



МАРКЕТ
АНАЛИТИКА

Маркет
Аналитика

ДЕМО-ВЕРСИЯ

**РОССИЙСКИЙ РЫНОК БЫТОВОЙ ТЕХНИКИ МАРКЕТИНГОВОЕ
ИССЛЕДОВАНИЕ
И АНАЛИЗ РЫНКА**

Москва, декабрь 2009



СОДЕРЖАНИЕ

СОДЕРЖАНИЕ

I. ВВЕДЕНИЕ

II. ХАРАКТЕРИСТИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

III. АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНОК БЫТОВОЙ ТЕХНИКИ И ЭЛЕКТРОНИКИ

1. Общая характеристика Рынка

1.1. Описание предмета исследования

1.2. Показатели социально-экономического развития

1.3. Мировой рынок бытовой техники

1.4. Описание влияющих рынков

Рынок жилой недвижимости

Рынок торговой недвижимости

1.5. Резюме по разделу

2. Сегментация и структура Рынка

2.1. Сегментация Рынка по основным видам продукции

2.2. Сезонность на Рынке

2.3. Резюме по разделу

3. Основные количественные характеристики Рынка

3.1. Объём Рынка

3.2. Темпы роста Рынка

3.3. Резюме по разделу

4. Конкурентный анализ Рынка

4.1. Конкуренция на Рынке

4.2. Описание профилей крупнейших игроков Рынка

Российские производители



Vitek

Scarlett

Vigor

Bork

ОАО «КЗХ «Бирюса»

ОАО «СИТРОНИКС» (Sitronics)

POZIS

Иностранные производители, работающие на российском рынке

Electrolux

Indesit Company

Bosch und Siemens Hausgeraete GmbH

Arcelik

Samsung Electronics

LG Electronics

Gorenje

Candy Elettrodomestici

Whirlpool

Snaige

Компания Vestel

Haier

4.3. Резюме по разделу

5. Сегмент розничной торговли на Рынке

5.1. Описание розничного сегмента

5.2. Описание профилей крупнейших сетевых розничных точек по продаже бытовой техники

Российские торговые компании

«Эльдорадо»

«М.Видео»

«Техносила»



«Мир»

Сеть магазинов «Линия тока»

«Эксперт»

«ДОМО»

«Технопарк» (Электрофлот)

«Техношок»

«Просто»

Иностранные торговые компании

Media Markt (Media-Saturn-Holding GmbH)

Miele

5.3. Интернет-торговля бытовой техникой и электроникой

5.4. Резюме по разделу

6. Анализ конечных потребителей Рынка

7.1. Основные тенденции Рынка

7.2. PEST-анализ Рынка

7.3. Риски и барьеры Рынка

IV. РЕЗЮМЕ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ



Основными факторами, определяющими рост Рынка, в последние годы являлись благоприятная экономическая ситуация в стране, рост благосостояния населения, формирующий спрос на товары не первой необходимости и на продукцию высоких ценовых сегментов. Среди благоприятных факторов можно выделить низкую склонность к сбережениям и развитие потребительского кредитования. Кроме того, рост рынка влияют такие тренды, как рост жилищного строительства, активное открытие торговых центров и высокая лояльность населения к технологическим новинкам.

Многие эксперты в отдельный сегмент бытовой техники выделяют сегмент **кухонной техники**, которая может быть свободно стоящей и встраиваемой, а также сегмент **климатической бытовой техники** (кондиционеры, обогреватели). Существует такое понятие, как «белая» **бытовая техника** (бытовые плиты, холодильники, стиральные машины) по преимущественному цвету этой техники.

В каждый основной сегмент входят следующие виды продукции:

- Бытовая электроника
 - Видеоаппаратура;
 - Аудиоаппаратура;
 - ПК для дома и офиса;
- Крупная бытовая техника
 - Стиральные машины;
 - Холодильники и морозильники;
 - Посудомоечные машины;
 - Бойлеры (водонагреватели) для бытового использования;
 - Бытовые газовые плиты;
 - Бытовые электрические плиты;
 - И другие виды крупной бытовой техники.
- Мелкая бытовая техника
 - Пылесосы;
 - Бытовые швейные машины;
 - Электроутюги;
 - Климатическое оборудование;



- И другие виды мелкой бытовой техники.
- Кухонная техника
 - Микроволновые печи;
 - Электрочайники;
 - Миксеры;
 - Соковыжималки;
 - Кофемолки;
 - Бытовые электромясорубки;
 - Бытовые кухонные машины;
 - Электродуховки;
 - Бытовые электроплитки.

Согласно оптимистичным прогнозам экспертов, объемы Рынка останутся на уровне 2008 года, согласно пессимистичным – упадут до \$... млрд. - \$... млрд. Если в начале 2009 года российские потребители были еще готовы инвестировать свои сбережения в дорогие виды бытовой техники и электроники, то к настоящему времени потребительские предпочтения изменились. За II квартал продажи электроники и бытовой техники в России просели примерно на ...% в рублевом выражении «из-за смены настроения покупателей».

При этом наибольшую долю – около $\frac{3}{4}$ Рынка занимает импортная техника. Так в сегменте холодильников, доля импорта на российский рынок выросла с ...% в 2005 году до ...% в 2008 году.

При этом отечественные компании занимают значительную долю в эконом-сегменте. Так, на рынке крупной бытовой техники доля отечественных производителей в сегменте эконом составляет ...-...%.

Доля «серой» техники в различных сегментах российского рынка электроники колеблется от ... до ...%. Самый легальный сегмент – это крупная бытовая техника, а самый «серый» – мелкая цифровая техника. По данным той же организации, наиболее распространенные нарушения таможенных правил со стороны импортеров бытовой техники и электроники – это



декларирование техники не под своим наименованием и занижение таможенной стоимости товара, что позволяет импортеру существенно снизить свои издержки и получить незаслуженное конкурентное преимущество.

Темпы роста Рынка

До появления кризисных явлений в экономике темпы роста как Рынка в целом, так и отдельных его сегментов были довольно высокими.

Необходимо отметить, что основной потенциал роста Рынка сосредоточен в регионах России, поскольку рынки Москвы и Санкт-Петербурга, а также крупнейших городов, можно охарактеризовать, как более насыщенные.

Уже в конце 2008 года ритейлеры отметили значительное падение продаж бытовой техники и электроники. У крупнейших российских ритейлеров рынка бытовой техники и электроники доля товаров, купленных в кредит, составляла в 2008 году от 15 до 27% от продаж по собственным данным компаний. В связи со сложившейся ситуацией на рынке потребительского кредитования данная доля в обороте значительно снизилась. В совокупности с общим снижением спроса на технику, этот фактор негативно сказался на обороте ритейлеров.

В 2008 году темпы прироста Рынка составили 10%, что на 5,1 процентных пункта ниже, чем в 2007 году. По оптимистичным прогнозам отраслевых экспертов, темпы прироста Рынка не изменяться, по пессимистичным – сократятся на 10%-20%



Описание профилей крупнейших игроков Рынка

Vitek

<http://www.vitek.ru/>

О компании

Международный холдинг Vitek International был создан компаниями An-Der Produkts GMBH (Австрия) и Голдер Электроникс (Россия) в 1999 году. В 2000 году было начато производство техники. На конец 2006 года в холдинг Vitek входят следующие партнёры: An-Der Produkts GMBH (Австрия), Голдер Электроникс (Россия), Vitek Украина (Украина), Vitek Северо-Запад (Россия), Vitek Star-Plus (Гонконг). Для производства продукции Vitek используются комплектующие известных брендов (Toshiba, Matsushita, Strix, Otter).

Направления деятельности

- Производство бытовой техники и электроники
- Оптовая продажа бытовой техники и электроники
- Розничная продажа бытовой техники и электроники через Интернет

Ассортиментный портфель

Ассортимент предлагаемой продукции составляет около 700 наименований:

- Аудио-видео техника
 - DVD-техника
 - Музыкальные системы и магнитолы
 - Радиоприемники
 - Часы и метеостанции
 - Микрофоны
 - Портативная техника
 - Телевизоры и антенны
 - Автомобильная аудиотехника
- Бытовая техника (малая бытовая техника)
 - Массажеры и техника для ухода за телом
- Пылесосы
- Средства гигиены
- Техника для обработки и хранения продуктов
- Техника для приготовления кофе
- Техника для приготовления пищи
- Техника для приготовления чая
- Техника для ухода за волосами
- Техника для ухода за одеждой
- Климатическая техника
 - Фильтры для очистителей и увлажнителей воздуха
 - Вентиляторы



- Кондиционеры
- Радиаторы
- Тепловентиляторы
- Увлажнители
- Ароматизаторы
- Очистители воздуха

География сбыта

Товары Vitek представлены на постоянной основе в 29 странах Европы и Азии.

Бытовая техника Vitek реализуется в 383 городах России, а также в странах СНГ.

Бытовая техника Vitek реализуется в 1 119 торговых точках:

- «Берингов пролив»
- «Быттехника»
- «Ваш дом»
- «В-Лазер»
- «Дивизион»
- «Домотехника»
- «Динамика»
- «Интэк»
- «ИМПУЛЬС»
- «Кардинал»
- «Карусель»
- «Киргу»
- «Корпорация Центр»
- «Лента»
- «Лого»
- «Магнит»
- «Найфл»
- «Норд»
- «Норд франчайзи»
- «Окей»
- «Поиск»
- «Рослан»
- «Сателлит»
- «Сиб-Альянс»
- «Сибвез»
- «Спектр-техники»
- «СЛОН»
- «Спектр-техники»
- «ТЕЛЕМАКС»
- «Техносила»
- «Чайник»
- «Эксперт»
- «Электрошок»
- «Эльдорадо»
- «Элин»



Показатели деятельности

В России в 23,5% семей имеется что-то из широкого ассортимента техники Vitek.

Преимущества

- Производственные мощности, используемые мировыми лидерами рынка бытовой электроники;
- Широкий ассортимент;
- Развитая система сервисных центров;
- Присутствие в крупнейших торговых сетях.

Планы по развитию

К 2010 году:

- Стать компанией N1 по производству техники для быта в России и ближнем зарубежье.
- Стать лидером на рынках Центральной и Восточной Европы.
- Увеличить объем производства в два раза.

Производителей бытовой техники и электроники, продукция которых реализуется на российском Рынке можно разделить на 3 категории: российские производители (Бирюса, Sitronics, POZIS), российские компании (Vitek, Scarlett, Vigor, Bork), позиционирующие себя, как иностранные, иностранные производители (Electrolux, Indesit Company, Bosch und Siemens Hausgeraete GmbH, Arcelik, Samsung, LG, Gorenje, Candy Elettrodomestici, Whirlpool, Snaige, Vestel, Haier).

При этом многие из зарубежных производителей открывают производство во многих регионах продажи своих товаров, в том числе и в России. Собственное производство в России имеют такие компании, как Electrolux, Arcelik, Samsung, LG Electronics, Candy. Этим компаниям принадлежит по одному производству в России. Два завода принадлежит



компании Indesit, в том числе «Стинол». Также по два завода принадлежит следующим компаниям: Bosch und Siemens Hausgeraete GmbH – заводы по производству плит и по производству холодильников и Vestel Electronics – фабрики по производству телевизоров, а также стиральных машин и холодильников. Следующие компании не имеют собственного производства в России: словенская компания Gorenje – (95% продукции которой идет на экспорт), американская Whirlpool, (40% продукции экспортируется), литовская Snaiğė и китайская Haier.

Основными преимуществами иностранных игроков перед российскими являются: мировой опыт производства, мировая известность брендов, наличие более значительных инвестиций, по сравнению с отечественными компаниями, для развития производства и сбыта на российском рынке. К тому же в своей массе зарубежные игроки имеют более широкий ассортимент продукции и более развитую систему сбыта (дилеры и дистрибуторы по всему миру). Однако в последние годы отечественные производители также наращивают свое производство. Однако наибольший успех у потребителей имеют отечественные компании, которые позиционируют себя как иностранные, поскольку потребитель привык ассоциировать продукцию под известными мировыми брендами с более высоким качеством продукции.

Описание розничного сегмента

Розничный сегмент представлен большим количеством форматов торговых точек:

- Специализированные торговые точки по продаже бытовой техники (торговые точки, в которых представлены только товары, относящиеся к сегменту бытовой техники и электроники, а также аксессуары.
- Специализированные рынки по продаже бытовой техники и электроники. В последние годы наметилась тенденция сокращения числа рынков. В крупных городах почти все рынки уже представляют собой крупные специализированные торговые центры (торговые площади, состоящие из павильонов по продаже бытовой техники, например, ТЦ «Горбушка», КЦ «Буденовский» и многие другие.

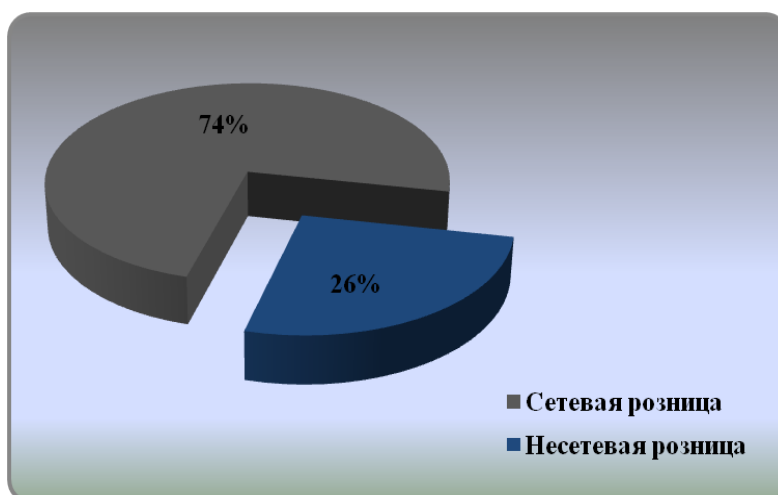


- Неспециализированные торговые точки – торговые точки смешанного типа. Например, в традиционных гипермаркетах («Ашан», REAL) и магазинах формата Cash&Carry (Metro Cash&Carry) представлены товары бытовой техники и электроники. Как правило, основную долю ассортимента бытовой техники и электроники в таких магазинах занимает мелкая бытовая техника.



Формат дискаунтера бытовой техники пока не развит. Потребитель перед приобретением желает видеть выбор товаров. При этом наличие супермаркета и гипермаркета бытовой техники рядом с дискаунтером является для последнего преимуществом, поскольку потребитель сравнивает товар в нескольких магазинах в том числе и по его цене.

Диаграмма. Структура розничной торговли бытовой техникой и электроникой



Источник: <http://www.advertology.ru/>

В настоящий момент в структуре продаж бытовой техники доля сетевой торговли составляет 74%. При этом доля сетевого сегмента постоянно увеличивается. Среди основных факторов роста рынка можно отметить увеличение реальных доходов населения. Нехватка квалифицированного персонала и дефицит торговых площадей негативно влияют на развитие рынка бытовой техники в России. В сложившейся на рынке ситуации крупные розничные сети могут устанавливать производителям свои условия.

Российские сети по продаже бытовой техники можно кроме формата можно просегментировать по территориальному охвату, а также по ценовой политике сети.



«Техносила»

<http://www.tehnosila.ru/>

О компании

Торговая сеть «Техносила» была создана в 1993 году и в настоящее время является одним из лидеров российского рынка розничной торговли бытовой техникой и электроникой. С 2006 года, помимо открытия собственных гипермаркетов, сеть стала развивать собственный франчайзинговый проект.

Направления деятельности

- Розничная торговля товарами бытовой техники и электроники (b2b и b2c сегменты).
- Продажа продукции через Интернет.

Ассортиментный портфель

Широта ассортимента, количество товарных позиций: 15 000 - 25 000:

- Телевизоры
 - Плазменные телевизоры
 - Телевизоры ЖК LCD
 - Аксессуары для плазменных и LCD телевизоров
 - Кинескопные телевизоры
 - Тумбы, подставки напольные
 - Тумбы для ТВ с акустикой
 - Кронштейны
 - Контракты НТВ+
- DVD техника
 - Blu-Ray плееры
 - DVD-плееры
 - Портативные DVD-плееры
 - DVD рекордеры без жёсткого диска
 - DVD рекордеры с жёстким диском
- Фото и видеотехника
 - Фотоаппараты
 - Карты памяти для цифрового фото
 - Цифровые видеокамеры
 - Аксессуары для видеокамер
 - Сопутствующие фототовары
- Телескопы
- Аксессуары
- Аудиотехника
 - Домашние кинотеатры
 - Музыкальные центры
 - Аудиомагнитолы
 - Портативное аудио
 - Диктофоны
 - Радиоприемники
- Hi-Fi техника
 - Акустические системы
 - CD/CD-R проигрыватели
 - Ресиверы/усилители для домашних кинотеатров
 - Звуковые проекторы
 - Видеопроекторы
 - Комплекты ДК
 - Аксессуары
 - Экраны
 - Усилители стерео
- Авто техника
 - Автоакустика
 - Навигация



- GEOLIFE
- Автомагнитолы CD MP3
- Автоусилители
- Автосабвуферы
- Автомультимедия
- Автоаксессуары
- Компьютеры и оргтехника
 - Ноутбуки
 - Персональные компьютеры
 - Мониторы ЖК LCD
 - Цифровые фоторамки
 - Компьютерные игры
 - Компьютерная мебель
 - Интернет комплекты
 - USB Flash
 - Картридеры
 - Источники бесперебойного питания
 - Программное обеспечение
 - Принтеры
 - Многофункциональные устройства
 - Мыши
 - Клавиатуры
 - Рули
 - Джойстики
 - Графические планшеты
 - Акустические системы
 - WEB камеры
 - Гарнитур и наушники мультимедийные
 - Калькуляторы
 - Аксессуары для периферии
 - Сетевые фильтры
 - Микрофоны
 - Картриджи
 - Бумага, фотобумага, пленка
 - Диски CD-R, CD-RW, DVD-RW
 - Дисководы: HDD, DVD-RW, FDD
 - Аксессуары для компьютеров
 - Сумки для портативных компьютеров
- Бытовая техника
 - Холодильное оборудование
 - Стиральные машины
 - Сушильные машины
 - Кухонные плиты
 - Посудомоечные машины
 - Утюги
 - Пылесосы
 - Автопылесосы
 - Швейные машинки
 - Аксессуары
- Кухонная техника
 - Микроволновые печи
 - Мини-печи и ростеры
 - Хлебопечки
 - Фритюрницы
 - Тостеры
 - Кухонные комбайны
 - Миксеры
 - Блендеры
 - Соковыжималки
 - Кофемолки
 - Кофеварки и кофемашины
 - Чайники
 - Термопоты
 - Пароварки
 - Измельчители
 - Мясорубки
 - Ломтерезки
 - Прочее
 - Весы кухонные
 - Аксессуары
- Встраиваемая техника для кухни
 - Холодильное оборудование
 - Стиральные машины
 - Встраиваемые духовки
 - Варочные панели
 - Встраиваемые микроволновые печи
 - Мангалы гриль
 - Вытяжки
 - Аксессуары
 - Посудомоечные машины 45 см
 - Комплекты
- Климатическая техника
 - Кондиционеры
 - Вентиляторы
 - Тепловентиляторы
 - Радиаторы
 - Водонагреватели
 - Увлажнители
 - Очистители воздуха
 - Конвекторы
 - Световые обогреватели
 - Каминь
 - Аксессуары для очистителей
- Индивидуальный уход
 - Машинки для стрижки волос, триммеры
 - Бритвы
 - Эпиляторы
 - Приборы для укладки волос
 - Электро-бигуди



Маркет Аналитика

- Выпрямители
- Фены
- Фен-щетки
- Щипцы
- Зубные щетки
- Уход за собой. Разное
- Здоровье
- Весы напольные
- Мобильная связь
 - Мобильные сотовые телефоны
 - Карты оплаты
 - Коммуникаторы
 - Аксессуары для коммуникаторов
 - Контракты сотовой связи
- Аксессуары
- Телефоны и средства связи
 - Телефоны
 - Факсы
 - Радиостанции
- Другие категории товаров:
 - Электроинструмент
 - Товары для дома
 - Отдых и развлечения
 - Фильмы, музыка, книги
 - Часы и сувениры
 - Прочее

Портфель брендов

- Acer
- ASUS
- Bosch
- Canon
- Electrolux
- HP
- Indesit
- JVC
- LG
- Liebherr
- Nokia
- Panasonic
- Philips
- Samsung
- Sony
- И другие бренды



Дополнительные услуги

- Продажа товара через Интернет;
- Предоставление кредитов;
- Программы лояльности для постоянных клиентов (дисконтные карты);
- Доставка и установка;
- Гарантийное обслуживание, включая программу дополнительного обслуживания, а также послегарантийное обслуживание;
- Прием платежей;
- Страхование техники;
- VIP-обслуживание:
 - Бесплатный выезд специалистов к домой или в офис;
 - Подбор техники в строгом соответствии с пожеланиями клиента;
 - Элитная техника от ведущих фирм производителей;
 - Прием заказов на поставку отсутствующего на данный момент в торговой сети товара;
 - Профессиональный монтаж и установка: ЖК телевизоров, проекторов, современных HI-FI и HI-END систем;
 - Монтаж систем индивидуального и коллективного приема спутникового телевидения;
 - Проектирование и создание систем Мультирум;
 - Комплексные решения для дома и офиса;
 - Реализация нестандартных проектов клиентов;
 - Индивидуальные скидки.
- Корпоративное обслуживание:
 - Профессиональный монтаж бытовой техники и электроники;
 - Заключаем долгосрочные договора на поставку техники;
 - Бесплатная доставка по Москве и Московской области;
 - Доставка товара во все регионы России;
 - Гарантийное и постгарантийное обслуживание;
 - Информационная поддержка постоянным клиентам;
 - Гибкая система скидок.



Формат сети

Площадь магазинов «Техносила» составляет от 2 200 до 3 300 кв. метров. В настоящий момент компания «Техносила» предъявляет следующие требования к рассматриваемый для размещения своих торговых точек помещений:

- Квадратный или прямоугольный торговый зал;
- Возможность организации входной и выходной групп в прямой видимости от эскалаторов, траволаторов, лифтов и иных подъемных устройств;
- Обеспечение электроснабжения на технологические нужды торговли и технического обслуживания, общая нагрузка не менее 140 Вт на один кв. метр, с учетом вентиляции и кондиционирования, напряжение в сети 220+-10В;
- Наличие в торговом зале общеобменной вентиляции, вентиляция 3-х кратный воздухообмен и кондиционирования;
- Наличие мощностей по холоду для торгового зала 130Вт/м² торгового зала;
- Освещенность торгового зала не менее 900 Люкс на высоте 1 метра;
- Охрана территории: силами собственной охранной структуры;
- Разгрузка товаров: крупногабаритные фуры, еврофуры на оборудованном дебаркадере, грузовой лифт грузоподъемностью не менее 1000 кг Габариты не менее 1500X2200X2400);
- Высота потолка: минимум (без учета технологического пространства над ним) 3,5 метра
- Телефония, интернет: Не менее 6 прямых номеров, высококачественное оптоволокно (или 8 при наличии отделения Мультибанка);
- Вывеска или крышная установка, достаточная для идентификации магазина размеров якорного оператора, а также навигационные указатели в случае расположения магазина внутри ТЦ;
- Предоставление эксклюзивного права «Техносиле» на реализацию бытовой техники и электроники в торговом комплексе (по согласованию);
- Предоставление права для размещения на площади 40-60 кв. м внутри магазина отделения корпоративного банка полного цикла обслуживания населения, включая потребительское кредитование.



География деятельности

На сегодняшний день торговая сеть «Техносила» насчитывает 201 магазинов в 138 городах России (26 магазинов работают в Москве и Московской области, 175 – в региональных городах России). С 2006 года в сети стартовала программа франчайзинга. С 2005 года работает Интернет-магазин сети.

Показатели деятельности

На сегодняшний день «Техносила» является одним из лидеров российского рынка бытовой техники и электроники, занимая долю 9%.

Преимущества

- Входит в четверку крупнейших игроков
- Широкий ассортимент
- Широкая представленность сети

Планы по развитию

- Рост сети в пределах России: Открытие торговых объектов сети «Техносила» во всех городах России численностью населения свыше 250 000 жителей.
- Рост сети за пределами России: открытие магазинов франчайзи в странах ближнего зарубежья (СНГ).

Среди основных тенденций развития сетевой розничной торговли бытовой техникой и электроникой можно выделить следующие: развитие клиентоориентированной торговли, создание собственных торговых марок (private label) и рост доли private label в ассортименте розничных сетей, развитие в регионах.

Наличие собственной торговой марки позволяет ритейлерам самостоятельно формировать ассортимент, определять ценовую политику и не зависеть от рекомендаций производителей. В настоящий момент private label есть у всех крупнейших сетей: «Эльдорадо»: Elenberg, «Мир»: Trony, «Техносила»: Techno, «Технопарк»: Bork, Bimatek.



Перечень таблиц и диаграмм

- Диаграмма 1. Динамика ВВП за период 2002-2008 гг. в номинальных ценах, млрд. руб.
- Диаграмма 2. Уровень инфляции за период 2003-2008 гг.
- Диаграмма 3. Динамика среднемесячной номинально начисленной заработной платы, руб.
- Диаграмма 4. Динамика реальных располагаемых денежных доходов населения в 2008-2009 гг., % к соответствующим периодам 2007-2008 гг.
- Диаграмма 5. Динамика численности безработных за 2008-2009 гг., млн. чел.
- Диаграмма 6. Динамика оборота розничной торговли за период 2006-2009 гг., млрд. руб.
- Диаграмма 7. Темпы роста рынка бытовой техники по странам мира, по итогам 2007 года
- Диаграмма 8. Распределение средних арендных ставок на качественные торговые площади, \$ за кв. м в год
- Диаграмма 9. Структура Рынка в стоимостном выражении
- Диаграмма 10. Структура рынка холодильников по стране-производителю в динамике (за период 2005-2008)
- Диаграмма 11. Доля серой техники на Рынке, % от общего объема техники
- Диаграмма 12. Темпы прироста отдельных сегментов Рынка в стоимостном выражении I квартале 2008 года по сравнению с I кварталом 2007 года
- Диаграмма 13. Динамика Рынка бытовой техники и электроники в стоимостном выражении
- Диаграмма 14. Распределение бизнеса электронной промышленности Samsung Group по технологическим направлениям на мировом рынке бытовой техники и электроники
- Диаграмма 15. Распределение бизнеса электронной промышленности Samsung Group по регионам
- Диаграмма 16. Структура розничной торговли бытовой техникой и электроникой
- Диаграмма 17. Структура Рынка по каналам розничной торговли, % от объема Рынка в денежном выражении
- Диаграмма 18. Динамика оборота компании за период 2004-2008 гг., \$ млн.
- Диаграмма 19. Динамика числа торговых точек за период 2004-2008 гг.
- Диаграмма 20. Динамика интернет-пользователей за период 2006-2008 гг., человек
- Диаграмма 21. Динамика российского рынка интернет-торговли за период 2006-2008 и прогноз и на 2009-2010 гг.



Диаграмма 22. Структура Рынка Интернет-торговли

Диаграмма 23. Структура населения России по территориальному признаку

Диаграмма 24. Структура населения по половому признаку, % от численности населения

Диаграмма 25. Динамика потребления бытовой техники в стоимостном выражении за период 2005-2006 гг., \$ на человека

Диаграмма 26. Структура запланированных расходов россиян на 2009 год, в % от числа опрошенных

Диаграмма 27. Структура кредитов, оформленных на сумму от \$3000 до \$5000

Диаграмма 28. Структура намерений на потребительские кредиты

Диаграмма 29. Отказ от покупки тех или иных товаров в связи с их наличием, % от числа опрошенных

Диаграмма 30. Отказ от покупки тех или иных вещей в связи с невозможностью их приобретения

Диаграмма 31. Источники получения информации при выборе товаров длительного пользования, в том числе бытовой техники и электроники, московскими потребителями

Таблица 1. Изменение покупательской активности на российском рынке жилой недвижимости в I полугодии 2009 года

Таблица 2. Диапазон ставок аренды для операторов ТЦ Москвы на конец 2008 года

Таблица 3. Сравнительная характеристика крупнейших игроков (производителей) Рынка

Таблица 4. Сравнительная характеристика крупнейших сетей по продаже бытовой техники и электроники

Таблица 5. Перечень игроков, появляющихся на первой странице при запросе в крупнейших поисковых системах (в порядке очередности)

Таблица 6. Сравнительная характеристика некоторых интернет-магазинов бытовой техники и электроники

Таблица 7. Структура населения по величине среднедушевых денежных доходов

Таблица 8. PEST-анализ Рынка