

# РОССИЙСКИЙ РЫНОК БЫТОВОЙ ТЕХНИКИ И ЭЛЕКТРОНИКИ

**ДЕМОНСТРАЦИОННАЯ ВЕРСИЯ**

Данное исследование подготовлено MA Step by Step исключительно в информационных целях. Информация, представленная в исследовании, получена из открытых источников или собрана с помощью маркетинговых инструментов. MA Step by Step не дает гарантии точности и полноты информации для любых целей. Информация, содержащаяся в исследовании, не должна быть прямо или косвенно истолкована покупателем, как рекомендательная к вложению инвестиций. MA Step by Step не несет ответственности за убытки или ущерб, причиненный вследствие использования информации исследования третьими лицами, а так же за последствия, вызванные неполнотой представленной информации. Данные материалы не могут распространяться без разрешения MA Step by Step.

**Дата выпуска отчета:  
Сентябрь 2010 г.**

**г. Москва**

**STEP BY STEP**



<b>Содержание</b>	
<b>Аннотация.....</b>	<b>4</b>
<b>Полное содержание исследования.....</b>	<b>5</b>
<i>Список диаграмм.....</i>	<i>7</i>
<i>Список таблиц.....</i>	<i>8</i>
<i>Список схем.....</i>	<i>8</i>
<b>Выдержки из исследования.....</b>	<b>9</b>
<b>Описание влияющих Рынков.....</b>	<b>10</b>
<i>Рынок торговой недвижимости.....</i>	<i>10</i>
<b>Сегментация рынка.....</b>	<b>11</b>
<i>Определение продукции.....</i>	<i>11</i>
<i>Сегментация рынка по основным видам продукции.....</i>	<i>11</i>
Крупная бытовая техника.....	11
<b>Основные количественные характеристики Рынка.....</b>	<b>14</b>
<i>Объем и емкость Рынка.....</i>	<i>14</i>
Объем Рынка в натуральном выражении.....	14
Объем Рынка в денежном выражении.....	14
<i>Темпы роста Рынка.....</i>	<i>15</i>
<b>Сбытовая структура Рынка.....</b>	<b>16</b>
<i>Цепочка движения товара.....</i>	<i>16</i>
<i>Краткое описание основных сегментов участников Рынка.....</i>	<i>16</i>
Производители Продукции.....	16
Розничный сектор.....	16
<i>Интернет-торговля.....</i>	<i>16</i>
<i>Основные принципы ценообразования.....</i>	<i>17</i>
<b>Конкурентный анализ.....</b>	<b>18</b>
Основные параметры конкуренции.....	18
<i>Основные производители. Описание профилей крупнейших компаний</i>	<i>18</i>

Сравнительная характеристика игроков рынка по основным параметрам .....	18
<i>Конкуренция между крупнейшими компаниями розничного сектора .....</i>	<i>18</i>
Сравнительная характеристика игроков рынка по основным параметрам .....	18
<b>Анализ потребителей.....</b>	<b>19</b>
<i>Описание потребителей.....</i>	<i>19</i>
<i>Потребительские предпочтения.....</i>	<i>19</i>
По видам продукции.....	19
По месту покупки .....	19
<i>Потребительские мотивации и поведение при покупке Продукции .....</i>	<i>19</i>
<b>Обобщающие выводы по отчету .....</b>	<b>20</b>
<i>STEP-анализ рынка .....</i>	<i>20</i>
<i>Факторы, влияющие на рынок.....</i>	<i>20</i>
<i>Анализ рисков.....</i>	<i>20</i>
<i>Влияние кризиса на рынок .....</i>	<i>21</i>
Докризисный период.....	21
Влияние кризиса .....	21
<i>Прогнозы развития рынка.....</i>	<i>21</i>
<b>Общие выводы по отчету .....</b>	<b>22</b>
<b>Список приложений .....</b>	<b>23</b>

## АННОТАЦИЯ

Цель исследования: **анализ текущей ситуации на рынке бытовой техники и электроники в России.**

Задачи исследования:

- Описание макроэкономической ситуации на Рынке
- Выделение основных сегментов Рынка
- Определение основных количественных характеристик Рынка
- Описание структуры Рынка
- Выявление основных игроков на Рынке
- Выявление основных факторов, влияющих на Рынок

**Кол-во страниц:** 127 стр.

**Язык отчета:** русский

**Отчет содержит:** 20 диаграмм, 14 таблиц, 1 схема

## ПОЛНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

1	<b>Содержание</b>		
2	<b>Введение</b>		<b>6</b>
3	<b>Методологическая часть</b>		<b>7</b>
	3.1	<i>Описание типа исследования</i>	7
	3.2	<i>Объект исследования</i>	7
	3.3	<i>Цели и задачи исследования</i>	7
	3.4	<i>География исследования</i>	7
	3.5	<i>Время проведения исследования</i>	7
	3.6	<i>Методы сбора данных</i>	7
4	<b>Макроэкономические факторы, влияющие на Рынок</b>		<b>9</b>
	4.1	<i>Общая экономическая ситуация</i>	9
		4.1.1 <i>Динамика валового внутреннего продукта</i>	9
		4.1.2 <i>Промышленное производство</i>	10
		4.1.3 <i>Уровень инфляции</i>	12
		4.1.4 <i>Уровень доходов населения</i>	12
		4.1.5 <i>Оборот розничной торговли</i>	13
5	<b>Описание влияющих Рынков</b>		<b>14</b>
	5.1	<i>Рынок торговой недвижимости</i>	14
6	<b>Сегментация рынка</b>		<b>18</b>
	6.1	<i>Определение продукции</i>	18
	6.2	<i>Сегментация рынка по основным видам продукции</i>	18
		6.2.1 <i>Крупная бытовая техника</i>	19
		6.2.2 <i>Встраиваемая бытовая техника</i>	20
		6.2.3 <i>Мелкая бытовая техника</i>	20
		6.2.4 <i>Бытовая техника для дома</i>	22
		6.2.5 <i>Климатическая техника</i>	23
		6.2.6 <i>Аудио-видео и фототехника</i>	24
		6.2.7 <i>Компьютерная техника</i>	25
		6.2.8 <i>Другая техника</i>	26
7	<b>Основные количественные характеристики Рынка</b>		<b>27</b>
	7.1	<i>Объем и емкость Рынка</i>	27
		7.1.1 <i>Объем Рынка в натуральном выражении</i>	27
		7.1.2 <i>Объем Рынка в денежном выражении</i>	27
	7.2	<i>Объемы российского производства</i>	29
	7.3	<i>Темпы роста Рынка</i>	31

	7.4	<i>Влияние сезонности на Рынок</i>		33
8	<b>Сбытовая структура Рынка</b>			<b>34</b>
	8.1	<i>Цепочка движения товара</i>		34
	8.2	<i>Краткое описание основных сегментов участников Рынка</i>		34
		8.2.1	Производители Продукции	34
		8.2.2	Розничный сектор	35
	8.3	<i>Интернет-торговля</i>		39
	8.4	<i>Основные принципы ценообразования</i>		39
9	<b>Конкурентный анализ</b>			<b>42</b>
	9.1	<i>Основные параметры конкуренции</i>		42
	9.2	<i>Основные производители. Описание профилей крупнейших компаний</i>		42
		9.2.1	Сравнительная характеристика игроков рынка по основным параметрам	46
	9.3	<i>Конкуренция между крупнейшими компаниями розничного сектора</i>		50
		9.3.1	Сравнительная характеристика игроков рынка по основным параметрам	52
10	<b>Анализ потребителей</b>			<b>55</b>
	10.1	<i>Описание потребителей</i>		55
	10.2	<i>Сегментация потребителей с описанием и количественной оценкой сегментов</i>		55
		10.2.1	B2C рынки	55
		10.2.2	B2B рынки	56
	10.3	<i>Потребительские предпочтения</i>		57
		10.3.1	По видам продукции	57
		10.3.2	По месту покупки	58
	10.4	<i>Потребительские мотивации и поведение при покупке Продукции</i>		60
11	<b>Обобщающие выводы по отчету</b>			<b>63</b>
	11.1	<i>STEP-анализ рынка</i>		63
	11.2	<i>Факторы, влияющие на рынок</i>		63
	11.3	<i>Анализ рисков</i>		63
	11.4	<i>Влияние кризиса на рынок</i>		64
		11.4.1	Докризисный период	64
		11.4.2	Влияние кризиса	65

	11.5	<i>Прогнозы развития рынка</i>	67
12		<b>Общие выводы по отчету</b>	<b>70</b>
13		<b>Список приложений</b>	<b>72</b>
	13.1	<i>Приложение 1. Ассортиментный ряд отдельных брендов</i>	72
	13.2	<i>Приложение 2. Закон "Об энергосбережении и о повышении энергетической эффективности"</i>	79
	13.3	<i>Приложение 3. Закон о защите прав потребителей</i>	114

### **СПИСОК ДИАГРАММ**

Диаграмма 1. Динамика изменения объема ВВП, 2004 – II кв. 2010 гг., млрд. руб.

Диаграмма 2. Динамика изменения индекса промышленного производства, 2008 - 2010 гг., % к соответствующему периоду предыдущего года

Диаграмма 3. Уровень инфляции 2003 – 2010 (прогноз) гг., %

Диаграмма 4. Доли сегментов различных видов продукции в стоимостном выражении, %

Диаграмма 5. Динамика объёмов рынка бытовой техники и электроники в РФ в 2008-2009 гг.

Диаграмма 6. Объемы производства крупной бытовой техники и телевизоров, млн. шт.

Диаграмма 7. Объемы производства мелкой бытовой техники, тыс. шт.

Диаграмма 8. Темпы роста отдельных товарных категорий в денежном выражении, 2009 г.

Диаграмма 9. Динамика продаж на рынке бытовой техники и электроники, 2009 г., %

Диаграмма 10. Доли игроков розничного сектора, 2009г., %

Диаграмма 11. Численность населения РФ, 2001-2009гг.

Диаграмма 12. Наиболее популярные виды техники, %

Диаграмма 13. Доля продаж БТЭ через интернет-магазины, %

Диаграмма 14. Доля продаж БТЭ по регионам через интернет-магазины, %

Диаграмма 15. Доля «М.Видео» по уровню лояльности в регионах, %

Диаграмма 16. Важность фактора ассортимент для регионов, %

Диаграмма 17. Преимущества покупки БТЭ в интернет-магазинах, %

Диаграмма 18. Факторы принятия решения о покупке, %

Диаграмма 19. Прогноз развития рынка бытовой техники, 2008-2012 гг., млрд. \$, %

Диаграмма 20. Прогноз развития рынка аудио-видео техники, 2008-2012 гг., млрд. \$, %

## СПИСОК ТАБЛИЦ

Таблица 1. Ассортиментный ряд крупной бытовой техники различных компаний

Таблица 2. Ассортиментный ряд мелкой техники различных компаний

Таблица 3. Ассортиментный ряд бытовой техники для дома различных компаний

Таблица 4. Ассортиментный ряд климатической техники различных компаний

Таблица 5. Ассортиментный ряд ТВ, аудио- видеотехники различных компаний

Таблица 6. Ассортиментный ряд фото и видеокамер различных компаний

Таблица 7. Динамика продаж бытовой техники в отдельных категориях товара, 2009г., млрд. руб.

Таблица 8. Средние цены по России на некоторую бытовую технику, за шт, на август 2007-2010гг., руб.

Таблица 9. Сравнительная характеристика игроков рынка по основным параметрам

Таблица 10. Финансовые показатели «М.Видео»

Таблица 11. Сравнительная характеристика розничных сетей по основным параметрам

Таблица 12. STEP анализ Рынка

Таблица 13. Возможные риски, связанные с Рынком

Таблица 14. Ассортиментный ряд отдельных брендов

## СПИСОК СХЕМ

Схема 1. Цепочка движения товара



---

## ВЫДЕРЖКИ ИЗ ИССЛЕДОВАНИЯ

## ОПИСАНИЕ ВЛИЯЮЩИХ РЫНКОВ

### РЫНОК ТОРГОВОЙ НЕДВИЖИМОСТИ

Рынок торговой недвижимости можно разделить на:

- Торговые центры
- Отдельно стоящие магазины
- Street-retail (торговые коридоры)

В 2009 году объем нового строительства в сегменте торговой недвижимости составил порядка ... кв.м. Суммарный объем рынка качественных торговых площадей в столице на конец 2009 года составил ... млн. кв.м.

...

## СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА

### ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПРОДУКЦИИ

**Бытовая техника** — техника, используемая в быту. Предназначается для облегчения домашних работ, для создания комфорта в повседневной жизни человека...

...

**Электроника** — электронные приборы и устройства, принцип действия которых основан на взаимодействии заряженных частиц с электромагнитными полями и используется для преобразования электромагнитной энергии (например, для передачи, обработки и хранения информации)...

...

### СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА ПО ОСНОВНЫМ ВИДАМ ПРОДУКЦИИ

По данным исследователей рынка наибольшую долю занимает сегмент

...

#### КРУПНАЯ БЫТОВАЯ ТЕХНИКА

Среди основных товаров крупной бытовой техники выделим:...

...

**Таблица 1. Ассортиментный ряд крупной бытовой техники различных компаний**

Марка	Холодильники	Стиральные /сушильные машины	Кухонные плиты	Посудомоечные машины	Вытяжки	Духовки

...

**Таблица 2. Ассортиментный ряд мелкой техники различных компаний**

Марки	СВЧ	Чайники, кофеварки	Миксеры/блендеры	Соковыжималки
-------	-----	--------------------	------------------	---------------

Марки	СВЧ	Чайники, кофеварки	Миксеры/блендеры	Соковыжималки

...  
**Таблица 3. Ассортиментный ряд бытовой техники для дома различных компаний**

Марки	Пылесосы	Стиральные машины	Утюги	Весы	Для укладки волос	Бритвы, триммеры	Эпиляторы

...  
**Таблица 4. Ассортиментный ряд климатической техники различных компаний**

Марки	Кондиционеры	Увлажнители воздуха	Вентиляторы	Воздухоочистители/ионизаторы	Обогреватели

...

**Таблица 5. Ассортиментный ряд ТВ, аудио- видеотехники различных компаний**

Название компании	Телевизоры	DVD-плееры/рекордеры	Музыкальные центры/караоке	MP3 плееры, диктофоны, радио	Видеопроекторы

...

**Таблица 6. Ассортиментный ряд фото и видеокамер различных компаний**

Марки	Фотоаппараты	Цифровые фотоальбомы, рамки	Фотостудии	Карты памяти

....

## ОСНОВНЫЕ КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РЫНКА

### ОБЪЕМ И ЕМКОСТЬ РЫНКА

#### ОБЪЕМ РЫНКА В НАТУРАЛЬНОМ ВЫРАЖЕНИИ

Объем рынка бытовой техники составляет около ...% от общего объема рынка бытовой техники и электроники, ...% приходится на фото-, аудио- и видеотехнику...

...

Рынок бытовых холодильников и морозильников в России начал динамично расти в начале десятилетия и достиг своего максимального объема - ... млн. шт. - в 2007 г. В 2008 г продажи холодильников и морозильников уменьшились примерно на ...% - до ... млн. шт. В 2009 году на рынке, по оценке ..., ожидался серьезный спад - до ...% от натурального объема продаж 2008 года...

...

#### ОБЪЕМ РЫНКА В ДЕНЕЖНОМ ВЫРАЖЕНИИ

Данные различных источников несколько отличаются. Рассмотрим все варианты...

...

**Таблица 7. Динамика продаж бытовой техники в отдельных категориях товара, 2009г., млрд. руб.**

	I кв. 2009	II кв. 2009	III кв. 2009	IV кв. 2009	Прирост, % (IV кв. 2008- 2009гг.)	2009 год	Прирост, % (I-IV кв. 2008- 2009 гг.)

...

## ТЕМПЫ РОСТА РЫНКА

Основными факторами роста оборота рынка бытовой техники в РФ в последние годы являлись увеличение благосостояния населения и благоприятная макроэкономическая ситуация...

...

## **СБЫТОВАЯ СТРУКТУРА РЫНКА**

### **ЦЕПОЧКА ДВИЖЕНИЯ ТОВАРА**

Цепочка движения товара представляет собой ряд компаний, фирм, занимающихся передачей прав собственности на него при продвижении данного товара от производителя к потребителю...

...

Для рынка БТЭ характерно наличие двух посредников - оптовых компаний и розничных магазинов, либо – одного – товар от производителя поступает в розничные магазины (возможны собственные розничные точки)...

...

#### **СХЕМА 1. ЦЕПОЧКА ДВИЖЕНИЯ ТОВАРА**

...

## **КРАТКОЕ ОПИСАНИЕ ОСНОВНЫХ СЕГМЕНТОВ УЧАСТНИКОВ РЫНКА**

### **Производители Продукции**

Лидерами среди производителей бытовой техники в России являются преимущественно иностранные компании из Южной Кореи, Японии, а также из европейских стран, появившиеся на российском рынке в начале 90-х годов...

...

Производством бытовых холодильников и морозильников в России занимаются ... компаний. ... крупнейших производителей холодильников:

...

### **Розничный сектор**

По словам экспертов, рост рынка полностью не исчерпан: по количеству бытовой техники на душу населения Россия до сих пор существенно отстает от стран Запада, особенно в регионах. Большинство техноторговых сетей планирует дальнейшее развитие преимущественно на локальных рынках...

...

### **Интернет-торговля**

По мнению экспертов, рынок интернет-торговли в течение 2009 года, рос более низкими темпами - ...%. В настоящее время в России насчитывается



более двух тысяч интернет-магазинов и подразделений розничных компаний с ежегодным оборотом более \$...млн. По данным компании «Бизнес Порт», интернет-магазины техники занимают ...% российского рынка интернет-торговли...

...

## ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

На рынке БТЭ ценообразование происходит следующим образом:

...

**ТАБЛИЦА 8. СРЕДНИЕ ЦЕНЫ ПО РОССИИ НА НЕКОТОРУЮ БЫТОВУЮ ТЕХНИКУ, ЗА ШТ, НА АВГУСТ 2007-2010ГГ., РУБ.**



....

## КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ

### ОСНОВНЫЕ ПАРАМЕТРЫ КОНКУРЕНЦИИ

Основными параметрами конкуренции являются:

- Известность торговой марки и бренда производителя
- Географический охват
- Наличие техники производителя в России

...

### ОСНОВНЫЕ ПРОИЗВОДИТЕЛИ. ОПИСАНИЕ ПРОФИЛЕЙ КРУПНЕЙШИХ КОМПАНИЙ

...

### СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ИГРОКОВ РЫНКА ПО ОСНОВНЫМ ПАРАМЕТРАМ

Рассмотрим данные компании в табличном виде...

...

### КОНКУРЕНЦИЯ МЕЖДУ КРУПНЕЙШИМИ КОМПАНИЯМИ РОЗНИЧНОГО СЕКТОРА

«ЭЛЬДОРАДО»

...

«М.ВИДЕО»

...

«ТЕХНОСИЛА»

...

«МИР»

...

СЕТЬ МАГАЗИНОВ «ЛИНИЯ ТОКА»

...

«ЭКСПЕРТ»

...

### СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ИГРОКОВ РЫНКА ПО ОСНОВНЫМ ПАРАМЕТРАМ

Рассмотрим данные компании в табличном виде.

...

## **АНАЛИЗ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ**

### **ОПИСАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ**

Бытовая техника и электроника пользуется у населения устойчивым спросом. В связи с этим потребителей данного продукта можно разделить на две большие группы:...

...

### **ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ**

#### **По видам продукции**

По данным ... наибольшим спросом пользуется крупная аудио/видео техника, фотоаппараты, портативная аудио/видео техника, мелкая бытовая техника...

...

#### **По месту покупки**

...

### **ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ МОТИВАЦИИ И ПОВЕДЕНИЕ ПРИ ПОКУПКЕ Продукции**

В последнее время высокой популярностью пользуются интернет-магазины. Все больше потребителей предпочитают совершать покупки именно в них...

...

## ОБОБЩАЮЩИЕ ВЫВОДЫ ПО ОТЧЕТУ

### STEP-АНАЛИЗ РЫНКА

#### ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА РЫНОК

Для анализа факторов внешней среды, оказывающих влияние на развитие Рынка целесообразно воспользоваться методикой STEP-анализа. STEP – это аббревиатура названия факторов: социальных (**S** - social), технологических (**T** - technological), экономических (**E** - economic), политических (**P** - political). Эта методика анализа помогает сформулировать целостную, системную картину внешнего окружения при поэтапном движении от одного класса факторов к другому.

Таблица 9. STEP анализ Рынка

Факторы внешней среды	Степень влияния факторов

Источник: МА Step by Step

...

#### АНАЛИЗ РИСКОВ

В бизнес-практике рассматривается большая типология рисков: политические, экономические, финансовые, производственно–технические, информационные, маркетинговые. Мы будем говорить в основном о маркетинговых рисках. Маркетинговый риск - это риск убытков вследствие неверной стратегии или тактики на рынке сбыта.

Таблица 10. Возможные риски, связанные с Рынком

Риски	Способы избежать рисков

...

## **ВЛИЯНИЕ КРИЗИСА НА РЫНОК**

### **ДОКРИЗИСНЫЙ ПЕРИОД**

В докризисный период российский рынок бытовой техники и электроники, не включая компьютерную розницу и мобильные телефоны, имел значительный потенциал развития...

...

### **ВЛИЯНИЕ КРИЗИСА**

Мировой финансовый кризис, ускорение темпов инфляции на потребительском рынке и замедление темпов роста денежных доходов населения привели к снижению оборота рынка бытовой техники уже во второй половине 2008 года...

...

### **ПРОГНОЗЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА**

...

По данным компании Discovery рынок бытовой техники будет развиваться. Уже по итогам 2010 года они прогнозируют рост рынка на ...% - до ... млрд.долл. В 2011-2012 гг. темпы роста составят ...% и ...% соответственно...

...

## ОБЩИЕ ВЫВОДЫ ПО ОТЧЕТУ

...

## СПИСОК ПРИЛОЖЕНИЙ

...

По поводу приобретения готовых аналитических отчетов МА Step by Step обращайтесь к менеджерам отдела развития (e-mail: [info@step-by-step.ru](mailto:info@step-by-step.ru)) или по телефонам (495) 760-50-73, 8 (903) 240-00-88