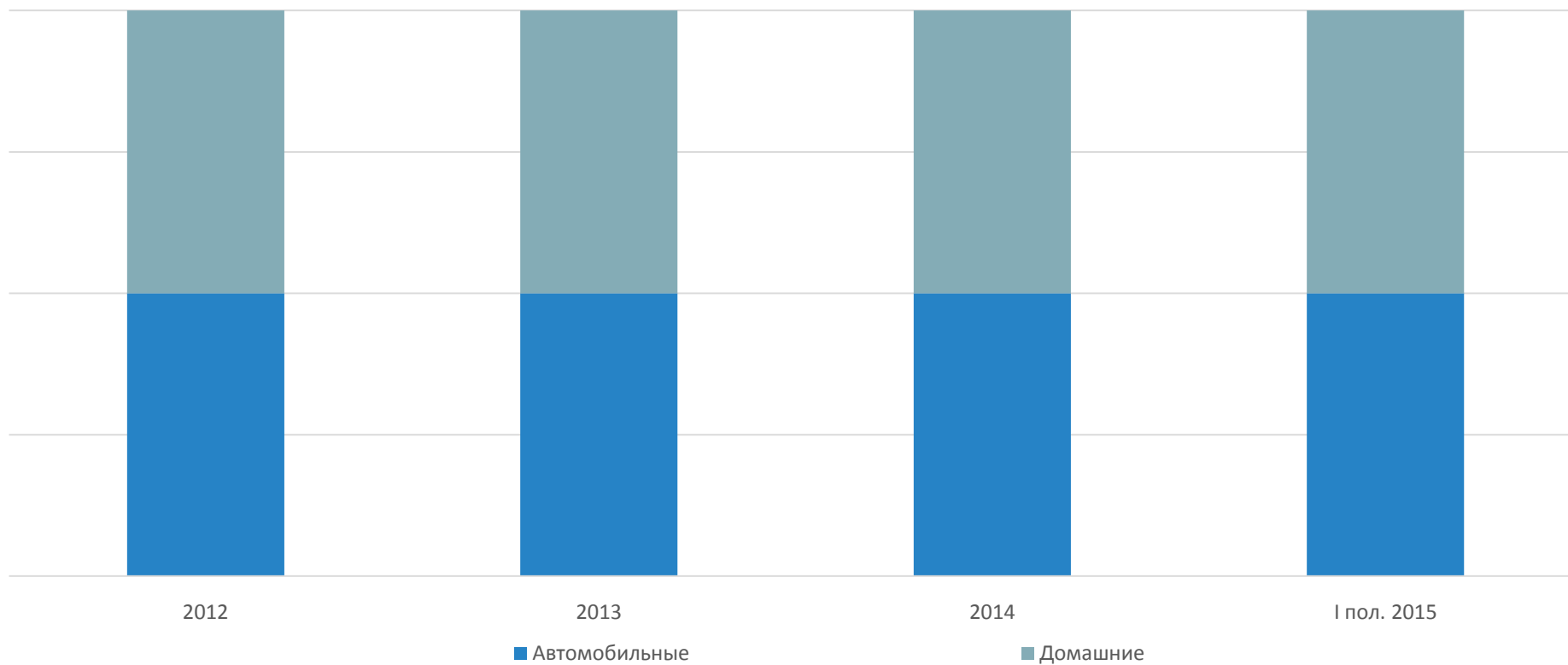
Основную долю рынка видеорегистраторов занимают ... – ... тыс. шт. в 2014 году. Домашние (для охраны помещений) видеорегистраторы составили в 2014 году ... тыс. шт.

Диаграмма2. Структура рынка видеорегистраторов по назначению (автомобильные и домашние) в 2012 – I пол. 2015 гг. в натуральном выражении, шт.



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group

Диаграмма 3. Структура рынка видеорегистраторов по назначению (автомобильные и домашние) в 2012 – I пол. 2015 гг. в стоимостном выражении, тыс. долл.



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group



Агентство маркетинговых исследований

DISCOVERY RESEARCH GROUP

125438, Москва, ул. Михалковская 63Б, стр. 2, этаж 2, подъезд 3

БЦ «Головинские пруды»

Тел. +7 (495) 601-91-49, (495) 968-13-14

Факс: +7 (495) 601-91-49

e-mail: [research@drgroup.ru](mailto:research@drgroup.ru)

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

### Схема проезда

