



Маркет  
Аналитика

**ДЕМО-ВЕРСИЯ**  
**РОССИЙСКИЙ РЫНОК РИТЕЙЛА БЫТОВОЙ ТЕХНИКИ И**  
**ЭЛЕКТРОНИКИ.**

Москва, 2012



## **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
- 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
- 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. STEERPLE-анализ рынка
- 8.3. Риски и барьеры при выходе на рынок

## **IV. РЕЗЮМЕ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ**



## 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНКА БЫТОВОЙ ТЕХНИКИ И ЭЛЕКТРОНИКИ

**Электрический прибор или электроприбор** – это техническое устройство, приводимое в действие с помощью электричества и выполняющее некоторую полезную работу, которая может выражаться в виде механической работы, выделения теплоты или предназначенное для обеспечения работы других электроприборов. Бытовая техника (БТ) и бытовая электроника - техника, предназначенная для облегчения домашних работ, для создания комфорта в повседневной жизни человека.

.....

Согласно данным ... и ... , в 2011г. объем мирового рынка потребительской электроники превысил ... . По сравнению с 2010г. рост мирового рынка составил ...%.

В 2011г. наиболее быстрыми темпами росли продажи в странах Центральной и Восточной Европы (включая Россию и СНГ) – на ...%, в Западной Европе около ...%, в Северной Америке – ...%.

...

## 2. СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА БЫТОВОЙ ТЕХНИКИ И ЭЛЕКТРОНИКИ

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

1. Бытовая электроника
2. Бытовая техника

.....

Наиболее емким сегментом рынка является сегмент бытовой электроники, на долю которого приходится ...% рынка бытовой техники и электроники, соответственно бытовая техника занимает ...% Рынка.

Каждый из представленных сегментов Рынка включает следующие **подсегменты**:

- Аудио и видео техника
- Фототехника
- Малая бытовая техника
- Крупная бытовая техника



В структуре российского рынка бытовой техники и электроники наибольшая доля (в стоимостном выражении) принадлежит сегменту аудио-видео техники (...%), на втором месте находится крупная бытовая техника – ...%.

.....

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).

.....

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

В докризисный период отечественные производители чувствовали себя довольно уверенно, увеличивая объемы выпуска бытовой техники и электроники. С наступлением кризиса многие производители были вынуждены сократить производство, однако, уже в 2010-2011г.г. отечественные производители вышли на докризисный уровень производства.

.....

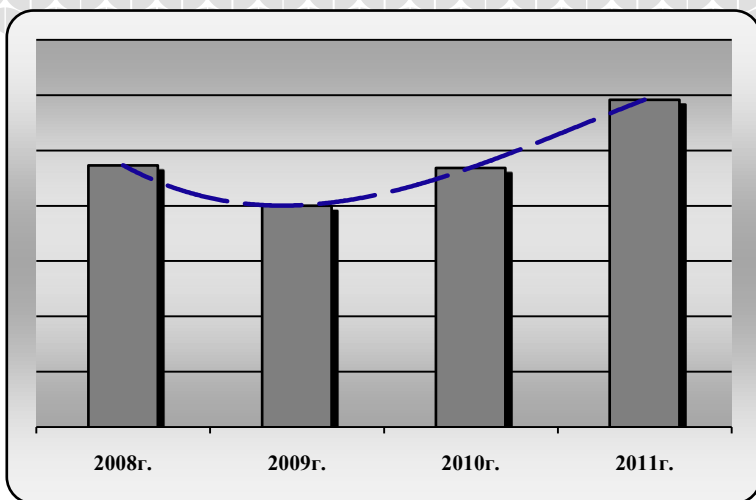
Производство холодильников и морозильников второй год подряд демонстрирует уверенный рост – в 2010г. рост составил ...% до ... млн.шт., а в 2011г. производство увеличилось на ...% до ... млн.шт., тем самым превысив докризисный уровень производства. На фоне улучшения экономического положения в стране, росту производства холодильной техники способствовал «отложенный спрос», который накопился в период экономического кризиса.

.....

В зависимости от сегмента рынка бытовой техники и электроники, доля импорта сильно отличается. Так, по данным ... крупная бытовая техника и телевизоры на ...-...% производятся в России. В свою очередь малая цифровая техника наоборот, примерно на ...% импортируется, мелкая бытовая техника вообще почти полностью импортируется.

.....

**Диаграмма. Объем рынка бытовой техники и электроники в 2008-2011г.г., млрд. руб.**



Источник: ...

.....

В 2011г. наиболее динамично развивались сегменты фототехники и бытовой электроники – прирост составил ... и ...% соответственно. Рост продаж крупной и малой бытовой техники был не столь значительным – около ...%.

.....

Рост сегмента **крупной бытовой техники** был более сдержанным – около ...%, что говорит о большей насыщенности и зрелости данного сегмента. Рост КБТ в России был вызван большей частью вкладом рынка холодильников. Также отмечается рост популярности:

- Встроенных микроволновых печей
- Узких стиральных машин
- Небольших холодильников

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

В настоящее время на отечественном рынке бытовой техники и электроники существует так называемая «большая четверка» игроков:

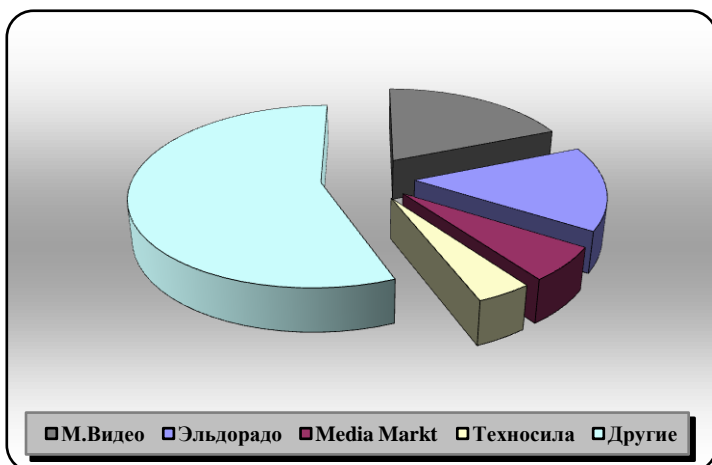
- «М.Видео»
- «Эльдорадо»



- «Медиамаркт»
- «Техносила»

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

### Диаграмма. Крупнейшие ритейлеры рынка бытовой техники и электроники в 2011г., % (в денежном выражении)



Источник: «Маркет Аналитика»

.....

### Описание профилей крупнейших игроков Рынка

#### Компания «М.Видео»

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

#### О компании

«М.Видео» - крупнейший оператор розничной торговли в секторе бытовой техники и электроники в России по объемам выручки. 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 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;
- Предоставление кредитов;
- Программы лояльности для постоянных клиентов (дисконтные карты);
- Доставка и установка техники;
- Установка Car-audio и автосигнализации;
- Гарантийное обслуживание, включая программу дополнительного обслуживания, а также послегарантийное обслуживание.

### **География деятельности**

По результатам 1-го полугодия 2012 г. в 121 городе Российской Федерации работают ... гипермаркетов «М.видео». Общая площадь магазинов составляет ... тыс. кв. метров, торговая площадь - ... 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**

- Выручка по итогам 2011г. – ... млрд.руб. (+...%)
- Доля компании на рынке в 2011г. – ...% (в денежном выражении)
- Средняя выручка на 1 кв. м в 2011г. – ... тыс.долл.

### **Преимущества**

- Ведущая российская розничная сеть по продаже электроники и бытовой техники
- Широкий ассортимент
- Широкая представленность сети



### **Планы по развитию**

В 2012 г. Компания планирует открыть от 30 до 40 новых 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 «Sulprak». Осенью 2012г. компания объявила о покупке половины сети «Техносила», тем самым укрепив свои позиции на Рынке.

### **Направления деятельности**

Розничная торговля товарами бытовой техники и электроники.

.....

### **Компания Media Markt**

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

### **О компании**

Media Markt - лидер европейского розничного рынка бытовой техники и электроники основан в 1979 году в Мюнхене. Через десять лет сеть вышла во Францию и начала европейскую экспансию. Media Markt входит в состав Media-Saturn-Holding GmbH.

В декабре 2006г. Media Markt вышел на российский рынок, где было создано российское подразделение Media-Saturn-Holding GmbH - компания «Медиа-Маркт-Сатурн».



### Направления деятельности

- Мелкооптовая торговля;
- Розничная торговля продуктами питания;
- Розничная торговля товарами бытовой техники и электроники.

.....

витие всех направлений бизнеса в регионах России

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

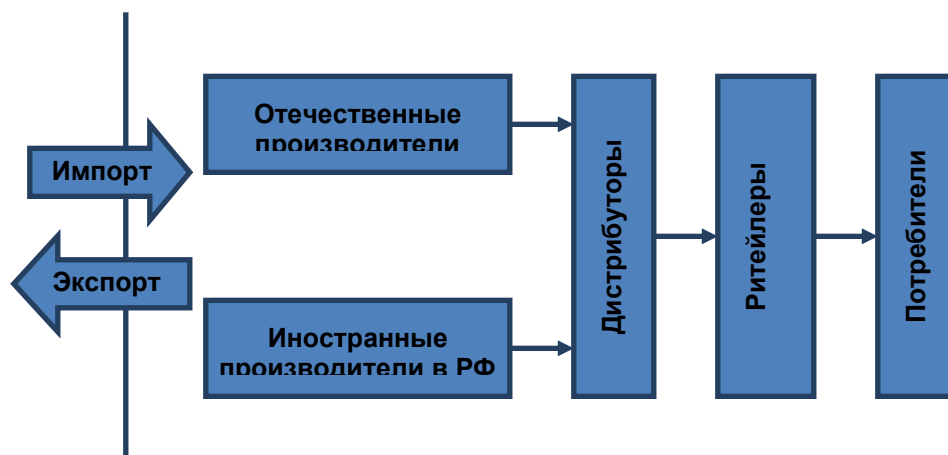
Название компании	Дата основания	Направления деятельности	Ассортиментный портфель	География сбыта	Формат сети	Показатели	Преимущества	Планы по развитию
«М.Видео»	1993	...	...	...	...	...	...	...
«Эльдорадо»	1994	...	...	...	...	...	...	...
MediaMarkt	2006	...	...	...	...	...	...	...
«Техносила»	1993	...	...	...	...	...	...	...
«Центр»	1990	...	...	...	...	...	...	...
«Эксперт»	2004	...	...	...	...	...	...	...
«ДОМО»	1998	...	...	...	...	...	...	...

Источник: «Маркет Аналитика»

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

Цепочка движения товара на рынке бытовой техники и электроники представлена на схеме.

Схема. Цепочка движения товара на Рынке



Источник: «Маркет Аналитика»

Рассмотрим представленную схему подробнее

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.

.....

На сегодняшний день в России производятся в основном стиральные машины, холодильники, телевизоры, музыкальные центры, однако большинство заводов принадлежит иностранным инвесторам. Примерно ...-...% холодильников и стиральных машин уже производится на территории страны.



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.

.....

**Таблица. Сравнительная характеристика производителей бытовой техники и электроники**

Название компании	Дата основания	Направления деятельности	Ассортиментный портфель	География сбыта	Преимущества
<b>Отечественные компании</b>					
<i>Vitek</i>	1999	•			
<i>Bork</i>	2001	•			
<i>ОАО «КЗХ «Бирюса»</i>	1963	•			
<i>Scarlett</i>	1996	•			
<b>Зарубежные компании</b>					
<i>Electrolux</i>	1910 (1994)	•			
<i>Indesit Company</i>	1930 (1993)				
<i>Bosch und Siemens Hausgeraete GmbH</i>	1886 (1994)	•			
<i>Samsung Electronics</i>	1938 (1997)				
<i>LG Electronics</i>	1947 (1997)	•			

Источник: «Маркет Аналитика»



Как правило, в среднем и низком ценовых сегментах работают федеральные и глобальные сети по продаже бытовой техникой и электроникой.

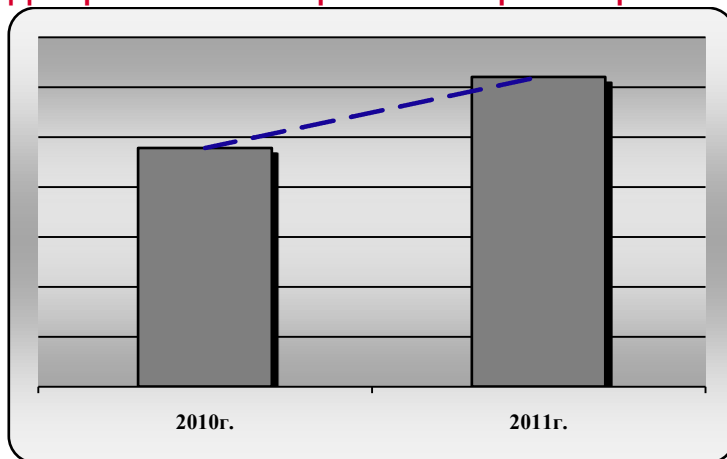
.....

Необходимо отметить, что конкуренция в розничном сегменте рынка бытовой техники в среднем выше, чем в сегменте продуктового ритейла.

.....

Согласно исследованиям «...» и «...» в 2011г. Интернетом пользовалось ...% россиян, из них около ...% совершали онлайн-покупки. Таким образом, рынок имеет большой потенциал для развития. По данным ... , сумма продаж онлайн-товаров конечному потребителю за 2011г.составила ... млрд. руб., что на ...% больше, чем за 2010г.

**Диаграмма. Объем рынка Интернет-торговли в 2010-2011г.г., млрд.руб.**



Источник: ...

.....

**Диаграмма. Структура продаж онлайн-товаров в 2011г., %**





Источник: ...

## 6. АНАЛИЗ КОНЕЧНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ РЫНКА БЫТОВОЙ ТЕХНИКИ И ЭЛЕКТРОНИКИ

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.

Как видно из представленной диаграммы на долю бытовых приборов приходится ...% от всех расходов населения в 2011г. По данным «Маркет Аналитика», потребление бытовой техники и электроники в России в 2011г. составило ... тыс.руб. на человека в год.

Согласно результатам опроса более ...% 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.

Лишь ...% респондентов приобретают бытовую технику и электронику сразу, при первом посещении магазина. Подобная манера выбора товара присуща покупателям с более высоким уровнем дохода (...%) и чей возраст старше ... лет (...%).

### STEEPLE-анализ рынка

PESTEL-анализ - маркетинговый инструмент, предназначенный для выявления политических (Political), экономических (Economic), социальных (Social), технологических (Technological), экологических (Ecology) и правовых (legal) аспектов внешней среды которые могут повлиять на стратегию компании. . Каждый фактор имеет знак (-) или (+) – в зависимости от качества влияния его на рынок. Данный вид анализа выявляет значимые для развития рынка факторы, а также представляет оценку степени влияния этих факторов на изучаемую отрасль.



<b>S</b>	<b>Социальные факторы</b>
•	
<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»

Среди **факторов, благоприятствующих** развитию рынка можно отметить следующие:

- Постепенный выход экономики страны из кризиса
- ...

Среди **проблем**, с которыми сталкиваются производители можно отметить:

- Снижение инвестиционной привлекательности России
- ....

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

- **Отсутствие собственных средств**

На фоне финансового кризиса существует сложность с привлечение заёмных средств, что может привести к невозможности выйти на Рынок или вложить значительное количество ресурсов в развитие компании, расширение производства и так далее.

- ...

**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.
- ...

### Перечень таблиц и диаграмм

- Диаграмма 1. Динамика ВВП за период 2007-2011гг., в текущих ценах, млрд. руб.
- Диаграмма 2. Прогноз величины ВВП на 2011-2014г.г., %
- Диаграмма 3. Индекс потребительских цен, в 2011-2012г.г., % к предыдущему месяцу
- Диаграмма 4. Уровень занятости в июле 2012г., %
- Диаграмма 5. Уровень безработицы по федеральным округам в июле 2012г. (% от численности экономически активного населения)
- Диаграмма 6. Динамика среднемесячной номинально начисленной заработной платы, руб.
- Диаграмма 7. Оборот розничной торговли в 2006-2011г.г., трлн. руб.
- Диаграмма 8. Динамика оборота розничной торговли за период 2011-2012 г.г., млрд. руб.
- Диаграмма 9. Структура оборота розничной торговли в июле 2012г., %
- Диаграмма 10. Объем мирового рынка потребительской электроники за 2010-2011г.г., млрд.долл
- Диаграмма 11. Распределение площадей ТЦ по городам России, %
- Диаграмма 12. Структура рынка бытовой техники и электроники в 2011г., % (в денежном выражении)
- Диаграмма 13. Структура Рынка по основным категориям продукции в 2011г., % (в денежном выражении)
- Диаграмма 14. Динамика производства холодильников и морозильников в 2006-2012г.г., млн. шт.
- Диаграмма 15. Динамика производства телевизоров в 2010-2011г.г., млн. шт.
- Диаграмма 16. Структура производства телевизоров в РФ (по видам) в 2011г., %
- Диаграмма 17. Динамика производства стиральных машин в РФ за 2006-2012г.г., млн.шт.
- Диаграмма 18. Структура производства стиральных машин в РФ за 2011г., %
- Диаграмма 19. Объем рынка бытовой техники и электроники в 2008-2011г.г., млрд. руб.
- Диаграмма 20. Изменение товарооборота по группам в 2011г., %
- Диаграмма 21. Динамика рынка бытовой техники и электроники за ППГ 2010-2012г.г., млрд. руб.
- Диаграмма 22. Изменение товарооборота по группам за Пкв. 2012г., % (к уровню Пкв. 2011г.)
- Диаграмма 23. Крупнейшие ритейлеры рынка бытовой техники и электроники в 2011г., % (в денежном выражении)
- Диаграмма 24. Объем рынка Интернет-торговли в 2010-2011г.г., млрд.руб.
- Диаграмма 25. Структура продаж онлайн-товаров в 2011г., %
- Диаграмма 26. Средний чек в сети магазинов «Эльдорадо» и «М.Видео» в 2009-2011г.г., руб.
- Диаграмма 27. Структура населения России по территориальному признаку, на 1 января 2012г., %



Диаграмма 28. Структура потребительских расходов домашних хозяйств в 2011г., %  
Диаграмма 29. Модели поведения россиян при выборе бытовой техники и электроники. %  
Диаграмма 30. Критерии выбора торговой сети бытовой техники и электроники, %  
Диаграмма 31. Рейтинг узнаваемости брендов бытовой техники и электроники по итогам 2011г.

Таблица 1. Арендные ставки в ТЦ Москвы в зависимости от профиля, I кв.2012г.  
Таблица 2. Основные виды бытовой техники и электроники  
Таблица 3. Сравнительная характеристика крупнейших сетевых розничных компаний в сегменте ритейла бытовой техники и электроники  
Таблица 4. Сравнительная характеристика производителей бытовой техники и электроники  
Таблица 5. Специфика рынка Интернет-торговли в России  
Таблица 6. Перечень игроков, появляющихся на первой странице при запросе в крупнейших поисковых системах (в порядке очередности)  
Таблица 7. Сравнительная характеристика некоторых интернет-магазинов бытовой техники и электроники  
Таблица 8. Структура населения по величине среднедушевых денежных доходов  
Таблица 9. Репутационные рейтинги ритейлеров бытовой техники и электроники по итогам 2011г.

Схема 1. Цепочка движения товара на Рынке

*По поводу приобретения готовых маркетинговых исследований компании «Маркет Аналитика» обращайтесь по указанным контактам.*

**Контактная информация:**

**Телефон: +7 (495) 720-13-80**

**E-mail: [info@marketanalitika.ru](mailto:info@marketanalitika.ru)**

**[WWW.MARKETANALITIKA.RU](http://WWW.MARKETANALITIKA.RU)**