



Маркет  
Аналитика

**ДЕМО-ВЕРСИЯ**  
**РОССИЙСКИЙ РЫНОК БЫТОВОЙ ХОЛОДИЛЬНОЙ**  
**ТЕХНИКИ.**  
**МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ И АНАЛИЗ РЫНКА**

Москва, сентябрь 2011



## СОДЕРЖАНИЕ

### I. ВВЕДЕНИЕ

### II. ХАРАКТЕРИСТИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

### III. АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА БЫТОВОЙ ХОЛОДИЛЬНОЙ ТЕХНИКИ

#### 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНКА

##### 1.1. Понятие услуги

##### 1.2. Показатели социально-экономического развития

##### 1.3. Российский рынок бытовой техники и электроники

##### 1.4. Описание влияющих рынков

Рынок жилой недвижимости

Рынок потребительского кредитования

##### 1.5. Резюме по разделу

#### 2. СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА

##### 2.1. Сегментация Рынка по основным видам продукции

##### 2.2. Ценовая сегментация Рынка

##### 2.3. Сезонность на Рынке

##### 2.4. Резюме по разделу

#### 3. ОСНОВНЫЕ КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РЫНКА

##### 3.1. Объем производства

##### 3.2. Объем и темпы роста Рынка

##### 3.3. Резюме по разделу

#### 4. КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ РЫНКА

##### 4.1. Уровень конкуренции, параметры конкуренции

##### 4.2. Описание профилей крупнейших игроков Рынка

Indesit Company

ЗАО «Атлант»

Samsung Electronics

БСХ Бытовая техника

ОАО «КЗХ «Бирюса»



## СЭПО

LG Electronics Inc.

ФГУП «ПО «Завод им. Серго» (POZIS)

4.3. Резюме по разделу

## 5. КАНАЛЫ ПРОДАЖ НА РЫНКЕ БЫТОВОЙ ХОЛОДИЛЬНОЙ ТЕХНИКИ

5.1. Особенности сбытовой политики на Рынке

5.2. Описание сегмента производителей

5.3. Описание розничного сегмента Рынка

5.4. Описание профилей крупнейших сетевых розничных магазинов

Компания «Эльдорадо»

Компания «М.Видео»

Компания «Техносила»

Компания «Эксперт»

Компания «ДОМО»

Компания Media Markt

Компания Miele

5.5. Интернет-торговля на Рынке

5.6. Резюме по разделу

## 6. АНАЛИЗ КОНЕЧНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ РЫНКА

6.1. Описание потребителей на Рынке

6.2. Объем потребления на Рынке

6.3. Потребительские предпочтения на Рынке

6.4. Резюме по разделу

## 7. ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ

7.1. Основные тенденции Рынка

7.2. STEERPL-анализ рынка

7.3. Риски и барьеры при выходе на рынок

## IV. РЕЗЮМЕ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ



## III. АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА БЫТОВОЙ ХОЛОДИЛЬНОЙ ТЕХНИКИ

### ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНКА

#### Российский рынок бытовой техники и электроники

После спада, вызванного экономическим кризисом в стране и мире, в 2010г. наметилась тенденция к восстановлению Рынка. По данным GfK Retail and Technology,<sup>1</sup> в 2010 г. российский рынок **бытовой техники и электроники** увеличился на ...% и составил ....млрд.руб.

III и IV кварталы 2010г. стали .....

Обычно в начале года наблюдается спад продаж бытовой техники и электроники, однако, по итогам I квартала 2011г. продажи превысили показатели IV квартала, традиционно самого прибыльного в году. Таким образом, первый квартал 2011г. ....

Наиболее **емким сегментом** рынка является компьютерная техника (...%). Также значительная доля приходится на сегменты телекоммуникаций (...%), бытовой электроники (...%) и крупной бытовой техники (...%).

### Описание влияющих рынков

На исследуемый Рынок оказывает влияние большое количество факторов. Среди рынков оказывающих влияние на исследуемый можно выделить рынок жилищного строительства и рынок кредитования.

---

<sup>1</sup> [www.gfktemax.com](http://www.gfktemax.com)



Рост спроса на жилую недвижимость, положительным образом сказывается на спросе, как на крупную бытовую технику, так и на бытовую технику в целом. А рост доходов населения и возможность воспользоваться потребительским кредитованием вызывают готовность населения к приобретению товаров.

## СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА

### Сегментация Рынка по основным видам продукции

Исследуемый Рынок можно просегментировать в зависимости от видов бытовой холодильной техники. Бытовые холодильные приборы подразделяют (рассмотрены основные параметры):

#### 1. По назначению:

- Холодильники
- Морозильники
- Холодильники-морозильники

#### 2. По способу получения холода:

- Компрессионные
  - Абсорбционные
  - Термоэлектрические
  - С вихревыми охладителями
- .....
- .....

#### 3. По емкости холодильной камеры:

- Малые (ёмкость холодильной камеры - 45-100 дм<sup>3</sup>)
- Средние (ёмкость холодильной камеры – 100-170 дм<sup>3</sup>)
- Большие (ёмкость холодильной камеры – 170-350 дм<sup>3</sup>)



#### 4. По числу камер:

- Однокамерные
- Двухкамерные
- Трехкамерные

Таким образом, по вариантам исполнения, выделяют следующие основные виды бытовых холодильников:

- **Универсальный однокамерный вариант, он же обычный, классический.**

.....

- **Морозильная камера.**

.....

.....

В структуре исследуемого Рынка, основная доля приходится на бытовые холодильники-морозильники (комбинированные) с отдельными наружными дверями – около ...% от общего объема производства. На втором месте находятся бытовые холодильники – ....%.

#### Ценовая сегментация Рынка

Говоря о ценообразовании на холодильную технику, можно выделить следующие критерии, влияющие на цену конечного продукта:

- Объем холодильника
- Фирма-производитель
- Количество камер
- Функциональность
- Внутренний дизайн и комплектация камер
- Дизайн



- Количество компрессоров
- Класс энергопотребления
- и др.

Условно, рынок бытовой холодильной техники можно разделить на три ценовых сегмента:

**1. Низкий ценовой сегмент (..... тыс.руб.)**

В данном ценовом сегменте представлена продукция следующих производителей: Ardo, Indesit, Daewoo, Beko, некоторые модели Samsung и LG, Zanussi и Electrolux, Атлант, Бирюса, Саратов, Смоленск.

.....  
**2. Средний ценовой сегмент (..... тыс.руб.)**

.....  
**3. Высокий ценовой сегмент (.....)**

**Сезонность на Рынке**

Для исследуемого Рынка, как и для российского рынка бытовой техники, в целом, традиционно низким сезоном является ..... спрос на бытовую холодильную технику возрастает, и достигает пика к концу .... квартала.....



## ОСНОВНЫЕ КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РЫНКА

### Объем производства

..... С наступлением экономического кризиса, производители холодильников и морозильников оказались в тяжелом положении, напомним, в тот период выпуск сократился на .....%. Однако уже в 2010 году производители приблизились к докризисному уровню выпуска, а по темпам роста превысили его. По данным «ФСГС РФ»,<sup>2</sup> в 2010г. в России было произведено ..... бытовых холодильников и морозильников, что на ...% превышает показатели 2009 г.

В первом полугодии 2011г. рост производства ..... по сравнению с аналогичным периодом 2010г. производство бытовых холодильников и морозильников .....%

### Объем и темпы роста Рынка

..... Согласно данным «ФСГС РФ», по итогам 2010г. продажи бытовых холодильников и морозильников ..... на ....% до **....млрд.руб.**

В первом полугодии 2011г. прирост продаж был более существенным, так по сравнению с аналогичным периодом 2010г. продажи бытовой холодильной техники увеличились на ....% и составили ... млрд.руб.

.....  
Наибольшую долю в территориальной структуре Рынка занимает Центральный ФО, на долю которого приходится ....% продаж бытовой холодильной техники в стоимостном выражении. На втором месте находится Приволжский ФО – ....%.

---

<sup>2</sup> www.gks.ru





Необходимо отметить, что основной потенциал роста Рынка сосредоточен в .....

## **КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ РЫНКА**

### **Уровень конкуренции, параметры конкуренции**

Рынок бытовой холодильной техники России представлен более 20 производителями и более 40 марками бытовой холодильной техники. Часть из них отечественные производители, и часть – международные концерны, имеющие производства в разных странах, в том числе и в России. В течение последних нескольких лет на территории России осуществляется строительство и запуск производств бытовой холодильной техники зарубежными конкурентами. Такие известные западные холодильные бренды как Indesit, Bosch, Vestel, Веко обладают в России своими промплощадками, что привело к значительному усилению конкуренции на рынке бытовой холодильной техники.

На исследуемом Рынке можно отметить тенденцию консолидации. В настоящий момент на 8 крупнейших производителей приходится более 70% Рынка. Лидером российского рынка, по объему продаж холодильной техники в натуральном выражении, является компания Indesit с долей в 19,2%. В тройку лидеров также входят компании: «Атлант» - ....% и Samsung – .....%.

По итогам 2010г. зафиксировано снижение доли ряда отечественных производителей, которое произошло по следующим причинам:

- Усиление конкуренции на рынке, связанное с увеличением объемов производства бытовой холодильной техники заводами, построенными и купленными зарубежными конкурентами на территории России. В отличие от российских производителей



иностранным компаниям, организовавшим на российской территории свои производства, представляются льготные условия для развития бизнеса.

- .....
- .....

## Описание профилей крупнейших игроков Рынка

### Indesit Company

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

#### О компании

Indesit Company (ISE:IND) - итальянская компания, крупный производитель бытовой техники. Штаб-квартира - в городе Фабриано. Основана в 1930 году Аристиде Мерлони как компания по производству весов. В 1970-х годах компания была разделена на три части между сыновьями Аристиде Мерлони - Витторио, Франческо и Антонио Мерлони: Antonio Merloni SpA (производит весы и газовые баллоны), Merloni Termosanitari (водонагреватели и ванны) и Merloni Elettrodomestici (плиты, холодильники, стиральные и посудомоечные машины). В 2005 году Merloni Elettrodomestici поменяла название на Indesit Company.

В России представительство Indesit Company функционирует с 1993 года. На рынки России и СНГ приходится до 25% оборота компании. Indesit принадлежит завод «Стинол», расположенный в Липецке и выпускающий холодильники и морозильники, а также расположенный там же завод по выпуску стиральных машин. В Липецке планировалось строительство завода по выпуску кухонных плит, но в 2009 году его строительство было отложено.

#### Направления деятельности



Производство и дистрибуция (в том числе импорт) крупной бытовой техники:

- Стиральные машины
- Стиральные машины с сушкой
- Сушильные машины
- Посудомоечные машины
- Холодильники
- Морозильные камеры
- Плиты
- Варочные поверхности
- Духовые шкафы
- Вытяжки

Основными торговыми марками компании являются Indesit, Hotpoint-Ariston (международные бренды) и Scholtès (локальный бренд.)

## **Ассортиментный портфель в сегменте бытовой холодильной техники**

- Холодильники
- Морозильные камеры

12 разновидностей

## **География сбыта**

Бытовая техника Indesit реализуется во всех регионах России.

## **Показатели деятельности**

.....

## **Преимущества**

.....



## Планы по развитию

.....

## ЗАО «Атлант»

<http://www.atlant.by/>

## О компании

В июне 1962 года на МЗХ был выпущен первый холодильник - ХКС-125 «Минск-1». В дальнейшем, здесь впервые в Советском Союзе были разработаны и изготовлены двухкамерный холодильник, морозильник и была внедрена в производство пенополиуретановая теплоизоляция. В 1973 году партия холодильников была поставлена в Грецию, а в дальнейшем, продукция предприятия широко поставлялась на экспорт в такие страны как Франция, Англия, Италия, Бельгия, Голландия, Австралия.

.....

В состав компании «Атлант» входит три предприятия:

- МИНСКИЙ ЗАВОД ХОЛОДИЛЬНИКОВ, который выпускает бытовые холодильники, морозильники и вертикальные холодильники-витрины для торговых предприятий.
- БАРАНОВИЧСКИЙ СТАНКОСТРОИТЕЛЬНЫЙ ЗАВОД, который выпускает компрессоры для бытовых холодильников, технологические комплексы по переработке пластмасс, конвейерные системы.
- ЗАВОД БЫТОВОЙ ТЕХНИКИ, выпускающий стиральные машины и осваивающий производство других электробытовых приборов.

## Направления деятельности

Компания занимается производством, а также оптовой продажей продукции:

- Товары народного потребления



## Маркет Аналитика

- ....
- ....
- Торговое холодильное оборудование
- Промышленное оборудование и технологии
  - ...
  - ...

### Ассортиментный портфель в сегменте бытовой холодильной техники

#### Бытовые холодильники:

.....

#### Бытовые морозильники

- .....

### География сбыта

Продукция компании реализуется в Белоруссии, по всей России и в других странах СНГ

### Показатели деятельности

.....

### Преимущества

- .....

### Планы по развитию

- .....

**Таблица. Сравнительная характеристика крупнейших игроков (производителей) Рынка**

Название компании	Дата основания	Направления деятельности	Ассортиментный портфель	География сбыта	Доля на Рынке	Преимущества	Планы по развитию
Indesit Company							
ЗАО «Атлант»							
Samsung Electronics							
БСХ Бытовые приборы							
ОАО «КЗХ «Бирюса»							
СЭПО							
LG Electronics							
ФГУП «ПО «Завод им. Серго» (POZIS)							

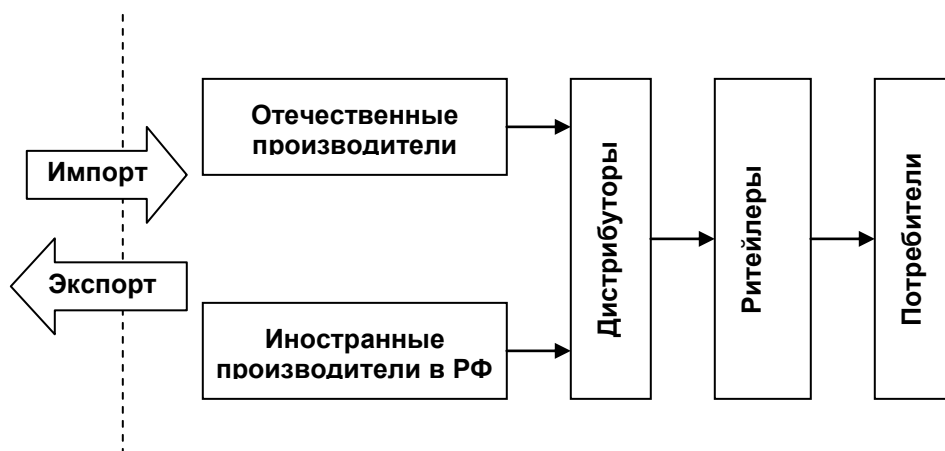
**Источник: «Маркет Аналитика»**

## КАНАЛЫ ПРОДАЖ НА РЫНКЕ БЫТОВОЙ ХОЛОДИЛЬНОЙ ТЕХНИКИ

### Особенности сбытовой политики на Рынке

Цепочка движения товара на рынке бытовой холодильной техники представлена на схеме.

#### Схема. Цепочка движения товара на Рынке



Источник: «Маркет Аналитика»

### Описание сегмента производителей

Производителей бытовой холодильной техники, продукция которых реализуется на российском Рынке можно разделить на 3 категории: российские производители, российские компании, позиционирующие себя, как иностранные, иностранные производители.

Основными производителями в каждой из этих категорий являются следующие:

#### 1. Российские производители

- Бирюса
- POZIS



- СЭПО
- 2. **Российские, позиционирующие себя как иностранные**
  - Vitek
- 3. **Иностранные производители**
  - Electrolux
  - Indesit Company (Merloni Elettrodomestici)
  - Bosch und Siemens Hausgeraete GmbH (BSH)
  - Samsung
  - LG

На сегодняшний день в России производятся в основном стиральные машины, холодильники, телевизоры, музыкальные центры, однако большинство заводов принадлежит иностранным инвесторам. Примерно 80-85% холодильников и стиральных машин уже производится на территории страны. В России технику выпускают:<sup>3</sup>

- Samsung (телевизоры, домашние кинотеатры, AV)
- LG (...)
- INDESIT (...)
- BEKO (...)
- VESTEL (...)

Как видно, большинство транснациональных игроков предпочитают производить в России именно крупную продукцию, а мелкую импортировать. В свою очередь небольшим компаниям проще наладить производство малой бытовой техники.

### Описание розничного сегмента Рынка

Розничный сегмент представлен большим количеством форматов торговых точек:

---

<sup>3</sup> Источник: Журнал «Однако» от 06.09.2010г.





- **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** .....
- **Неспециализированные торговые точки** .....

В настоящий момент в структуре продаж бытовой техники доля сетевой торговли составляет ...%. При этом доля сетевого сегмента постоянно увеличивается. Среди основных факторов роста рынка можно отметить .....

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

1. **По территориальному охвату** торговые сети можно разделить на следующие:

- Локальные – сети, работающие в рамках одного города
  - «Техномаркет» (город Волгоград, город Волжский);
  - «Кардинал» (город Екатеринбург);
  - И другие сети.
- Региональные сети – сети, работающие в рамках одного региона
  - «Домотехника» (Дальневосточный федеральный округ);
  - ....
- Федеральные сети – сети, работающие по всей России:
  - .....
- Глобальные сети – сети, работающие в двух и более странах мира:
  - .....

2. **По ценовой политике** торговые сети можно разделить на следующие:

- Ориентированные на покупателей с высоким доходом:
- Ориентированные на покупателей со средним доходом



- Ориентированные на покупателей с низким доходом

Среди основных тенденций развития сетевой розничной торговли бытовой техникой и электроникой можно выделить следующие:

- Развитие клиентоориентированной торговли
- ...
- ....
- городах с населением от 100 до 300 тыс., вытеснение с рынка меньших форматов.

По итогам 2010г. на рынке ритейла бытовой техники и электроники произошли серьезные изменения. Впервые за более чем десять лет «М.Видео» удалось обойти «Эльдорадо» по объему годовых продаж. Таким образом, доля «М.Видео» на рынке сейчас составляет ....., «Эльдорадо» - .....%.<sup>4</sup>

.....

## Описание профилей крупнейших сетевых розничных магазинов

### Компания «Эльдорадо»

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

#### О компании

Компания «Эльдорадо» – крупнейшая розничная сеть по продаже бытовой техники и электроники России и Восточной Европы. Первый магазин компании был открыт в 1994 году в Самаре. С 2004 года «Эльдорадо» открывает исключительно супер- и гипермаркеты площадью свыше 2000 кв. м. В 2005 г. компания начала сотрудничество с ведущей казахстанской сетью по продаже электроники «Sulpak».

---

<sup>4</sup> Газета «Коммерсантъ», №103 (4644), 09.06.2011г.



## Направления деятельности

Розничная торговля товарами бытовой техники и электроники.

## Ассортиментный портфель

Ассортимент компании насчитывает около 30 тыс. товарных позиций. Выделим основные категории продукции:

- Электроника
- Фото и Видеокамеры
- Компьютеры
- Товары для дома и кухни
- Телефоны и связь
- Офисная техника
- Аксессуары

## Портфель брендов

- AIWA
- ALCATEL
- ARISTON
- ASKO
- BABYLISS
- BEKO
- BIERHOF
- BOSCH
- .....
- .....

### **Дополнительные услуги**

- Продажа товаров через Интернет
- Предоставление кредитов
- ...
- ....

### **География деятельности**

Сегодня под брендом «Эльдорадо» работают 700 магазинов, расположенные во всех российских городах с населением от 500 тыс. человек и в 92% городов с населением от 250-500 тыс. человек.

В настоящее время во всех крупных городах Казахстана действует более 50 специализированных супермаркетов бытовой техники и электроники под брендом Sulpak.

### **Форматы сети**

- Супермаркет
- Гипермаркет

Площадь каждого магазина сети (как гипермаркета, так и супермаркета) превышает 2 000 кв.м.

### **Показатели деятельности**

.....

### **Преимущества**

- .....

### **Планы по развитию**

- .....



## Компания «М.Видео»

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

### О компании

«М.Видео» - одна из ведущих российских розничных сетей по продаже электроники и бытовой техники, первая и единственная публичная компания в своем сегменте. «М.Видео» осуществляет свою деятельность с 1993 года.

### Направления деятельности

- Оптовая торговля товарами бытовой техники и электроники;
- Розничная торговля товарами бытовой техники и электроники (b2b и b2c сегменты).

### Ассортиментный портфель

«М.видео» предлагает своим покупателям порядка 15 000 - 20 000 наименований аудио/видео и цифровой техники, мелкой и крупной бытовой техники, медиа товаров и товаров для развлечения, а также аксессуаров.

- ТВ, аудио, Blu-ray, DVD
- iPod, mp3-плееры
- Фото и видео камеры
- Бытовая техника
- Кухонная техника
- Красота и здоровье
- Встраиваемая техника
- Кино и музыка
- Техника для авто
- GPS навигация
- Телефоны
- Программы и игры для ПК
- Игровые приставки и игры
- Хозтовары
- Климатическая техника
- Аксессуары

### Портфель брендов

.....

### **Дополнительные услуги**

- Продажа товаров через Интернет;
- .....
- .....

### **География деятельности**

По итогам 1-го полугодия 2010г. в 74 городах Российской Федерации работает 186 гипермаркетов «М.видео». Общая площадь магазинов сети составляет около 489 тыс. кв. метров.

### **Форматы сети**

Магазины «М.видео» имеют единый формат и специальную концепцию дизайна. Торговая площадь магазинов составляет приблизительно 2000 кв. м.

### **Показатели деятельности**

.....

### **Преимущества**

- .....

### **Планы по развитию**

.....

Таблица. Сравнительная характеристика крупнейших сетевых розничных компаний в сегменте ритейла бытовой техники и электроники

Название компании	Дата основания	Направление деятельности	Ассортиментный портфель	Дополнительные услуги	География сбыта	Формат сети	Доля на Рынке, %	Преимущества	Планы по развитию
«Эльдорадо»				•					
«М.Видео»				•					
«Эксперт»				•					
«ДОМО»				•					
«Техносила»				•					
Media Markt									
Miele									

Источник: «Маркет Аналитика»

## Интернет-торговля на Рынке

В структуре оборота Интернет-торговли основную долю занимают сегменты бытовой техники и электроники (...) и компьютерная техника и комплектующие (....%). На третьем месте находится одежда и обувь с долей в ....%.

Рассмотрим игроков в сегменте интернет-торговли бытовой техники и электроники.

Крупнейшими специализированными Интернет-магазинами бытовой техники и электроники являются:

- holodilnik.ru
- .....
- .....

## АНАЛИЗ КОНЕЧНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ РЫНКА

### Объем потребления на Рынке

В сегменте холодильной бытовой техники среднестатистическое потребление составляет около .... руб. на человека в год (по данным на 2010 год). Этот показатель вырос по сравнению с 2009 годом на .... руб. или ....%.

В натуральном выражении этот показатель составляет ....единиц бытовых холодильников и морозильников на тысячу человек. Темпы роста данного показателя составили ....% в 2010 году.





### Потребительские предпочтения на Рынке

..... более 60% россиян предпочитают перед приобретением бытовой, аудио- или видео - техники, посетить несколько магазинов и сравнить цены, и только после этого принимают решение о той или иной покупке.

.....

Что касается критериев выбора того или иного магазина бытовой техники и электроники, то по мнению ....% россиян, таким критерием является – цена.

.....

### ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ

#### Основные тенденции Рынка

- В настоящее время рынок бытовой холодильной техники демонстрирует восстановительный рост, после спада вызванного экономическим кризисом в стране и мире. ....
- .....
- .....

#### STEEPL-анализ рынка

S	Социальные факторы
•	Постепенное восстановление материального положения населения России (+)
•	В целом невысокий уровень жизни населения (-)
•	Более осознанный и рациональный подход к выбору холодильной техники (+)
•	Низкие объемы потребительского кредитования и относительно высокие ставки по кредитам. Несмотря на положительные тенденции развития в области потребительского кредитования, показатели в данной области не достигли показателей докризисного уровня. (-)



<b>T</b>	<b>Технологические факторы</b>
•	
<b>E</b>	<b>Экономические факторы</b>
•	
<b>E</b>	<b>Факторы окружающей среды</b>
•	
<b>P</b>	<b>Политические факторы</b>
•	
<b>L</b>	<b>Правовые факторы</b>
•	

Источник: «Маркет Аналитика»

## Риски и барьеры при выходе на рынок

**Барьерами** для выхода на Рынок нового игрока могут стать следующие факторы:

- **Высокая конкуренция**

На рынке бытовой холодильной техники очень высокая конкуренция, в России более 20 производителей данного вида продукции. За последние несколько лет иностранные компании (Indesit Company, LG Electronics Inc., Vestel, Beko и др.) за счет привлечения инвестиций и использования налоговых льгот запустили на территории России сборочные производства бытовых холодильников.

- **Отсутствие собственных средств**

.....

- **Узкий ассортимент**



- **Низкая степень лояльности потребителей**
- .....

**Рисками** для компаний, существующих на Рынке, могут стать:

- **Высокий уровень конкурентной борьбы**, который может отрицательно отразиться на результатах финансовой деятельности или привести к уменьшению доли на рынке или к уходу компании с Рынка.
- **Отсутствие средств (инвестиций)**
- **Рост цен на сырье и транспортные услуги**

#### **ПЕРЕЧЕНЬ ТАБЛИЦ И ДИАГРАММ**

Диаграмма 1. Динамика ВВП за период 2006-2010гг., в текущих ценах, млрд. руб.

Диаграмма 2. Прогноз величины ВВП на 2010-2013г.г., %.

Диаграмма 3. Индекс потребительских цен, в 2010-2011г.г., % к предыдущему месяцу

Диаграмма 4. Уровень занятости в июле 2011г., %

Диаграмма 5. Уровень безработицы по федеральным округам в июле 2011г. (% от численности экономически активного населения)

Диаграмма 6. Динамика среднемесячной номинально начисленной заработной платы, руб.

Диаграмма 7. Оборот розничной торговли в 2006-2010г.г., трлн. руб.

Диаграмма 8. Динамика оборота розничной торговли за период 2010-2011 гг., млрд. руб.

Диаграмма 9. Структура оборота розничной торговли в июле 2011г., %

Диаграмма 10. Структура оборота розничной торговли в зависимости от места реализации товара, в июле 2011г., %



Диаграмма 11. Динамика продаж бытовой техники и электроники в РФ за 2008-2010г.г., млрд.руб.

Диаграмма 12. Квартальная динамика продаж бытовой техники и электроники в РФ за 2009-2011г.г., млрд.руб.

Диаграмма 13. Структура рынка бытовой техники и электроники в РФ в 2010г., % (в стоимостном выражении)

Диаграмма 14. Прирост продаж бытовой техники и электроники в РФ в 2010г., % (в стоимостном выражении)

Диаграмма 15. Динамика ввода в действие жилых домов в РФ за 2006-2011г.г., млн.кв.м

Диаграмма 16. Ввод в действие жилых домов в расчете на 1000 человек населения, кв.м. общей площади

Диаграмма 17. ТОП-10 субъектов РФ по объемам жилищного строительства, % от сданной в эксплуатацию общей площади жилья

Диаграмма 18. ТОП-10 субъектов РФ по объемам жилищного строительства, % от сданной в эксплуатацию общей площади жилья

Диаграмма 19. Средние цены на 1 кв. метр на первичном рынке жилья в Москве, тыс.руб.

Диаграмма 20. Средние цены за 1 кв. метр на вторичном рынке жилья в РФ, тыс.руб.

Диаграмма 21. Средние цены за 1 кв. метр на вторичном рынке жилья в Москве, тыс.руб.

Диаграмма 22. Кредиты и прочие средства, предоставленные физическим лицам (включая просроченную задолженность) в январе 2008-2011г.г., млрд. руб.

Диаграмма 23. Структура рынка бытовой холодильной техники в натуральном выражении в 2010г., %

Диаграмма 24. Квартальные данные продаж холодильников и морозильников в РФ за 2010г., млрд.руб.

Диаграмма 25. Динамика производства бытовых холодильников и морозильников в РФ за 2006-2010г.г., млн.шт.

Диаграмма 26. Динамика производства бытовых холодильников и морозильников в РФ в I полугодии 2006-2011г.г., млн.шт.



Диаграмма 27. Динамика продаж бытовых холодильников и морозильников в РФ за 2006-2010г.г., млрд.руб.

Диаграмма 28. Динамика продаж бытовых холодильников и морозильников в РФ в I полугодии 2009-2011г.г., млрд.руб.

Диаграмма 29. Динамика рынка бытовой холодильной техники в 2009-2010г.г., млн.шт.

Диаграмма 30. Территориальная структура рынка бытовых холодильников и морозильников России в I полугодии 2011г., % (в стоимостном выражении)

Диаграмма 31. Доли крупнейших игроков на рынке бытовой холодильной техники в 2010г., % (в натуральном выражении)

Диаграмма 32. Структура розничной торговли бытовой техникой и электроникой

Диаграмма 33. Крупнейшие ритейлеры рынка бытовой техники и электроники по итогам 2010г., % (в стоимостном выражении)

Диаграмма 34. Проникновение Интернет-торговли в России и мире, %

Диаграмма 35. Структура оборота Интернет-торговли в 2010г., %

Диаграмма 36. Крупнейшие специализированные Интернет-магазины бытовой техники и электроники в РФ в 2010г., млрд.руб.

Диаграмма 37. Структура населения России по территориальному признаку, %

Диаграмма 38. Структура населения по половому признаку, % от численности населения

Диаграмма 39. Среднедушевое потребление холодильной бытовой техники в 2009-2010г.г., руб. на душу населения

Диаграмма 40. Среднедушевое потребление холодильной бытовой техники в 2009-2010г.г., шт./тыс.чел. населения

Диаграмма 41. Модели поведения россиян при выборе бытовой техники и электроники. %

Диаграмма 42. Критерии выбора торговой сети бытовой техники и электроники, %

Таблица 1. Среднерыночная ставка по кредиту в рублях, %

Таблица 2. Среднерыночная ставка по кредиту в долл., %

Таблица 3. Сравнительная характеристика крупнейших игроков (производителей) Рынка



Таблица 4. Сравнительная характеристика крупнейших сетевых розничных компаний в сегменте ритейла бытовой техники и электроники

Таблица 5. Структура населения по величине среднедушевых денежных доходов

Схема 1. Цепочка движения товара на Рынке