



Маркет  
Аналитика

**ДЕМО-ВЕРСИЯ**

**РОССИЙСКИЙ РЫНОК РИТЕЙЛА БЫТОВОЙ ТЕХНИКИ  
И ЭЛЕКТРОНИКИ.**

**МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ И АНАЛИЗ РЫНКА**

Москва, сентябрь 2010

# **СОДЕРЖАНИЕ**

## **I. ВВЕДЕНИЕ**

## **II. ХАРАКТЕРИСТИКА ИССЛЕДОВАНИЯ**

## **III. АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА РИТЕЙЛА БЫТОВОЙ ТЕХНИКИ И ЭЛЕКТРОНИКИ**

### **1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНКА БЫТОВОЙ ТЕХНИКИ И ЭЛЕКТРОНИКИ**

- 1.1. Понятие услуги
- 1.2. Показатели социально-экономического развития
- 1.3. Мировой рынок бытовой техники и электроники
- 1.4. Влияющие и смежные рынки
- 1.5. Резюме по разделу

### **2. СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА БЫТОВОЙ ТЕХНИКИ И ЭЛЕКТРОНИКИ**

- 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 БЫТОВОЙ ТЕХНИКИ И ЭЛЕКТРОНИКИ**

- 3.1. Объем производства  
Холодильники и морозильники  
Телевизоры  
Газовые и электроплиты
- 3.2. Объем импорта
- 3.3. Объем и темпы роста рынка
- 3.4. Резюме по разделу

### **4. КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ РИТЕЙЛЕРОВ НА РЫНКЕ БЫТОВОЙ ТЕХНИКИ И ЭЛЕКТРОНИКИ**

- 4.1. Уровень конкуренции, параметры конкуренции
- 4.2. Описание профилей крупнейших игроков Рынка  
Компания «Эльдорадо»  
Компания «М.Видео»  
Компания «Техносила»  
Компания «Эксперт»  
Компания «ДОМО»  
Компания Media Markt  
Компания Miele
- 4.3. Резюме по разделу

### **5. КАНАЛЫ ПРОДАЖ НА РЫНКЕ РИТЕЙЛА БЫТОВОЙ ТЕХНИКИ И ЭЛЕКТРОНИКИ**

- 5.1. Особенности сбытовой политики на Рынке
- 5.2. Описание производителей
- 5.3. Описание оптового сегмента
- 5.4. Описание розничного сегмента
- 5.5. Интернет-торговля бытовой техникой и электроникой
- 5.6. Ценообразование на рынке
- 5.7. Нормативные документы, регулирующие деятельность на рынке
- 5.8. Основные каналы продвижения на рынке
- 5.9. Резюме по разделу

### **6. ОПИСАНИЕ ТОРГОВОЙ ТОЧКИ**

- 6.1. Описание формата и месторасположения торговой точки

- 6.2. Особенности дизайна помещения
- 6.3. Средний чек
- 6.4. Описание персонала

#### **7. АНАЛИЗ КОНЕЧНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ РЫНКА БЫТОВОЙ ТЕХНИКИ И ЭЛЕКТРОНИКИ**

- 7.1. Описание потребителей на Рынке
- 7.2. Объем потребления на Рынке
- 7.3. Потребительские предпочтения на Рынке
- 7.4. Резюме по разделу

#### **8. ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ**

- 8.1. Основные тенденции Рынка
- 8.2. STEERLE-анализ рынка
- 8.3. Риски и барьеры при выходе на рынок

#### **IV. РЕЗЮМЕ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ**

Приложение 1. Средние цены на бытовую технику и электронику в августе 2005-2010г.г., руб.

Приложение 2. Динамика производства различных видов бытовой техники и электроники

## **I. ВВЕДЕНИЕ**

За последние 10 лет российский рынок бытовой техники в значительной степени сформировался и четко структурировался. Еще год назад Россия входила в четверку лидеров европейских рынков электроники и бытовой техники - после Германии, Великобритании и Франции. И одним из самых динамичных рынков в мире: рост в среднем составлял 15% в год.

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.

Однако мировой финансово-экономический 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. Однако, несмотря на спад, российский рынок бытовой техники продолжает считаться самым перспективным в Европе.

## **II. ХАРАКТЕРИСТИКА ИССЛЕДОВАНИЯ**

### **Цель исследования**

Изучение и анализ российского рынка бытовой техники и электроники: текущей ситуации, тенденций и перспектив его развития с учётом влияния кризиса

### **Задачи исследования**

- Определить количественные показатели рынка
- Провести сегментацию и описать структуру рынка
- Дать характеристику сегментам рынка
- Провести конкурентный анализ рынка
- Провести анализ потребителей рынка
- Описать тенденции рынка, а также факторы, влияющие на развитие рынка
- Выявить перспективы развития рынка

### **Предмет исследования**

Российский рынок ритейла бытовой техники и электроники(далее Рынок)

### **Методы сбора данных**

Данное исследование было проведено кабинетным методом, который предполагает получение вторичной информации о рынке из открытых источников, а также консолидации уже имеющихся сведений об изучаемом рынке.

### **III. АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА РИТЕЙЛА БЫТОВОЙ ТЕХНИКИ И ЭЛЕКТРОНИКИ**

#### **ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНКА БЫТОВОЙ ТЕХНИКИ И ЭЛЕКТРОНИКИ**

##### **Понятие услуги**

**Бытовая техника (БТ) и бытовая электроника** - техника, предназначенная для облегчения домашних работ, для создания комфорта в повседневной жизни человека.

...

**Ассоциация торговых компаний и товаропроизводителей электробытовой и компьютерной техники (РАТЭК)**

[www.ratek.org](http://www.ratek.org)

...

##### **Показатели социально-экономического развития**

В настоящее время российская экономика постепенно восстанавливается от последствий мирового финансового кризиса и прежде всего, благодаря реализации антикризисных мер и адаптации экономики к изменившимся условиям.

Для большей наглядности, приведем описание фаз протекания кризиса в 2009-2010г.г.<sup>1</sup>

1. С января по февраль 2009г. – **инерция кризиса**. Для данного этапа были характерны следующие особенности: рост оттока капитала, ухудшение финансового положения предприятий, сокращение инвестиций в основной капитал, кризис краткосрочного кредитования, спад производства практически во всех отраслях экономики, включая потребительские
2. С марта по май 2009г. – **стабилизация в валютно-финансовой системе**. Благодаря проведению политики «дорогих денег»<sup>2</sup>, период девальвации остановился, что привело к изменению экономической ситуации, в частности, произошло снижение давления на валютный рынок, а уровень обменного курса держался в установленных рамках. В различных секторах экономики начали происходить изменения.
3. С июня по декабрь 2009г. – **предпосылки стабилизации или перерыв спада**  
Однозначно оценить данный период времени достаточно сложно, поскольку происходящие события имели как позитивную, так и негативную направленность: облегчение доступа компаний к кредитным ресурсам, адаптация компаний к самофинансированию снижение занятости и реальных доходов населения.
4. С января по май 2010г. – **постепенный выход из кризиса**

---

<sup>1</sup> Источник: «Центр макроэкономического анализа и краткосрочного прогнозирования», 2009г.

<sup>2</sup> **Политика «дорогих денег»** - проводится Центробанком, прежде всего, как антиинфляционная политика. Для того чтобы сократить денежное предложение, ограничивается денежная эмиссия, осуществляется продажа государственных ценных бумаг на открытом рынке, увеличивается минимальная резервная норма, увеличивается учётная ставка

По словам председателя Банка России Сергея Игнатьева, российская экономика медленно, но достаточно уверенно выходит из кризиса, а в числе проблем он назвал волатильность<sup>3</sup> на мировых товарных и финансовых рынках.<sup>4</sup>

5. С мая 2010г. по настоящее время – **восстановительный рост экономики.**

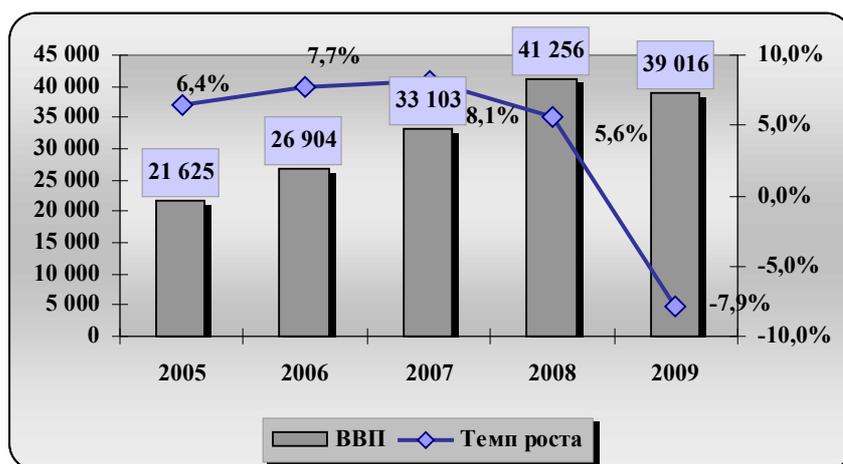
Для данного этапа характерны следующие особенности:<sup>5</sup> активизация спроса российских компаний и населения на кредит, рост промышленного производства, анонсирование ряда крупных инвестиционных проектов, Снижение безработицы

Основной вопрос, который беспокоит всех, начиная от политиков и заканчивая обычными гражданами – приобретет ли наметившийся тренд необходимую устойчивость или нас ожидает волна кризиса во второй половине 2010г. Ответ на этот вопрос будет зависеть от того, насколько грамотно будет использован наметившийся тренд.

**Внутренний валовой продукт (ВВП). Промышленное производство**

По данным «ФСГС РФ» к концу 2009г. **объем ВВП достиг отметки в 39 016 млрд. руб.**, что на 7,9% меньше, чем в 2008г.

**Диаграмма 1. Динамика ВВП за период 2005-2009гг., в текущих ценах, млрд. руб.**



...

**Диаграмма 2. Прогноз величины ВВП на 2010-2012г.г., в номинальных ценах, млрд. руб.**

...

**Уровень инфляции**

В изначальном варианте бюджета РФ на 2009г. планировалось, что инфляция составит 8,5%, затем Минэкономразвития РФ скорректировало прогноз – в середине декабря 2008 – 11%, в январе 2009г.

<sup>3</sup> **Волатильность** - финансовый показатель, характеризующий тенденцию рыночной цены или дохода, изменяющийся во времени. Является важнейшим финансовым показателем и понятием в управлении финансовыми рисками, где представляет собой меру риска использования финансового инструмента за заданный промежуток времени.

<sup>4</sup> Источник: «Reuters» от 21.05.2010г.

<sup>5</sup> Источник: «ЦМАКП» - «На выходе из кризиса: обзор тенденций российской экономики», 19.07.2010г.

– 13%.<sup>6</sup> Однако по итогам 2009г. инфляция составила 8,8%, что соответствует изначальным оценкам.<sup>7</sup>

...

**Диаграмма 3. Уровень инфляции за период 2003-2009 гг. (к декабрю прошлого года), %**

...

**Диаграмма 4. Индекс потребительских цен, в 2010г., % к предыдущему месяцу**

...

**Уровень занятости**

В июне 2010г. «Росстат» подвел итоги выборочного обследования населения по проблемам занятости, согласно которому численность экономически активного населения в возрасте 15-72 лет (занятые + безработные) в июне 2010г. составила 76,2 млн. человек, или более 54% от общей численности населения страны.

### **Мировой рынок бытовой техники и электроники**

По данным Miele, мировой объем продаж бытовой техники в 2009г. составил 195 млрд. долл.<sup>8</sup> Из них 150 млрд. долл. пришлось на крупную технику и 45 млрд. – на малую (данные без учета бытовой электроники – телевизоров). Падение продаж, вызванное кризисом, составило 6%.

...

### **Влияющие и смежные рынки**

Влияющим для рынка розничной торговли бытовой техники и электроники является рынок торговой недвижимости.

...

**Диаграмма 5. Распределение площадей ТЦ по городам России, %**

...

**Диаграмма 6. Объем площадей введенный в эксплуатацию в II кв. 2010г.**

...

**Таблица 1. Арендные ставки в ТЦ в зависимости от профиля, II кв.2010г.**

Формат	Торговая площадь	Москва	Санкт-Петербург
...	...	...	...

...

### **Прогнозы рынка торговой недвижимости**

Что касается дальнейшего развития событий, то большинство проектов, находящихся на стадии строительства, будут закончены в этом или в следующем году. Ввод новых объектов в 2012-2013г.г. будет значительно ниже из-за того, что за последний год не было начато строительство ни одного объекта

<sup>6</sup> [www.economy.gov.ru](http://www.economy.gov.ru)

<sup>7</sup> [www.gks.ru](http://www.gks.ru)

<sup>8</sup> Источник: Журнал «Однако» от 06.09.2010г.

...

## Резюме по разделу

...

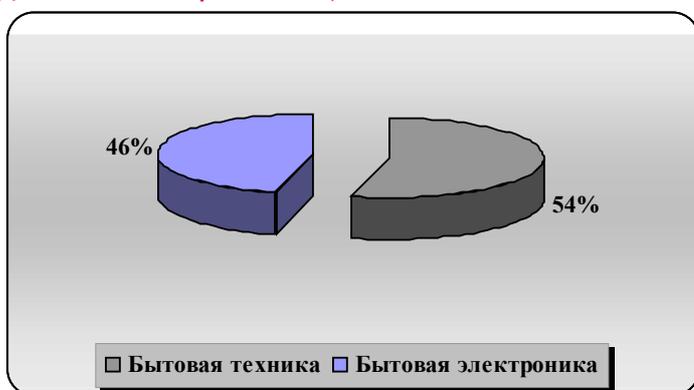
### **СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА БЫТОВОЙ ТЕХНИКИ И ЭЛЕКТРОНИКИ**

#### **Сегментация Рынка по основным видам продукции**

Рынок бытовой техники и электроники принято разделять на **два основных сегмента**:

1. Бытовая электроника
2. Бытовая техника

Диаграмма 7. Структура рынка бытовой техники и электроники в 2009г., % (в денежном выражении)



Источник: Маркет Аналитика, по данным GFK RETAIL AND TECHNOLOGY, 2010г.

...

Диаграмма 8. Структура Рынка по основным категориям продукции, % (в денежном выражении)

...

#### **Ценовая сегментация Рынка**

Как правило, в области розничной торговли конкуренция идет по следующим параметрам: по цене продукции, по разнообразию предоставляемой продукции, по географическому охвату. Однако в существующих условиях основополагающим фактором конкуренции является цена продукции.

...

#### **Сезонность на Рынке**

Рынок бытовой техники и электроники является сезонным, пик продаж приходится на IV квартал года, также активность покупателей отмечается в гендорные праздники (Международный женский день и День защитника Отечества).

...

## Резюме по разделу

...

# **ОСНОВНЫЕ КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РЫНКА БЫТОВОЙ ТЕХНИКИ И ЭЛЕКТРОНИКИ**

## **Объем производства**

В докризисный 2007г. отечественные производители чувствовали себя довольно уверенно, увеличив объем выпуска бытовой техники и электроники на 18%, однако затем экономика страны испытала на себе последствия мирового экономического кризиса, которые не могли не сказаться на производителях. Так, если в 2008г., производство бытовой техники и электроники, в России, сократилось на 7,9%, то **по итогам 2009г.** вовсе произошел «обвал» - производство сократилось на 23% до **15,5 млн. шт.**

**Диаграмма 9. Динамика производства бытовой техники и электроники в РФ в 2006-2009г.г., млн.шт.**

...

**Диаграмма 10. Структура производства бытовой техники и электроники в РФ в 2009г., % (в натуральном выражении)**

...

## **Объем импорта**

В зависимости от сегмента рынка бытовой техники и электроники, доля импорта сильно отличается. Так, по данным «РАТЭК»<sup>9</sup> крупная бытовая техника и телевизоры на 80-85% производятся в России. В свою очередь малая цифровая техника наоборот, примерно на 90% импортируется, мелкая бытовая техника вообще почти полностью импортируется.

...

## **Объем и темпы роста рынка**

...

**Диаграмма 11. Объем рынка бытовой техники и электроники в 2007-2010г.г., млрд. долл.**

...

**Диаграмма 12. Изменение товарооборота по группам в 2009г., %**

...

**Диаграмма 13. Изменение товарооборота по группам за I-II кв. 2010г.**

...

## Резюме по разделу

...

---

<sup>9</sup> [www.ratek.org](http://www.ratek.org)

# **КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ РИТЕЙЛЕРОВ НА РЫНКЕ БЫТОВОЙ ТЕХНИКИ И ЭЛЕКТРОНИКИ**

## **Уровень конкуренции, параметры конкуренции**

В докризисный период на отечественном рынке существовала так называемая «большая четверка» игроков:

- «Эльдорадо»
- «М.Видео»
- «Техносила»
- «МИР»

Также можно отметить регионального ритейлера «Эксперт», однако он не имеет единой корпоративной структуры и развивается по франшизе.

С наступлением кризиса ситуация начала меняться – лишь сети «М.Видео» удалось укрепить свои позиции на рынке, в тоже время «Эльдорадо» нельзя считать игроком, серьезно пострадавшим от кризиса, даже не смотря на налоговые претензии и требования кредиторов о погашении задолженности. Так, в 2009г. сеть продемонстрировала сокращение продаж лишь на 1%.<sup>10</sup>

...

**Диаграмма 14. ТОП-5 ритейлеров рынка бытовой техники и электроники в 2010г., %**

...

## **Описание профилей крупнейших игроков Рынка**

### **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 «Sulprak».

#### **Показатели деятельности**

Сегодня компания занимает около 25% рынка бытовой электроники в России. Узнаваемость бренда «Эльдорадо» в большинстве регионов превышает 80%, а в некоторых городах доходит и до 98%.

#### **Преимущества**

- Первое место в сегменте розничной торговли бытовой химии
- Широкий ассортимент

---

<sup>10</sup> Источник: Журнал «Компания», №604 от 31.05.2010г.

- Широкая распространенность сети

### **Планы по развитию**

- Расширение сети в России и Украине присутствие (города с населением более 100 тыс. человек);
- Расширение присутствия в СНГ.
- В 2010г. планируется открытие более 50 новых магазинов площадью 2000 - 2500 кв. м. Площадь магазинов компании увеличится на 120 000 кв. м, до 830 000 кв. м. Инвестиции в расширение сети составят \$60 млн. долл.

### ***Компания «М.Видео»***

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

...

### ***Компания «Техносила»***

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

...

### ***Компания «Эксперт»***

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

...

### ***Компания «ДОМО»***

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

...

### ***Компания Media Markt***

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

...

### ***Компания Miele***

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

...

**Таблица 2. Сравнительная характеристика крупнейших сетевых розничных компаний в сегменте ритейла бытовой техники и электроники**

...

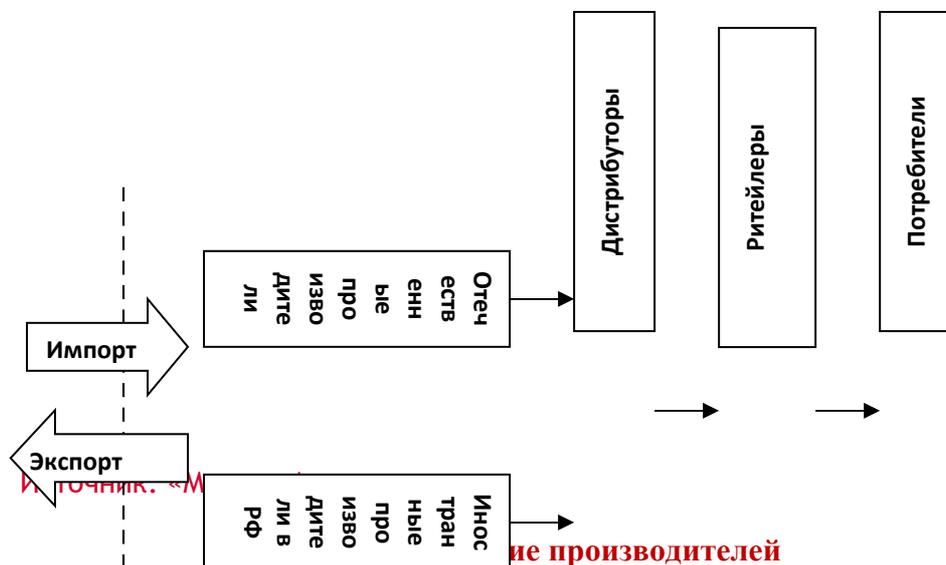
## **Резюме по разделу**

...

# КАНАЛЫ ПРОДАЖ НА РЫНКЕ РИТЕЙЛА БЫТОВОЙ ТЕХНИКИ И ЭЛЕКТРОНИКИ

## Особенности сбытовой политики на Рынке

Схема 1. Цепочка движения товара на Рынке



Производителей бытовой техники и электроники, 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:

...

Таблица 3. Сравнительная характеристика производителей бытовой техники и электроники.

...

Название компании	Дата основания	Направления деятельности	Ассортиментный портфель	География сбыта	Преимущества
<b>Отечественные компании</b>					
Vitek	1999	<ul style="list-style-type: none"> <li>Производство бытовой техники и электроники</li> <li>Оптовая продажа бытовой техники и электроники</li> <li>Розничная продажа бытовой техники и электроники через Интернет</li> </ul>	Ассортимент предлагаемой продукции составляет около 700 наименований: аудио-видео техника, климатическая техника, малая бытовая техника	<p>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.</p> <p>Бытовая техника Vitek реализуется в 1 119 торговых точках</p>	<p>Производственные мощности, используемые мировыми лидерами рынка</p> <p>Широкий ассортимент</p> <p>Развитая система сервисных центров</p>

Название компании	Дата основания	Направления деятельности	Ассортиментный портфель	География сбыта	Преимущества
					Присутствие в крупнейших торговых сетях.
...	...	...	...	...	...

### Описание оптового сегмента

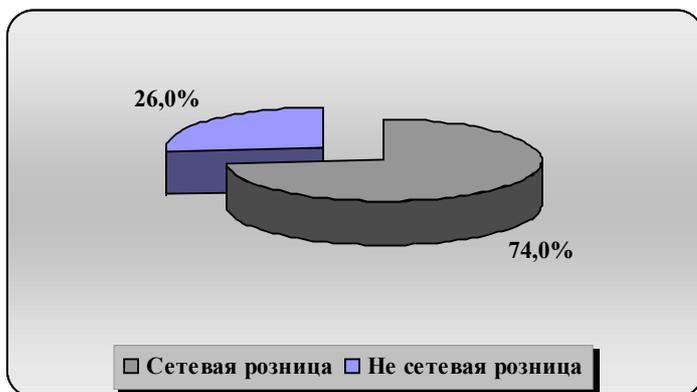
...

### 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.

**Диаграмма 15. Структура розничной торговли бытовой техникой и электроникой**



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

...

### **Private label в розничной торговле бытовой техникой**

Наличие собственной торговой марки позволяет ритейлерам самостоятельно формировать ассортимент, определять ценовую политику и не зависеть от рекомендаций производителей.

Российские розничные сети начали продавать товары под собственными торговыми марками в 2002-2003 годах. Сейчас private label есть у всех крупнейших сетей:

- «Эльдорадо»: Elenberg
- «Техносила»: Techno
- «Технопарк»: Bork, Bimatek

...

### **Региональное развитие розничной торговли бытовой техникой**

Региональное развитие Рынка вызывает интерес большинства игроков, так как региональное развитие компании повышает темп роста сети снижает риски конкуренции в больших городах, а также риски падения продаж и рентабельности в связи с ростом Интернет-продаж, приходом на российский рынок западных сетей и повышения арендных ставок.

...

### **Интернет-торговля бытовой техникой и электроникой**

Доля Интернет-магазинов в структуре продаж бытовой техники и электроники постоянно растет, и не только за счет крупных городов. К тому же игроки Рынка развивают Интернет-магазины, работающие не только в рамках одного региона, но и по всей России.

...

### **Диаграмма 16. Объем рынка Интернет-торговли в 2008-2010г.г., млрд. долл.**

...

### **Диаграмма 17. Структура продаж бытовой техники и электроники через Интернет**

...

По данным исследования компании «Бизнес Порт», интернет-магазины техники занимают 15% российского рынка интернет-торговли. И эксперты Рынка прогнозируют сегменту бытовой техники рост на рынке интернет-торговли в условиях кризиса. Пока в этом сегменте лидирует «Холодильник.ру».<sup>11</sup>

### **Таблица 4. Перечень игроков, появляющихся на первой странице при запросе в крупнейших поисковых системах (в порядке очередности)**

...

---

<sup>11</sup> [http://marketing.rbc.ru/news\\_research/01/06/2009/562949963066407.shtml](http://marketing.rbc.ru/news_research/01/06/2009/562949963066407.shtml)

**Таблица 5. Сравнительная характеристика некоторых интернет-магазинов бытовой техники и электроники**

Название магазина	Год основания	Региональная представленность	Позиции	Время доставки	Стоимость доставки, рублей
<a href="http://www.003.ru/">http://www.003.ru/</a>	2000	Москва, Пенза, Орел, Нижний Новгород, Смоленск	- Крупная бытовая техника - Встраиваемая бытовая техника - Мелкая бытовая техника - ТВ и видеотехника - Компоненты Hi-Fi и Hi-End - Фототехника - Портативная техника и ноутбуки - Компьютеры и оргтехника - Климатическая техника - Автомобильная электроника - Игровые приставки - Товары для дома и сада - Мобильные средства связи - Офисная мебель	пн-сб: 09-20.00 вск: выходной	от 330 до 650
...	...	...	...	...	...

### **Ценообразование на рынке**

Розничная цена является одной из основных характеристик товара, а система ценообразования в розничной торговле является одной из важнейших характеристик всего сбалансированного товарного предложения, ради которого потребители ежедневно посещают те или иные магазины.

Таким образом, розничная цена товара зависит от следующих факторов:

...

### **Нормативные документы, регулирующие деятельность на рынке**

...

#### **1.2. Основные каналы продвижения на рынке**

Существует несколько каналов продвижения розничных сетей, среди которых можно выделить:

- Реклама на телевидении
- Реклама на радио
- Наружная реклама
- Печатные СМИ

- Интернет-реклама
- Листовки

...

## **Резюме по разделу**

...

## **ОПИСАНИЕ ТОРГОВОЙ ТОЧКИ**

### **1.3. Описание формата и месторасположения торговой точки**

Можно выделить несколько основных форматов специализированных торговых точек по продаже бытовой техники:

- Классический магазин бытовой техники
- Магазин в составе торгового центра (ТЦ)
- Гипермаркет бытовой техники (Media Markt)
- Дискаунтер бытовой техники («Эльдорадо»)

### **1.4. Особенности дизайна помещения**

...

#### **Средний чек**

**Диаграмма 18. Средний чек в сети магазинов «Эльдорадо» в 2009-2010г.г., руб.**

...

#### **Описание персонала**

...

## **АНАЛИЗ КОНЕЧНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ РЫНКА БЫТОВОЙ ТЕХНИКИ И ЭЛЕКТРОНИКИ**

### **Описание потребителей на Рынке**

Потребителями бытовой техники и электроники являются частые лица, поскольку эта продукция приобретается для домашнего использования. B2C рынок представлен физическими лицами: потенциальными потребителями продукции Рынка является все население, однако частота потребления зависит от материального положения семьи.

...

**Диаграмма 19. Структура населения России по территориальному признаку, %**

...

**Таблица 6. Структура населения по величине среднедушевых денежных доходов**

...

## Объем потребления на Рынке

...

Диаграмма 20. Структура потребительских расходов на непродуктивные товары в 2010г., %

...

## Потребительские предпочтения на Рынке

...

Диаграмма 21. Модели поведения россиян при выборе бытовой техники и электроники. %

...

## Резюме по разделу

...

## **ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ**

### Основные тенденции Рынка

...

### STEEPLE-анализ рынка

S	Социальные факторы
	•
T	Технологические факторы
	•
E	Экономические факторы
	•
E	Факторы окружающей среды
	•
	•
	•
	•
	•

• ...

## **Риски и барьеры при выходе на рынок**

Новой торговой марке для достижения необходимого уровня знания может потребоваться значительная рекламная поддержка. Стоимость дистрибуции постоянно растёт, а необходимый масштаб распространения достигается со временем. При этом можно вложить существенные инвестиции в дистрибуцию и продвижение, но из-за некачественного продукта покупатель не купит его второй раз.

...

## IV. РЕЗЮМЕ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ

### Список диаграмм и таблиц

- Диаграмма 22. Динамика ВВП за период 2005-2009гг., в текущих ценах, млрд. руб.
- Диаграмма 23. Прогноз величины ВВП на 2010-2012г.г., в номинальных ценах, млрд. руб.
- Диаграмма 24. Уровень инфляции за период 2003-2009 гг. (к декабрю прошлого года), %
- Диаграмма 25. Индекс потребительских цен, в 2010г., % к предыдущему месяцу
- Диаграмма 26. Уровень занятости в июне 2010г., %
- Диаграмма 27. Уровень безработицы по федеральным округам (% от численности экономически активного населения)
- Диаграмма 28. Динамика среднемесячной номинально начисленной заработной платы, руб.
- Диаграмма 29. Оборот розничной торговли в 2006-2009г.г., трлн. руб.
- Диаграмма 30. Динамика оборота розничной торговли за период 2009-2010 гг., млрд. руб.
- Диаграмма 31. Структура оборота розничной торговли в июне 2010г., %
- Диаграмма 32. Структура оборота розничной торговли в зависимости от места реализации товара, июне 2010г., %
- Диаграмма 33. Структура мирового рынка бытовой техники в 2009г., % (в денежном выражении)
- Диаграмма 34. Региональная структура мирового рынка бытовой техники, %
- Диаграмма 35. Прогноз мировой выручки производителей электроники на 2011-2013г.г., млрд.долл.
- Диаграмма 36. Распределение площадей ТЦ по городам России, %
- Диаграмма 37. Объем площадей введенный в эксплуатацию в II кв. 2010г.
- Таблица 7. Арендные ставки в ТЦ в зависимости от профиля, II кв.2010г.
- Диаграмма 38. Структура рынка бытовой техники и электроники в 2009г., % (в денежном выражении)
- Диаграмма 39. Структура Рынка по основным категориям продукции, % (в денежном выражении)
- Таблица 8. Основные виды бытовой техники и электроники
- Диаграмма 40. Динамика производства бытовой техники и электроники в РФ в 2006-2009г., млн.шт.
- Диаграмма 41. Структура производства бытовой техники и электроники в РФ в 2009г., % (в натуральном выражении)
- Диаграмма 42. Динамика производства холодильников и морозильников в 2006-2009г.г., млн. шт.
- Диаграмма 43. Структура производства холодильников и морозильников, % (в натуральном выражении)
- Диаграмма 44. Динамика производства телевизоров в 2006-2009г.г., млн. шт.
- Диаграмма 45. Структура производства различных видов телевизоров, млн. шт.
- Диаграмма 46. Динамика производства газовых и электроплит в 2006-2009г.г., млн. шт.
- Диаграмма 47. Структура производства газовых и электроплит в 2009г., % (в натуральном выражении)
- Диаграмма 48. Объем рынка бытовой техники и электроники в 2007-2010г.г., млрд. долл.
- Диаграмма 49. Изменение товарооборота по группам в 2009г., %
- Диаграмма 50. Изменение товарооборота по группам за I-II кв. 2010г.
- Диаграмма 51. ТОП-5 ритейлеров рынка бытовой техники и электроники в 2010г., %
- Таблица 9. Сравнительная характеристика крупнейших сетевых розничных компаний в сегменте ритейла бытовой техники и электроники
- Схема 2. Цепочка движения товара на Рынке

Таблица 10. Сравнительная характеристика производителей бытовой техники и электроники

Диаграмма 52. Структура розничной торговли бытовой техникой и электроникой

Диаграмма 53. Объем рынка Интернет-торговли в 2008-2010г.г., млрд. долл.

Диаграмма 54. Структура продаж бытовой техники и электроники через Интернет

Таблица 11. Перечень игроков, появляющихся на первой странице при запросе в крупнейших поисковых системах (в порядке очередности)

Таблица 12. Сравнительная характеристика некоторых интернет-магазинов бытовой техники и электроники

Диаграмма 55. Средний чек в сети магазинов «Эльдорадо» в 2009-2010г.г., руб.

Диаграмма 56. Средний чек в сети магазинов «М.Видео» в 2008-2009г.г., руб.

Диаграмма 57. Структура населения России по территориальному признаку, %

Диаграмма 58. Структура населения по половому признаку, % от численности населения

Таблица 13. Структура населения по величине среднедушевых денежных доходов

Диаграмма 59. Структура потребительских расходов на непродовольственные товары в 2010г., %

Диаграмма 60. Модели поведения россиян при выборе бытовой техники и электроники. %

Диаграмма 61. Критерии выбора торговой сети бытовой техники и электроники, %