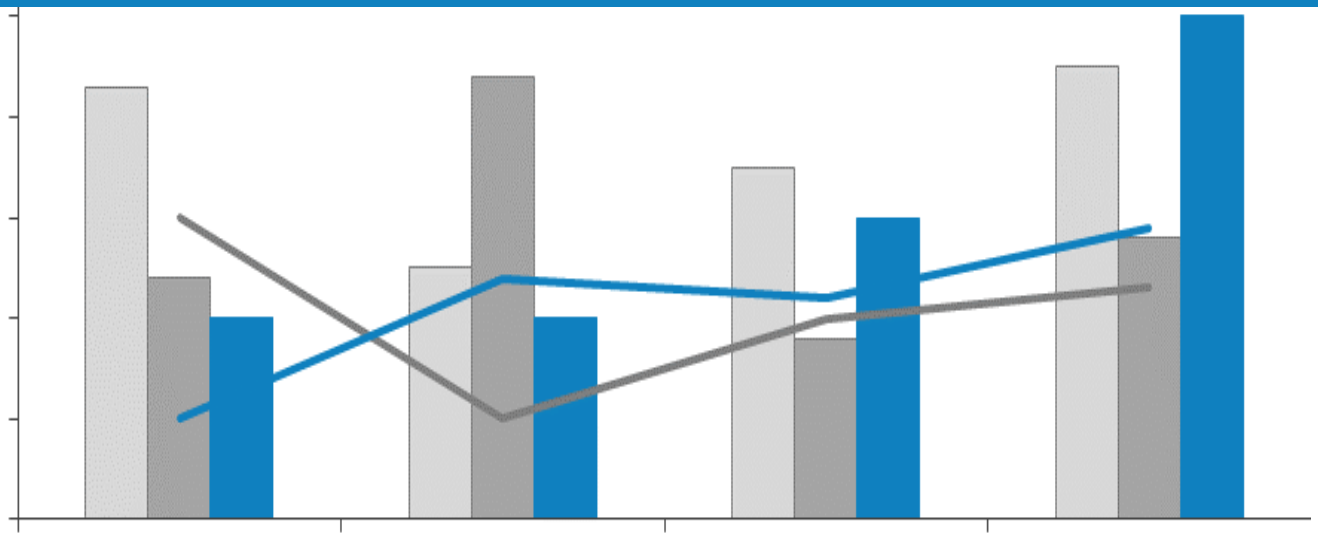
## Аналитический отчет

## DISCOVERY RESEARCH GROUP

# Рынок электрических бытовых ножеточек (точилок для ножей) 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 малопригодной 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 иключевых 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 анализируем 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. МатериалыибазыданныхстатистикиООН (United Nations Statistics Division: Commodity Trade Statistics, Industrial Commodity Statistics, Food and Agriculture Organization идр.).
11. Материалы Международного Валютного Фонда (InternationalMonetaryFund).
12. Материалы Всемирного банка (WorldBank).
13. МатериалыВТО (World Trade Organization).
14. Материалы Организации экономического сотрудничества и развития (OrganizationforEconomicCooperationandDevelopment).
15. Материалы InternationalTradeCentre.
16. Материалы IndexMundi.
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 ..... **Ошибка! Закладка не определена.**

Список таблиц и диаграмм ..... **Ошибка! Закладка не определена.**

Таблицы: ..... **Ошибка! Закладка не определена.**
Диаграммы: ..... **Ошибка! Закладка не определена.**

Резюме ..... **Ошибка! Закладка не определена.**

Глава 1. Технологические характеристики исследования**Ошибка! Закладка не определена.**

Цель исследования ..... **Ошибка! Закладка не определена.**
Задачи исследования..... **Ошибка! Закладка не определена.**
Объект исследования ..... **Ошибка! Закладка не определена.**
Метод сбора и анализа данных..... **Ошибка! Закладка не определена.**
Источники получения информации ..... **Ошибка! Закладка не определена.**
Объем и структура выборки..... **Ошибка! Закладка не определена.**

Глава 2. Классификация и основные характеристики электрических бытовых ножеточек ..... **Ошибка! Закладка не определена.**

Глава 3. Объем и темпы роста рынка электрических бытовых ножеточек в России ..... **Ошибка! Закладка не определена.**

Глава 4. Импорт электрических бытовых ножеточек в Россию и экспорт электрических бытовых ножеточек из России**Ошибка! Закладка не определена.**

Импорт в натуральном и стоимостном выражении ... **Ошибка! Закладка не определена.**
Импорт по торговым маркам..... **Ошибка! Закладка не определена.**
Импорт по странам происхождения ..... **Ошибка! Закладка не определена.**
Экспорт в натуральном и стоимостном выражении... **Ошибка! Закладка не определена.**
Экспорт по торговым маркам ..... **Ошибка! Закладка не определена.**
Экспорт по странам получателям ..... **Ошибка! Закладка не определена.**

Глава 5. Финансово-хозяйственная деятельность и планы развития ключевых игроков рынка электрических бытовых ножеточек в России ..... **Ошибка! Закладка не определена.**

*SMILE*..... ***Ошибка! Закладка не определена.***

*ROLSEN*..... ***Ошибка! Закладка не определена.***

*TAIDEA*..... ***Ошибка! Закладка не определена.***

## Список таблиц и диаграмм

Отчет содержит 13таблиц и 3 диаграммы

**Таблицы:**

Таблица 1. Объем российского рынка электрических бытовых ножеточек в натуральном выражении, 2011 – I пол. 2014 гг., шт. ..... **Ошибка! Закладка не определена.**

Таблица 2. Объем российского рынка электрических бытовых ножеточек в стоимостном выражении, 2011 – I пол. 2014 гг., тыс. долл. **Ошибка! Закладка не определена.**

Таблица 3. Объем импорта электрических бытовых ножеточек в Россию в натуральном выражении, 2011 – I пол. 2014 гг., шт. ..... **Ошибка! Закладка не определена.**

Таблица 4. Объем импорта электрических бытовых ножеточек в Россию в стоимостном выражении, 2011 – I пол. 2014 гг., тыс. долл. **Ошибка! Закладка не определена.**

Таблица 5. Импорт электрических бытовых ножеточек в Россию по торговым маркам в натуральном выражении, 2011 – I пол. 2014 гг., шт. **Ошибка! Закладка не определена.**

Таблица 6. Импорт электрических бытовых ножеточек в Россию по торговым маркам в стоимостном выражении, 2011 – I пол. 2014 гг., тыс. долл. **Ошибка! Закладка не определена.**

Таблица 7. Импорт электрических бытовых ножеточек в Россию по странам происхождения в натуральном выражении, 2011 – I пол. 2014 гг., шт. **Ошибка! Закладка не определена.**

Таблица 8. Импорт электрических бытовых ножеточек в Россию по странам происхождения в стоимостном выражении, 2011 – I пол. 2014 гг., тыс. долл. ..... **Ошибка! Закладка не определена.**

Диаграмма 6. Импорт электрических бытовых ножеточек в Россию по странам происхождения в стоимостном выражении, I пол. 2014 гг., тыс. долл. **Ошибка! Закладка не определена.**

Таблица 9. Объем российского рынка электрических бытовых ножеточек в натуральном и стоимостном выражении, 2011 – I пол. 2014 гг., шт. и тыс. долл. .... **Ошибка! Закладка не определена.**

Таблица 10. Экспорт электрических бытовых ножеточек из России по торговым маркам в натуральном выражении, 2011 – I пол. 2014 гг., шт. **Ошибка! Закладка не определена.**

Таблица 11. Экспорт электрических бытовых ножеточек из России по торговым маркам в стоимостном выражении, 2011 – I пол. 2014 гг., долл. **Ошибка! Закладка не определена.**

Таблица 12. Экспорт электрических бытовых ножеточек из России по странам получателям в натуральном выражении, 2011 – I пол. 2014 гг., шт. **Ошибка! Закладка не определена.**

Таблица 13. Экспорт электрических бытовых ножеточек из России по странам получателям в стоимостном выражении, 2011 – I пол. 2014 гг., долл.**Ошибка! Закладка не определена.**

**Диаграммы:**

Диаграмма 1. Объем российского рынка электрических бытовых ножеточек в натуральном выражении, 2011 – I пол. 2014 гг., шт. .....**Ошибка! Закладка не определена.**
Диаграмма 2. Объем российского рынка электрических бытовых ножеточек в стоимостном выражении, 2011 – I пол. 2014 гг., тыс. долл.**Ошибка! Закладка не определена.**
Диаграмма 3. Импорт электрических бытовых ножеточек в Россию по торговым маркам в стоимостном выражении, I пол. 2014 гг., тыс. долл.**Ошибка! Закладка не определена.**

## Резюме

В апреле 2015 года маркетинговое агентство DISCOVERY Research Group завершило исследование российского рынка электрических бытовых ножеточек (точилок для ножей).

…

…

…

# Глава 1. Технологические характеристики исследования

## Цель исследования

Охарактеризовать текущее состояние и перспективы развития рынка электрических бытовых ножеточек (точилок для ножей) в России.

## Задачи исследования

1. Определить объем, темпы роста и динамику развития российского рынка электрических бытовых ножеточек (точилок для ножей) в 2011–Iпол. 2014 гг.
2. Определить объем импорта в Россию и экспорта из России электрических бытовых ножеточек (точилок для ножей) в 2011 – Iпол. 2014 гг.
3. Охарактеризовать конкурентную ситуацию на рынке электрических бытовых ножеточек (точилок для ножей) в России.
4. Описать финансово-хозяйственную деятельность участников рынкаэлектрических бытовых ножеточек (точилок для ножей).

## Объект исследования

Рынок электрических бытовых ножеточек (точилок для ножей) в России.

## Метод сбора и анализа данных

Мониторинг документов.

В общем виде целью кабинетного исследования является проанализировать ситуацию на рынке электрических бытовых ножеточек (точилок для ножей) 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. МатериалыибазыданныхстатистикиООН (United Nations Statistics Division: Commodity Trade Statistics, Industrial Commodity Statistics, Food and Agriculture Organization идр.).
10. Материалы Международного Валютного Фонда (InternationalMonetaryFund).
11. Материалы Всемирного банка (WorldBank).
12. МатериалыВТО (World Trade Organization).
13. Материалы Организации экономического сотрудничества и развития (OrganizationforEconomicCooperationandDevelopment).
14. Материалы InternationalTradeCentre.
15. Материалы IndexMundi.
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 электрических бытовых ножеточекв России

Объем рынка электрических бытовых ножеточек в 2013 году составил в натуральном выражении … тыс. шт., что в … показателя 2012 года.

**Таблица 1. Объем российского рынка электрических бытовых ножеточек в натуральном выражении, 2011 – I пол. 2014 гг., шт.**

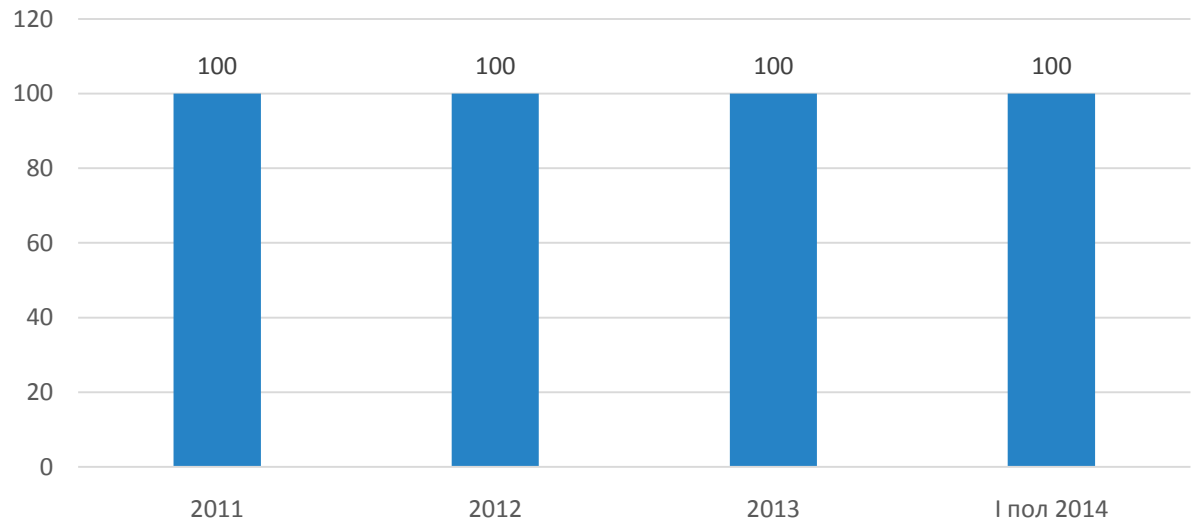
| Показатель | Год | | | |
|---|---|---|---|---|
| | 2011 | 2012 | 2013 | I пол. 2014 |
| Импорт | … | … | … | |
| Экспорт | … | …. | | |
| **Объем рынка** | **…** | | | |
| **% к предыдущему периоду** | **-** | **…** | **…** | **…*** |

** по отношению к I пол. 2013 года*

**Источник: по данным DISCOVERYResearchGroup**

В I пол. 2014 года объем рынка составил … тыс. шт., что на …% …, чем в I пол. 2013 года.

**Диаграмма 1. Объем российского рынка электрических бытовых ножеточек в натуральном выражении, 2011 – I пол. 2014 гг., шт.**




**Источник: расчетыDISCOVERYResearchGroup**

Объем рынка электрических бытовых ножеточек в 2013 году составил в стоимостном выражении … млн. долл., что в … показателя 2012 года.

**Таблица2. Объем российского рынка электрических бытовых ножеточек в стоимостном выражении, 2011 – I пол. 2014 гг., тыс. долл.**

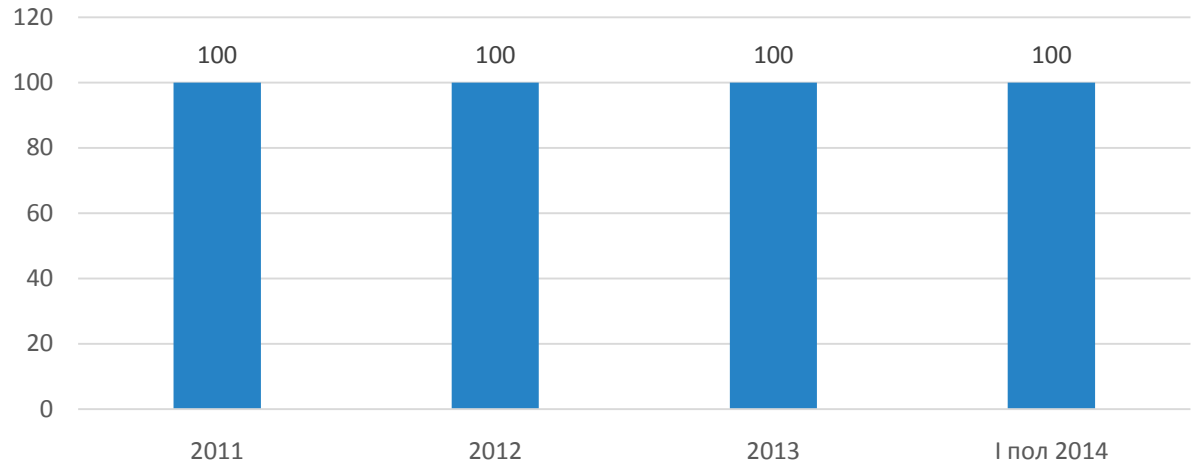
| Показатель | Год | | | |
|---|---|---|---|---|
| | 2011 | 2012 | 2013 | I пол. 2014 |
| Импорт | … | …. | … | |
| Экспорт | … | …. | | |
| **Объем рынка** | **…** | **…** | | |
| **% к предыдущему периоду** | **-** | **…** | **…** | **…*** |

** по отношению к I пол. 2013 года*

**Источник: по данным DISCOVERYResearchGroup**

В I пол. 2014 года объем рынка составил … млн. долл., что на …% … чем в I пол. 2013 года.

**Диаграмма 2. Объем российского рынка электрических бытовых ножеточек в стоимостном выражении, 2011 – I пол. 2014 гг., тыс. долл.**




**Источник: расчетыDISCOVERYResearchGroup**

**Агентство маркетинговых исследований**

**DISCOVERYRESEARCHGROUP**

**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