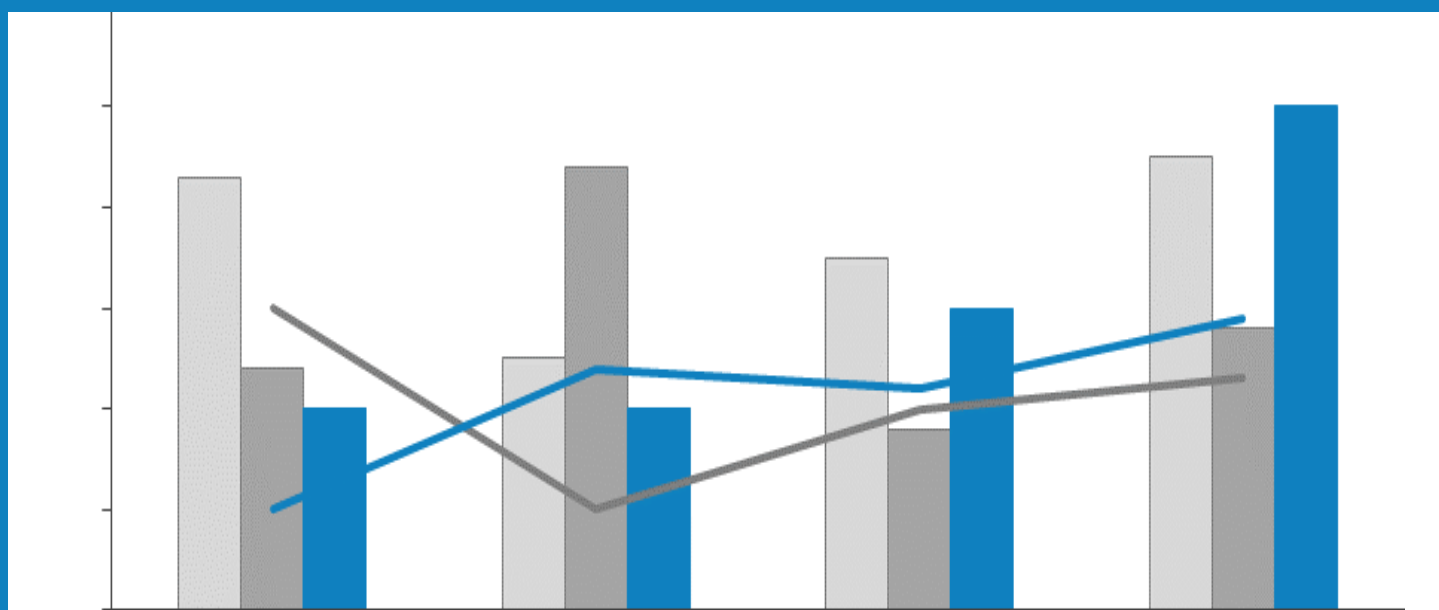




Аналитический отчет

DISCOVERY RESEARCH GROUP

Анализ рынка специализированных сервисных центров по ремонту смартфонов 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 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 и базы 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 **DISCOVERY Research 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 Ad hoc 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 РБК, Профиль 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. Методология исследования	11
Объект исследования	11
Цель исследования	11
Задачи исследования.....	11
Метод сбора и анализа данных.....	11
Источники получения информации	11
Объем и структура выборки.....	12
Глава 2. Основные выводы	13

Список таблиц и диаграмм

Отчет содержит 1 таблицу и 1 диаграмму.

Таблицы:

Таблица 1. Количество специализированных сервисных центров по ремонту смартфонов в России на сентябрь 2018 г., шт.	14
---	----

Диаграммы:

Диаграмма 1. Доли компаний на рынке специализированных сервисных центров по ремонту смартфонов в России на сентябрь 2018 г, % от количества точек.	15
---	----

Резюме

Согласно расчетам аналитиков DISCOVERY Research Group, лидерами по доле действующих сервисных центров среди сетей сервисных центров по ремонту смартфонов в России являются 3 сети:

- Pedant – 38% рынка среди рассмотренных компаний
- Про-Сервис – 12%
- Сервис-КМ– 11%

Глава 1. Методология исследования

Объект исследования

Рынок специализированных сервисных центров по ремонту смартфонов в России

Цель исследования

Проанализировать количество сервисных центров по ремонту смартфонов в России среди основных конкурентов

Задачи исследования

1. Определить основных конкурентов
2. Проанализировать количество сервисных центров по ремонту смартфонов в России среди основных конкурентов

Метод сбора и анализа данных

Основным методом сбора данных является мониторинг документов.

В качестве основных методов анализа данных выступают так называемые (1) Традиционный (качественный) контент-анализ интервью и документов и (2) Квантитативный (количественный) анализ с применением пакетов программ, к которым имеет доступ наше агентство.

Контент-анализ выполняется в рамках проведения Desk Research (кабинетное исследование). В общем виде целью кабинетного исследования является проанализировать ситуацию на рынке сетей сервисных центров по ремонту смартфонов в России и получить (рассчитать) показатели, характеризующие его состояние в настоящее время и в будущем.

Источники получения информации

1. Печатные и электронные деловые и специализированные издания, аналитические обзоры.
2. Ресурсы сети Интернет в России и мире.
3. Экспертные опросы.
4. Материалы участников отечественного и мирового рынков.
5. Результаты исследований маркетинговых и консалтинговых агентств.
6. Материалы отраслевых учреждений и базы данных.

Объем и структура выборки

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

Глава 2. Основные выводы

По данным на сентябрь 2018 г. на рынке сервисных центров по ремонту смартфонов в России присутствует 15 сетей.

Наиболее крупными по количеству сервисных центров являются 3 сети – Pedant, Про-Сервис и Сервис-КМ.

Сеть Pedant является единственной специализированной сетью по ремонту смартфонов и имеет 144 сервисных центра в 90 городах России.

Компания Про-Сервис предоставляет услуги по ремонту цифровой техники и электроники (сотовых телефонов и смартфонов, ноутбуков и нетбуков, коммуникаторов, телевизоров, фотоаппаратов). Также предлагают клиентам консультации по вопросам настройки мобильного интернета, установки программ и приложений, удаление мобильных вирусов. Сервисные центры сети Про-Сервис расположены в 43 городах России и насчитывают 203 центра, 46 из которых непосредственно осуществляют ремонт, остальные 157 являются точками приема техники (в торговых точках Евросеть).

Сеть Сервис-КМ имеет 48 сервисных центров в России и оказывает услуги по гарантийному и платному ремонту цифровой и офисной техники – смартфоны, планшеты, компьютеры, ноутбуки, копировальные аппараты, фото- и видеокамеры и пр.

Среди сетей сервисных центров по ремонту смартфонов также можно выделить Remobi и Mobi03.

Сеть сервис центров Remobi насчитывает 29 сервисов в 6 городах России и занимается ремонтом смартфонов, планшетов, ноутбуков, компьютеров, фотоаппаратов и др. цифровой техники.

Сеть сервисов по ремонту смартфонов Mobi03 специализируется на ремонте ноутбуков, планшетов, мобильных телефонов, фотоаппаратов и другой цифровой и мобильной техники. Сеть насчитывает 23 сервисных центра в 7 городах России.

По количеству приемных пунктов следует отметить сервис по ремонту цифровой техники и смартфонов Чини Таун. Данная компания насчитывает 300 точек приема техники в 274 населенных пунктах России, при этом имеет всего 1 сервисный центр в Москве, в котором осуществляется ремонт цифровой техники.

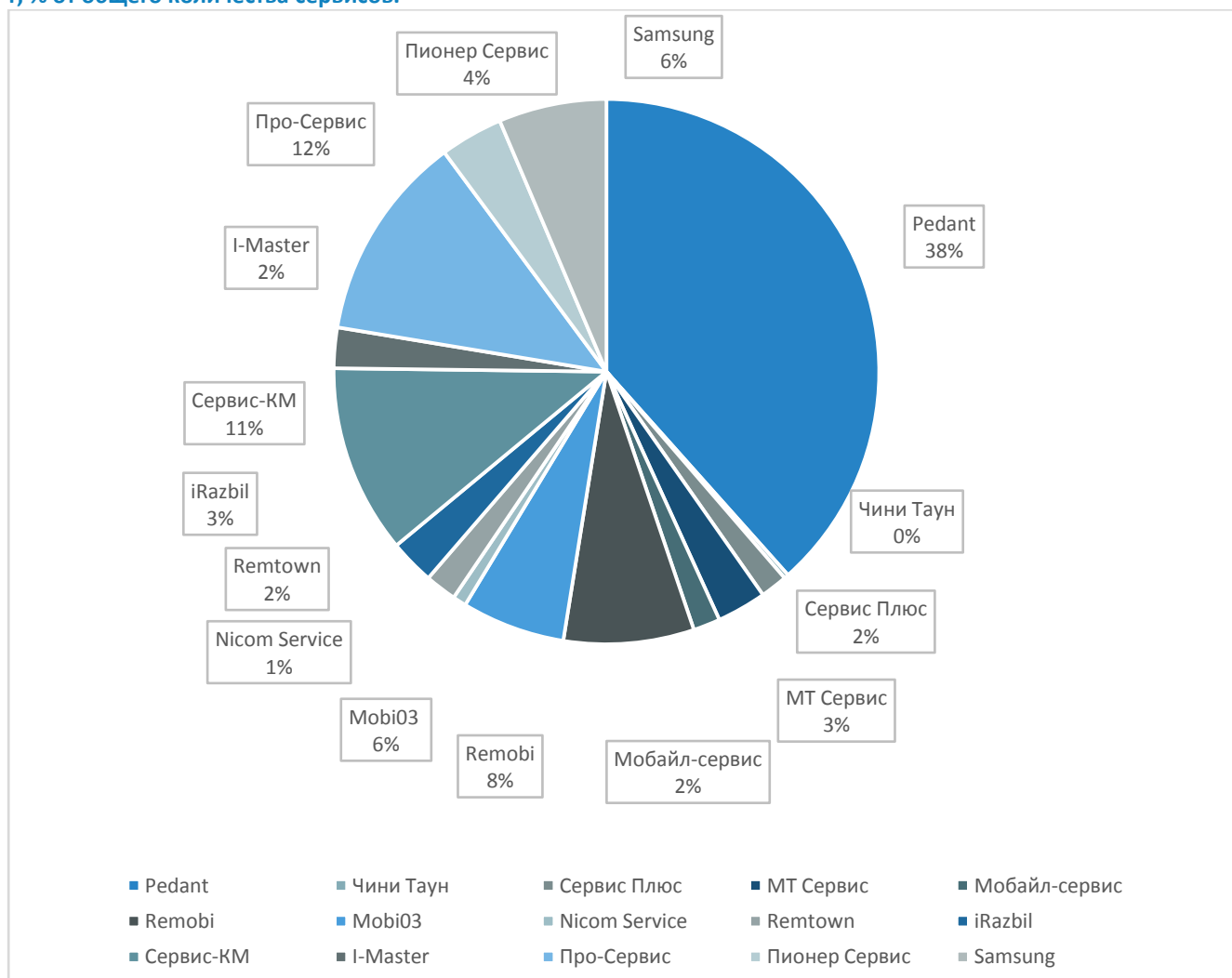
Также хотели бы отметить, что в ходе сбора информации о данном рынке было обнаружено, что магазин цифровой и бытовой техники ДНС оказывает услуги по приему различных видов техники в ремонт (в том числе, и смартфонов). Всего техника принимается на ремонт в 245 магазинах. Однако это направление деятельности не является для компании основным, а сам ДНС относится к «предприятиям розничной торговли с комбинированным или смешанным ассортиментом товаров» (согласно определению ГОСТ Р 51773-2001: Розничная торговля. Классификация предприятий), не являясь специализированным сервисным центром по ремонту смартфонов.

Таблица 1. Количество сервисных центров по ремонту смартфонов в России на сентябрь 2018 г., шт.

Сеть	Населенные пункты	Пункты приема	Сервисные центры	Итого
I-Master	1		9	9
iRazbil	8		10	10
Mobi03	7		23	23
Nicom Service	1	14	3	17
Pedant	90		144	144
Remobi	6		29	29
Remtown	1		7	7
Samsung	22		24	24
Мобайл-сервис	1		6	6
MT Сервис	6		11	14
Пионер Сервис	7		14	14
Про-Сервис	43	157	46	203
Сервис Плюс	1		6	6
Сервис-КМ	47	6	42	48
Чини Таун	274	300	1	301

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group

Диаграмма 1. Доли компаний на рынке сервисных центров по ремонту смартфонов в России на сентябрь 2018 г, % от общего количества сервисов.



Агентство маркетинговых исследований

DISCOVERY RESEARCH GROUP

125438, Москва, ул. Михалковская 63Б, стр. 4, этаж 4

БЦ «Головинские пруды»

Тел. +7 (499) 394-53-60, (495) 968-13-14

e-mail: research@drgroup.ru

www.drgroup.ru

Схема проезда

