



Маркет
Аналитика

**ДЕМО-ВЕРСИЯ.
РОССИЙСКИЙ РЫНОК МОРОЖЕНОГО.
МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ И АНАЛИЗ РЫНКА**

Москва, октябрь 2013



СОДЕРЖАНИЕ

I. ВВЕДЕНИЕ

II. ХАРАКТЕРИСТИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

III. АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА МОРОЖЕНОГО

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНКА

- 1.1. *Понятие продукции*
- 1.2. *Показатели социально-экономического развития*
- 1.3. *Влияющие рынки*
- 1.4. *Резюме по разделу.*

2. КЛАССИФИКАЦИЯ РЫНКА

- 2.1. *Классификация Рынка по используемым компонентам сырья*
- 2.2. *Классификация Рынка по методу производства*
- 2.3. *Классификация Рынка по мотивам покупки*
- 2.4. *Классификация Рынка по видам упаковки.*
- 2.5. *Классификация Рынка по разновидностям мороженого*
- 2.6. *Классификация Рынка по стоимости продукции*
- 2.7. *Резюме по разделу*

3. ОСНОВНЫЕ КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РЫНКА

- 3.1. *Производство на Рынке*
- 3.2. *Импорт и экспорт на Рынке*
- 3.3. *Объем и темпы роста Рынка*
- 3.4. *Резюме по разделу.*

4. КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ РЫНКА

- 4.1. *Уровень конкуренции, параметры конкуренции*
- 4.2. *Классификация игроков рынка*
- 4.3. *Описание профилей крупнейших игроков Рынка*
- 4.4. *Резюме по разделу*

5. КАНАЛЫ ПРОДАЖ НА РЫНКЕ

- 5.1. *Особенности сбытовой политики на Рынке*
- 5.2. *Резюме по разделу*

6. АНАЛИЗ КОНЕЧНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ РЫНКА

- 6.1. *Описание потребителей на Рынке.*
- 6.2. *Потребительские предпочтения на Рынке*
- 6.3. *Резюме по разделу*



7. ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ

- 7.1. *Основные тенденции Рынка*
- 7.2. *PEST-анализ Рынка*
- 7.3. *Риски и барьеры при выходе на Рынок*
- 7.4. *Перспективы развития Рынка*

IV. РЕЗЮМЕ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ



ХАРАКТЕРИСТИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

Цель исследования

Изучение и анализ российского рынка мороженого: текущей ситуации, тенденций и перспектив его развития.

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 мороженого (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.

Источники информации

В качестве источников информации об изучаемом рынке были использованы следующие открытые источники:

- информационно-аналитические порталы, посвященные изучаемому рынку
- открытые статистические данные
- аналитические обзоры, включая профессиональные издания (СМИ)
- сайты поставщиков изучаемых услуг



III. АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА МОРОЖЕНОГО

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНКА

1.1. Показатели социально-экономического развития

Внутренний валовой продукт (ВВП).

В 2013 году наблюдается снижение темпов роста и стагнация российской экономики. Динамика ВВП в августе по отношению к соответствующему периоду прошлого года, по оценке Минэкономразвития России, замедлилась до **%, в целом за восемь месяцев текущего года ВВП вырос на ... процента. Основное отрицательное влияние на общеэкономическую динамику в августе оказало снижение инвестиционного спроса, связанное со спадом в строительстве, негативная динамика сельского хозяйства и замедление роста оптовой и розничной торговли. Положительный импульс обеспечивался динамикой промышленного производства, в основном за счет добывающих отраслей, а также ростом спроса на платные услуги населению.

Диаграмма. Динамика ВВП за период 2003-2012 гг. в текущих ценах, млрд. руб.

.....

Источник:

В потребительских отраслях восстановился рост производства пищевых продуктов. Внутренний спрос в текущем году поддерживается за счет роста оборота розничной торговли и платных услуг населению. В августе 2013 г. ускорилась динамика продажи населению продовольственных товаров. По сравнению с июлем 2013 г. оборот розничной торговли пищевыми продуктами увеличился (в сопоставимых ценах) на ***%, что на ... процентного пункта выше прироста оборота в июле по сравнению с июнем.

.....

1.2. Влияющие рынки

.....



2. КЛАССИФИКАЦИЯ РЫНКА

2.1. Классификация Рынка по используемым компонентам сырья

.....

2.2. Классификация Рынка по методу производства

.....

2.3. Классификация Рынка по мотивам покупки

.....

2.4. Классификация Рынка по видам упаковки.

.....

2.5. Классификация Рынка по разновидностям мороженого

.....

2.6. Классификация Рынка по стоимости продукции

.....

3. ОСНОВНЫЕ КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РЫНКА

3.1. Производство на Рынке

.....

Диаграмма. Производство мороженого по кварталам 2012-2013г., в тыс. т.

.....

Источник:

Производство мороженого на территории Российской Федерации постепенно падало в период с 2007 по 2009 год. В период 2010-2011 гг. производство холодного лакомства начало расти, и в 2011 году в нашей стране было произведено почти ... тысяч тонн мороженого (с учетом холодных десертов). Общий объем рынка мороженого в 2012г. оценивается в ...-



тысяч тонн.

3.2. Импорт и экспорт на Рынке

Основными импортерами мороженого в Россию в третьем квартале 2012 года были такие страны, как Литва, Латвия и Швейцария. Наиболее дорогим было мороженое из Швейцарии - \$... /кг (средняя статистическая учетная цена), а самое дешевое мороженое поставлялось из Китая (\$.../кг).

Основным экспортером российского мороженого в третьем квартале 2012 года была Монголия - ее доля в экспорте в натуральном выражении составила *****%, а в стоимостном - *****%

Диаграмма. Страны-экспортеры российского мороженого в стоимостном выражении в 2012г., %

Источник:

3.3. Объем и темпы роста Рынка

По данным «Союза мороженщиков России» 2012 год был наиболее стабильным. На протяжении года темп роста производства составлял от * до **%. Темпы роста в первом полугодии были даже выше, чем в 2010 году, памятном своим летним температурным рекордом.

Всего за 2012 год было выпущено ... тонны мороженого, что на ****% больше, чем в 2011-м. По данным DISCOVERY Research Group, в 2012 г. объем производства мороженого в России в стоимостном выражении составил ... млрд. руб. (в ценах производителей).

Наибольший рост производства – ****% – был отмечен в мае. На показателях отрасли положительно сказалось снижение цен на сырое молоко – ****% по отношению к декабрю



2011 года. По объемам производства лидировал Сибирский федеральный округ, где было выпущено ... тонн, или ***% общего объема производства. Самые высокие показатели отмечены в Омской и Новосибирской областях, а также в Алтайском крае. В Центральном ФО этот показатель составил ... тонн (*%). Наибольший вклад здесь принадлежит Московской, Тульской и Белгородской областям. Приволжский ФО показал результат в ... тонн (****%).

Таблица. Объем производства мороженого и темпы роста в РФ за 7 месяцев 2013г.

Регионы	Производство в натуральном выражении (тыс.т.)			Темпы роста (%)		
	июнь 2013г.	июль 2013г.	7 месяцев 2013г.	июль 2013г. к июню 2013г.	июль 2013г. К июлю 2012г.	за 7 мес. 2013г. к соответствующему периоду прошлого года
РФ						
Центральный ФО						
Северо-Западный ФО						
Южный ФО						
Северо-Кавказский ФО						
Приволжский ФО						
Уральский ФО						
Сибирский ФО						
Дальневосточный ФО						

Источник:

За первую половину 2013 года в России было произведено ... тыс. тонн мороженого, что на *% превышает аналогичный показатель 2012 года. Объем рынка в натуральном выражении составил ... тыс. тонн, причем, более чем на **% рынок заполнен товаром отечественного производства.

Объем производства мороженого в стоимостном выражении составил ... млрд. руб. (в ценах



производителей). Объем рынка за первое полугодие составил ... млрд. руб., таким образом, в стоимостном выражении рост рынка составил **%.

4. КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ РЫНКА

4.1. Уровень конкуренции, параметры конкуренции

Производством мороженого в России, согласно данным Союза мороженщиков России, занимаются около ... предприятий. Наиболее крупными из них являются

Совокупная доля этих компаний составляет около **% общего объема производства (причем на ведущую пятерку приходится половина рынка) соответственно остальные **% рынка распределяются между средними и мелкими региональными производителями

По итогам I полугодия 2013 г. лидеры 2012г. сохранили свои позиции: компания Unilever произвела ... тыс. тонн мороженого; компания «Талосто» произвела ... тыс. тонн, холдинг «Русский Холод» произвел ... тыс. тонн. По итогам первой половины 2013 года на долю указанных компаний приходится ****% национального рынка мороженого.

В стоимостном выражении большая часть рынка мороженого приходится на Unilever – ****%, также высоки доли Nestle – ****%, «Русского Холода» - ****% и «Айсберри» - ****%.

Диаграмма. Рыночные доли лидеров по производству мороженого в 1 квартале 2013г., %

.....

Источник:

4.2. Описание профилей крупнейших игроков Рынка

Unilever (Инмарко)

<http://www.inmarko.ru>, <http://www.unilever.ru>

О компании Инмарко



- В 1992 году двум предпринимателям (Любимцеву Вадиму и Шутову Павлу) пришла идея организовать в Новосибирске продажу мороженого с лотков на улицах города. В 1993 году фирма «Инмарко» была зарегистрирована. Вначале компания продавала мороженое Новосибирского хладокомбината и других региональных производителей. В 1993 году «Инмарко» стала ввозить вафельные рожки и эскимо в основном из Польши и Дании. В середине 90-х годов в России изменились таможенные платежи. Ситуация сложилась таким образом, что выгоднее стало открыть свое производство.
- В 1996 году в поселке Элитное Новосибирской области появилась первая фабрика «Инмарко» мощностью 5 тыс. т.
- В 1997 году на аукционе Инмарко приобрела государственный пакет акций фабрики в Омске.
- В 1998—1999 годах, после финансового кризиса, с российского рынка уходят иностранные производители мороженого, и их место занимает компания Инмарко. Ассортимент продукции существенно расширяется, компания продвигает свою продукцию в центральные регионы. Из-за нехватки производственных мощностей и сложностью доставки в европейскую часть России, Инмарко размещает заказы на других российских предприятиях, в том числе и у конкурентов.
- В 2002 году Инмарко создает сеть официальных дистрибьюторов в Сибири, на Урале и в центральной части России. Количество собственных киосков в Новосибирске и Омске достигает 330. В том же году компания стала лидером на рынке мороженого в России, продав за год 27 145 тонн мороженого.
- В 2003 году учреждена управляющая компания «Бизнес-развитие» с целью привлечения инвестиций. Блокирующий пакет компании приобрел ЕБРР через фонд Norum за \$8 млн. DetNorskeVeritas провела сертификационный аудит компании и Инмарко получила сертификат соответствия международным стандартам ISO 9001:2000.
- В 2005 году для развития продаж в центральных регионах Инмарко приобрела ООО «Финк», бывшего дистрибутора мороженого «Альгида». В результате этой покупки сбытовая сеть Инмарко увеличилась сразу на 600 торговых точек.



- В 2006 году компания предприняла попытку диверсифицировать свою продукцию и вышла на рынок замороженных продуктов.
- В 2007 году компания существенно усилила свои позиции на рынке европейской части России.
- 2008 год Компания «Юнилевер» официально сообщила о приобретении компании «Инмарко». В результате данного соглашения, компания «Юнилевер» стала 100%-ным акционером «Инмарко».
- В мае 2010г. был произведен технический запуск нового производственного комплекса в Тульской области. Компания вложила в строительство фабрики по производству мороженого 3,23 млрд рублей. Во втором квартале 2011 года планируется технологический запуск логистического терминала — холодильного склада. Планируется, что строительство и отладка всех процессов полностью завершится к концу 2014 года, тогда предприятие сможет выпускать порядка 60 тыс. тонн готового продукта и обеспечит более 600 рабочих мест. Общий объем инвестиций к тому моменту составит 100 млн. евро¹.
- В ноябре 2010 года мороженое «Магнат» снова признано товаром года!
- «Инмарко» – любимый бренд россиян в 2010 и 2011 годах в категории «Мороженое» (www.top20brands.ru, 20,3% и 24,2% опрошенных).
- 9 ноября 2011 г. на XIII официальной церемонии вручения национальной премии «ТОВАР ГОДА» названы победители этой престижной награды — товары, заслужившие признание и предпочтения российских потребителей. В категории «Мороженое» – мороженое «Золотой стандарт».
- 2012 г.: «Cornetto» стал победителем престижной международной премии Бренд года EFFIE – 2012; Национальная премия «ТОВАР ГОДА – 2012» в категории «Мороженое», Гран-при выставки «Молочная индустрия – 2012».

О компании Unilever

История Unilever в России:

¹ <http://www.inmarko.ru/about/history>



- Выйдя на российский рынок в 1991 году, Unilever открыл в 1992 представительский офис «Юнирус» в Москве. Свою деятельность офис начал, импортируя продукцию, включавшую туалетное мыло Lux, стиральный порошок ОМО, зубную пасту Signal, дезодоранты Impulse и чай Lipton.
- В январе 1994 в Санкт-Петербурге был основан головной офис, а к июлю следующего года парфюмерно-косметическая фабрика «Северное Сияние» была объединена с «Юнирусом». В России начали производиться такие торговые марки как Sunsilk, Timotei и Denim, а также широкий спектр продукции под марками «Северного Сияния»: туалетная вода «Цветы России», одеколоны Formen и Club.
- В 1996 г. Unilever вывел на рынок несколько новых торговых марок для развития бизнеса в области продуктов питания. Так на рынке появились такие торговые марки как Rama, Delmy, Calve, а также чай Brooke Bond, поддержавший традиции Lipton - марки, к тому времени уже широко представленной и завоевавшей доверие потребителя.
- В марте 1998 г. компания приобрела в собственность Московский Маргариновый Завод (ММЗ).
- В октябре 2000 г. Unilever приобрел компанию Betsfoods (бывшую CPC Foods). Продукция этой компании широко известна, это торговые марки Knorr и Hellmann's. В результате этого объединения, в России появилось еще одно очень современное производство — завод в Туле.
- В марте 2002 года произошло официальное открытие чаеразвесочной фабрики, построенной в Санкт-Петербурге по соседству с фабрикой «Северное Сияние».
- 04 февраля 2008 года - приобретение лидера российского рынка мороженого компании "Инмарко"
- 02 июля 2009 года – закладка первого камня в строительство Тульского комплекса предприятий по производству мороженого
- 29 апреля 2009 года - закрытие сделки по приобретению бизнеса соусов ЗАО "Балтимор Холдинг" и производственных мощностей в г.Колпино (Санкт-Петербург).
- 3 сентября 2012г. компания Unilever официально открыла первый в России



международный центр исследований и разработок мороженого на территории своего производственного комплекса в Тульской области.

Ассортимент выпускаемой продукции

Компания Unilever работает в России с широким ассортиментом продуктов питания, продукцией личной гигиены, товаров для дома.

Компания Инмарко производит мороженое порядка 100 наименований, самые популярные из них «Магнат», «Экзо», «Золотой стандарт», «Cornetto».

Стратегия развития

-

Планы развития:

-

Распространение

.....

Показатели деятельности

.....

География деятельности

- Россия
- Страны СНГ

Преимущества

-



Компания Талосто

<http://www.talosto.ru>

О компании

- Центральный офис ГК «Талосто» расположен в г.Санкт-Петербург, где располагается производство замороженных полуфабрикатов и теста. Производственная площадка была приобретена в октябре 1997 года.
- «Талосто-Волхов вошел в ГК «Талосто» в 1996 году. Здесь 21 января 1998г. была произведена первая тонна мороженого ГК «Талосто». На сегодняшний день производственная площадка в г. Волхов выпускает более 70 позиций мороженого. Проектная мощность завода: 35.000 тонн в год.
- Озерский молочный комбинат «Смайл» (Московская обл.) был приобретен в 2005г. На данной производственной площадке ведется производство мороженого.
- «Провиз» (производство пиццы) и Подольский хладокомбинат (производство мороженого) вошли в Группу компаний «Талосто» в 2006г.
- «Талосто-Шахты», крупнейший завод на Юге России по производству замороженных продуктов, был открыт в апреле 2007г. В период 2006-2007гг. объем инвестиций на реконструкцию и модернизацию завода составил 7 млн. евро. Проектная мощность завода по производству мороженого составляет 15 000 тонн в год.
- 2009г. – финансовые трудности, связанные с погашением больших займов. Сокращение более четверти персонала, закрытие в связи с низким спросом с октября 2009г. по март 2010г. «Талосто-Шахты»².
- В 2010 г. ГК «Талосто» предложила мороженое «Крутышка» в новом дизайне. Новый внешний вид упаковки, при условии сохранения основных цветов и элементов, отличается более ярким и современным дизайном.
- В апреле 2012 г. компания «Талосто» выпустила новую серию мороженого «Маша и Медведь».

² <http://www.dairynews.ru>



Ассортимент выпускаемой продукции

Компания выпускает мороженое (53 % доходов), замороженные полуфабрикаты (39 %) и замороженное тесто (8 %).

Среди самых известных брендов компании на рынке мороженого можно отметить следующие: палочки мороженого «Мини-Бикини», трубочка «Крутышка», рожок «Ля Фам», брикет «Золотой слиток», рулет-мороженое «Классическая ВЕНЕЦИЯ».

Стратегия развития

-

Распространение:

.....

География деятельности

- Россия
- Страны СНГ
- Европа

Показатели деятельности

Доля Рынка, которую занимает компания **-***%.

Преимущества

-

5. КАНАЛЫ ПРОДАЖ НА РЫНКЕ

5.1. Особенности сбытовой политики на Рынке

.....

Схема. Цепочка движения товара на Рынке



.....
Источник:

6. АНАЛИЗ КОНЕЧНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ РЫНКА

6.1. Описание потребителей на Рынке.

По данным исследования Российского индекса целевых групп, мороженое потребляет каждый второй россиянин. Доля любителей мороженого уменьшается по мере взросления потребителей. Так, наибольший процент потребителей относится к возрастным группам 10-15 лет и 16-19 лет – соответственно ** и ***% опрошенных. В меньшей степени потребляют мороженое люди 65 лет и старше.

Самая высокая доля потребителей мороженого приходится на Санкт-Петербург и Москву – соответственно ** и ***% участников опроса. Меньше всего этот процент среди жителей Южного региона – ***%. Региональная специфика заметна и во вкусовых предпочтениях. Так, в Москве, Центральном, Южном и Дальневосточном федеральных округах чаще других выбирают ванильное мороженое, а в Санкт-Петербурге предпочитают крем-брюле. Самым популярным вкусом в Приволжском, Уральском и Сибирском округах является шоколадный, а жители Северо-Западного ФО предпочитают мороженое без добавок.

6.2. Потребительские предпочтения на Рынке

С точки зрения вкусовых предпочтений наиболее популярно классическое ванильное мороженое – его выбирают ***% потребителей. Каждый третий предпочитает шоколадное мороженое, крем-брюле или мороженое с шоколадной крошкой, а каждому пятому нравятся ореховые наполнители. Чуть более трети россиян – ***% – выбирают мороженое без добавок. При этом шоколадная глазурь нравится ***% опрошенных, а вот белая глазурь почти не пользуется спросом – такое мороженое выбирают всего *% россиян.

Диаграмма. Предпочтения покупателей по видам продукции в 2013г., %
.....



Источник:

7. ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ

7.1. Основные тенденции Рынка

Основные тенденции рынка мороженого в докризисные сезоны (2007-2008г.г.):

-

Основными тенденциями кризисных сезонов можно назвать:

-

7.2. PEST-анализ Рынка

Таблица. PEST-анализ российского рынка мороженого

Факторы внешней среды	Влияние факторов
<i>Политические</i>	
<i>Социальные</i>	
<i>Технологические</i>	
<i>Экономические</i>	

Источник:

7.3. Риски и барьеры при выходе на Рынок

Основными барьерами для вхождения на рынок являются следующие:

-

В настоящий момент на рынке мороженого можно выделить следующие барьеры для выхода на рынок:



-

7.4. Перспективы развития Рынка

Среди основных перспектив развития Рынка можно отметить следующие:

-



Маркет
Аналитика

Телефон: (495) 720-13-80
E-mail: info@marketanalitika.ru
www.marketanalitika.ru

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

WWW.MARKETANALITIKA.RU