



Маркет
Аналитика

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

Москва, июль 2011



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. СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА
 - 2.1. Сегментация Рынка по используемым компонентам сырья
 - 2.2. Сегментация Рынка по методу производства
 - 2.3. Сегментация Рынка по мотивам покупки
 - 2.4. Сегментация Рынка по видам упаковки
 - 2.5. Сегментация Рынка по разновидностям мороженого
 - 2.6. Сегментация 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 Рынка
 - 3.4. Темпы роста Рынка
 - 3.5. Емкость Рынка
 4. КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ РЫНКА
 - 4.1. Уровень конкуренции, параметры конкуренции
 - 4.2. Сегментация 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



III. АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА МОРОЖЕНОГО

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНКА

Таблица. Основные показатели рынка цельномолочной продукции в 2009-2011г.г.¹

| Показатель | с 01.01 по 31.12 | | | с 01.01 по 01.06 | | |
|---|------------------|---------|---|-------------------------|---------|---|
| | 2009 г. | 2010 г. | % | 2010 г. | 2011 г. | % |
| Сельское хозяйство: | | | | | | |
| Валовой надой молока (в хозяйствах всех категорий), тыс. т | | | | | | |
| Поголовье коров на конец периода (в сельскохоз. организациях), тыс. голов | | | | | | |
| Перерабатывающая промышленность - производство: | | | | | | |
| Цельномолочная продукция (в пересчете на молоко) | | | | | | |
| Масло сливочное | | | | | | |
| Молоко и сливки в твердых фракциях | | | | | | |
| Импорт тыс.т: | | | | с 01.01 по 01.05 | | |
| Молоко сухое и концентр. 0402 | | | | | | |
| в т.ч. из Белоруссии | | | | | | |
| Молоко цельное 0401 | | | | | | |
| в т.ч. из Белоруссии | | | | | | |
| Масло сливочное 040510 | | | | | | |
| в т.ч. из Белоруссии | | | | | | |

Источник: Минсельхоз РФ

¹ <http://www.souzmoloko.ru/rinok/>



2. СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА

Сегментация Рынка по используемым компонентам сырья

Как, уже отмечалось ранее, в зависимости от используемого типа сырья мороженое делится на:

- мороженое с использованием исключительно молочного жира,
- мороженое с использованием растительного жира или комбинации растительного и молочного жира.

Сегментация Рынка по методу производства

По методу производства мороженое делится на:

- мягкое,
- закаленное.

Сегментация Рынка по мотивам покупки

В зависимости от мотивов покупки мороженое делится на:

- мороженое импульсной покупки,
- мороженое для домашнего потребления.

Сегментация Рынка по видам упаковки

В зависимости от видов упаковки мороженое делится:

- порционное мороженое:
 - вафельный стаканчик
 - пластиковый стаканчик
 - бумажный стаканчик
 - трубочка
 - эскимо/брикет на палочке
 - рожок
 - батончик
 - сэндвич, маленький брикет
 - фруктовый лед



- семейное мороженое:
 - большой брикет
 - пластиковый лоток/контейнер
 - пластиковое ведерко
 - упаковка типа «колбаса»
 - торты, рулеты
 - мультипак (несколько порционных упаковок в одной)
 - весовое

Сегментация Рынка по разновидностям мороженого

В зависимости от разновидностей мороженое бывает (см. раздел III 1.1. «Понятие продукции»):

- молочное мороженое;
- сливочное мороженое;
- пломбир;
- кисломолочное мороженое;
- мороженое с растительным жиром;
- плодово-ягодное;
- щербет.

Каждый из этих видов делится на:

- мороженое без пищевкусовых продуктов и ароматизаторов,
- с использованием пищевкусовых продуктов (крем-брюле, шоколадное, с кофе, с орехами и т.д.) и/или ароматизаторов.

В свою очередь в зависимости от оформления поверхности эти виды делятся на:

- мороженое без декорирования поверхности,
- мороженое с декорированием поверхности (в глазури, в вафельных изделиях и т.д.).

Традиционно в России основная доля потребления приходится на пломбир в вафельном стаканчике и эскимо. По наполнению предпочтение отдается следующим наполнителям:



шоколад — 63,2%, орехи — 57%, изюм — 23,7%, карамель — 21,1%, ваниль — 15,8%, фруктово-ягодные — 7% (по данным компании «НЕОКОН»)².

Сегментация Рынка по стоимости продукции

В зависимости от ценового сегмента:

- экономичный,
- средний,
- субпремиальный,
- премиальный.

Таблица. Ценовая сегментация Рынка (по доле рынка в стоимостном выражении)

| Категория | Сегмент | 10 месяцев 2008 | 10 месяцев 2009 | Прирост % |
|--------------|--|-----------------|-----------------|-----------|
| "Импульсное" | Экономичный (менее руб за упаковку) | | | |
| | Средний (... руб за упаковку) | | | |
| | Субпремиальный (... руб за упаковку) | | | |
| | Премиальный (более ... руб за упаковку) | | | |
| "Домашнее" | Экономичный (менее ... руб за кг) | | | |
| | Средний (... руб за кг) | | | |
| | Субпремиальный (... руб за кг) | | | |
| | Премиальный (болееруб за кг) | | | |

Источник: данные розничного аудита за 10 месяцев 2009г. компании «Бизнес Аналитика», опубликованные в журнале RUSSIAN FOOD & DRINKS MARKET

3. ОСНОВНЫЕ КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РЫНКА

3.1. Производство на Рынке

В 2010г. в России было произведено тыс. тонн мороженого, в то время как в 2009г. объем производства составил – ...тыс. тонн. Таким образом, общий рост производства за текущий год составил%.

² Журнал «Империя холода» декабрь 2010г. <http://www.holodinfo.ru/news1.php?what=dtls&newid=1810>



За 3 месяца 2011г. объем производства мороженого составил тонн, что на% больше, чем в аналогичном периоде 2010г. (таблица 3). Наибольший удельный вес в структуре продаж по федеральным округам составили: Сибирский ФО (...%), Центральный ФО (...%), Приволжский ФО (...%) и Северо-Западный ФО (....%).

Таблица. Объем производства мороженого и замороженных десертов за 3 месяца 2011г.³

| Код ОКПД 15.52.10 | Январь-март 2011 г. | | Январь-март 2010 г. | | Темпы роста в % к | | |
|-------------------------------------|---------------------|--------|---------------------|--------|-------------------|--------------|-----------------|
| | тонн | доля,% | тонн | доля,% | Фев. 2011 г. | Мар. 2010 г. | Янв-мар 2010 г. |
| Российская Федерация | | | | | | | |
| Центральный Федеральный округ | | | | | | | |
| Северо-Западный Федеральный округ | | | | | | | |
| Южный Федеральный округ | | | | | | | |
| Северо-Кавказский Федеральный округ | | | | | | | |
| Приволжский Федеральный округ | | | | | | | |
| Уральский Федеральный округ | | | | | | | |
| Сибирский Федеральный округ | | | | | | | |
| Дальневосточный федеральный округ | | | | | | | |

Источник: Росстат

3.2. Импорт и экспорт на Рынке

Таблица. Структура импорта по странам мира, 2006-2010г.г.

| Страна | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 |
|---------|------|------|------|------|------|
| Армения | | | | | |

³ morogenoe.ru



| | | | | | |
|--------------------|--|--|--|--|--|
| Бельгия | | | | | |
| Венгрия | | | | | |
| Германия | | | | | |
| Греция | | | | | |
| Испания | | | | | |
| Италия | | | | | |
| Казахстан | | | | | |
| Китай | | | | | |
| Корея (Республика) | | | | | |
| Латвия | | | | | |
| Литва | | | | | |
| Новая Зеландия | | | | | |
| Норвегия | | | | | |
| Польша | | | | | |
| Португалия | | | | | |
| Сербия | | | | | |
| США | | | | | |
| Украина | | | | | |
| Финляндия | | | | | |
| Франция | | | | | |
| Швейцария | | | | | |
| Эстония | | | | | |
| ЮАР | | | | | |
| Все страны мира | | | | | |

Источник: Федеральная таможенная служба РФ

3.3. Объем Рынка

По расчетам DISCOVERY Research Group, в 2010г. объем рынка мороженого в стоимостном выражении составил млрд руб. (в ценах производителей). В то время как в 2009г. данный показатель составлял – млрд руб. В сравнении с предыдущим годом объем рынка в денежном выражении вырос на%, с учетом того, что инфляция составила%.

3.4. Темпы роста Рынка

До финансового кризиса, рынок уверенно рос на% в год, и за последние 10 лет на рынке не наблюдалось серьезных падений. Кроме того, у производителей мороженого в



докризисные годы росла прибыль, несмотря на то, что не было резкого роста объемов производства⁴.

В 2010г. произошел резкий скачок объема производства, он вырос на ...%. В каждом из кварталов наблюдалось увеличение, однако наиболее существенное (...%) в 3-м квартале из-за аномальной жары июля-августа 2010г.⁵

Ожидается, что в период 2010-2014 гг., рынок по сравнению с 2010 г.

3.5. Емкость Рынка

Суммарная мощность российских предприятий по производству мороженого оценивается в тыс. тонн. Таким образом, можно констатировать тот факт, что в настоящее время мощности загружены менее чем на%.

4. КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ РЫНКА

4.1. Уровень конкуренции, параметры конкуренции

Параметрами конкуренции являются:

- Цена
- Упаковка
- Целевая аудитория продукции
- Ассортимент по видам мороженого
- Ассортимент по используемому сырью и категории продукции
- Ассортимент по маркам (брендируемая/небрендируемая продукция, степень узнаваемости бренда)
- Наличие продукта пересекающихся рынков (например, пиво)

⁴По материалам РА Habeas Corpus, <http://www.habeas.ru/public/27.htm> и Euromonitor International, <http://www.foodmarket.spb.ru/archive.php?year=2010&number=115&article=1422>

⁵ <http://marketing.rbc.ru/research/562949979680726.shtml>



Основных игроки Рынка по итогам проведенного в 2009г. розничного аудита компании «Бизнес Аналитика» по географии, включающей в себя 14 крупнейших городов России представлены в таблице⁶.

Таблица. Рейтинг по объемам продаж в натуральном выражении

| Производители | Место в рейтинге (2007) | Место в рейтинге (2009) |
|------------------------|-------------------------|-------------------------|
| ОАО Инмарко (Uniliver) | | |
| ГК Айсберри | | |
| ГК Талосто | | |
| Nestle SA | | |
| ГК Русский холод | | |
| ОАО Петрохолод | | |
| ООО Фабрика грез | | |
| Сам-По | | |
| Хладокомбинат №1 | | |
| АльтерВЕСТ | | |

Источник: розничный аудит компании «Бизнес Аналитика»

4.2. Сегментация игроков рынка

Игроков Рынка можно сегментировать следующим образом:

- 1) по владельцу контрольного пакета акций компании-производителя соковой продукции:**

1.1. Российские компании - производители продукции. Примеры компаний:

- ГК Айсберри,
- ГК Талосто,
- ГК Русский холод,
- ОАО Петрохолод,
- Хладокомбинат №1,

⁶ marketing.vc, www.foodmarket.spb.ru



- АльтерВЕСТ,
- Хладокомбинат №3 и другие.

1.2. Представительства иностранных производителей продукции в России

Компании, производящие продукцию за пределами РФ, но имеющие официальные представительства для продажи продукции в РФ, или компании, обладающие контрольным пакетом акций российских компаний. Примеры компаний:

- Uniliver (Инмарко),
- Nestle (Жуковское мороженое),
- Баскин Роббинс,
- Premia Foods (Хладокомбинат №1)

Приход иностранных инвесторов, таких как Uniliver и Nestle, на долю которых приходится ок. 34% мирового рынка мороженого говорят о значительном потенциале данной отрасли в России.

2) По специализации производителя:

- 2.1. Фабрики мороженого на хладокомбинатах (ок. 50-60 производителей),
- 4.2. Фабрики мороженого на молочных и других пищевых предприятиях (ок. 150-180),
- 4.3. Новые фабрики, построенные специально для производства мороженого (10-15).

Несмотря на большое количество производителей, 10 крупнейших контролирует половину общероссийского рынка. Однако в каждом регионе есть местный производитель, который пользуется наибольшей популярностью у населения.

4.3. Описание профилей крупнейших игроков Рынка

Инмарко (Uniliver)

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



Ассортимент выпускаемой продукции

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

Компания Инмарко производит мороженое и замороженные овощи. Мороженое насчитывает 18 собственных торговых марок (более 100 видов), самые популярные из них «Магнат», «Сан-Кремо», Экзо, «Торжество» и «Русский размах».

Стратегия развития

- Усиление присутствия в супермаркетах и гипермаркетах посредством установки фирменных холодильников.
-
- ...
-

Планы развития:

- Увеличить долю продаж в городах с уже функционирующими филиалами.
- ...
-

Распространение

Традиционные рынки сбыта «Инмарко» - это Сибирский, Уральский, Приволжский федеральные округа, а также осваиваемые рынки сбыта – Центральный, Западный и Южный.

.....

Показатели деятельности

.....

Таблица . Основные финансовые показатели деятельности компании «Инмарко», 2003-9 мес. 2008,2009 гг.



| Наименование показателя | 2003 г. | 2004 г. | 2005 г. | 2006 г. | 2007 г. | 9 мес 2008 г. | 9 мес 2009 г. |
|---|---------|---------|---------|---------|---------|---------------|---------------|
| Объем выручки от продажи мороженого, млн. руб. (без НДС) | | | | | | | |
| Доля от общего объема выручки, % | | | | | | | |
| Объем выручки от продажи замороженных овощей, млн. руб. (без НДС) | | | | | | | |
| Доля от общего объема выручки, % | | | | | | | |

Источник: Сайт компании, http://www.inmarko.ru/investoram_i_aktioneram

Таблица. Основные финансовые показатели деятельности компании «Uniliver Русь», 2008-2009г.г.

| Год | Объем реализации, млн. руб. | Объем реализации, млн. долл. | Балансовая прибыль/убыток, млн. руб. | Чистая прибыль, млн. руб. |
|------|-----------------------------|------------------------------|--------------------------------------|---------------------------|
| 2008 | | | | |
| 2009 | | | | |

Источник: РА «Эксперт-РА», www.raexpert.ru/database/companies/unrus/paramgroup_id/35/

География деятельности

- Россия
- Страны СНГ

Преимущества

- высокая рыночная доля,
- инновационный подход к производству продукции;
-



Компания Талосто

<http://www.talosto.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». Доля продаж «домашнего мороженого» в ассортименте компании занимает 46%⁷. В начале сезона 2010 выпущена новая линейка продуктов под торговой маркой «Самые Сливки».

Стратегия развития

- Достижение абсолютного лидерства по всем показателям на рынке мороженого в РФ.
-
-

Распространение

.....

География деятельности

- Россия
- Страны СНГ
- Европа

Показатели деятельности

Таблица. Основные финансовые показатели деятельности компании «Талосто», 2003-2008 гг.

| Период | Выручка, млн. руб | Выручка от продажи мороженого, млн. руб | Доля продаж мороженого, |
|--------|-------------------|---|-------------------------|
|--------|-------------------|---|-------------------------|

⁷ <http://www.talosto.ru/investors.php>



| | | | % |
|------|--|--|---|
| 2003 | | | |
| 2004 | | | |
| 2005 | | | |
| 2007 | | | |
| 2008 | | | |

Источники: Инвестиционный меморандум ГК Талосто,

[http://www.vedomosti.ru/companies/a-z/1267/Талосто%20\(Санкт-Петербург\)](http://www.vedomosti.ru/companies/a-z/1267/Талосто%20(Санкт-Петербург)), <http://www.frozen-products.ru/news.php?id=1227>

Преимущества

-
-

Таблица. Сравнительная характеристика игроков Рынка

| № п/п | Наименование | Год выхода на рос. рынок | Ассортимент продукции | Основные бренды мороженого | География | Доля Рынка | Преимущества |
|-------|--------------------|--------------------------|-----------------------|----------------------------|-----------|------------|--------------|
| 1 | Uniliver (Инмарко) | | | | | | |
| 2 | Талосто | | | | | | |
| 3 | Русский холод | | | | | | |
| 4 | Nestle | | | | | | |
| 5 | Айсберри | | | | | | |

Источник: «Маркет Аналитика»

Из анализа следует, что пятерку лидеров условно можно разделить на 2 части: компании первого эшелона:

5. КАНАЛЫ ПРОДАЖ НА РЫНКЕ

5.1. Особенности сбытовой политики на Рынке

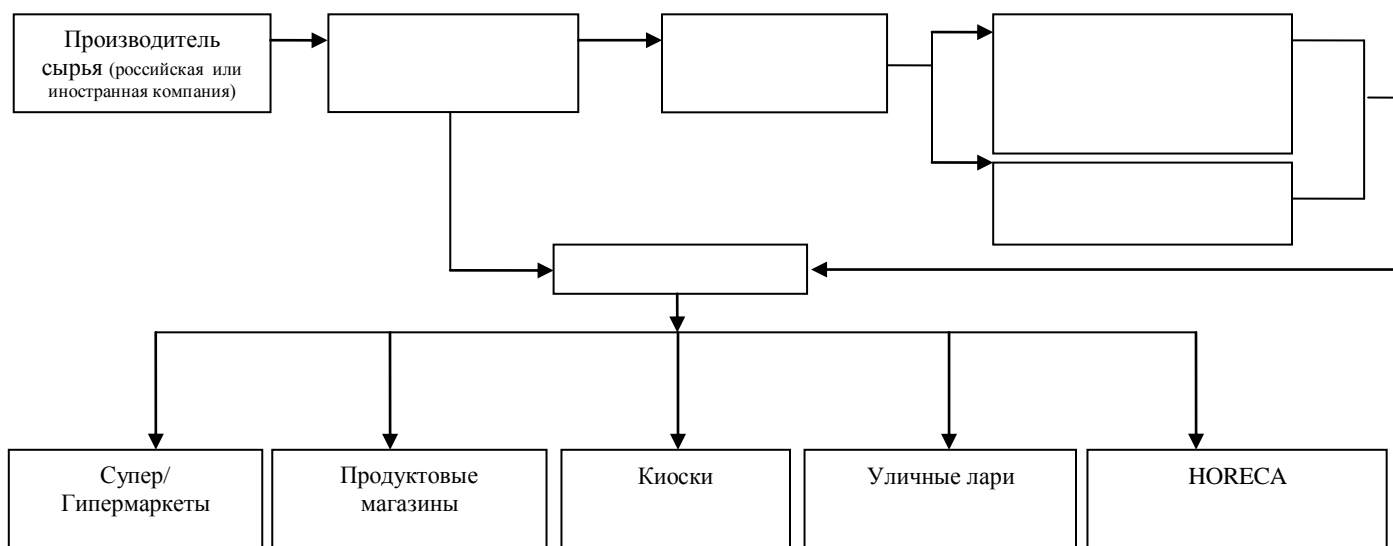
Рынок мороженого имеет свои отличительные особенности от рынков других продуктов питания в области сбыта. Среди которых:

- необходимость строгого соблюдения температурного режима на всем протяжении логистической цепочки от конвейера фабрики до конечного потребителя;



-
-
-

Схема 1. Цепочка движения товара на Рынке



Источник: Маркет-Аналитика

У каждой стратегии есть свои преимущества и недостатки. Так организация собственной торговой сети позволяет:

- осуществлять полный контроль над процессом продажи конечному потребителю;
- ...
- ...

Предприятия, которые делают основной упор на продажах дистрибьюторам, в свою очередь имеют следующие преимущества:

- концентрация усилий и бюджетов в области производства и маркетинга;
- ...
- ...



6. АНАЛИЗ КОНЕЧНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ РЫНКА

6.1. Описание потребителей на Рынке

Доля россиян, которые едят мороженое с различной частотой в летний период составляет 77%. Таковы результаты всероссийского опроса, организованного исследовательским холдингом «Ромир» в июне 2010 г.⁸

.....
Таблица . Доля потребителей мороженого в России, 2006-2010г.г.

| | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 |
|---|-------|-------|-------|-------|-------|
| Численность населения России, включая иностранцев (млн. чел.) | 146,1 | 145,9 | 145,7 | 145,3 | 145,2 |
| Численность потребителей мороженого (млн. чел) | | | | | |
| Доля потребителей мороженого, % | | | | | |

Источник: BusinesStat, Стандартизированный опрос потребителей молочных продуктов, Всероссийское регулярное исследование, Выборка 1800 респондентов.⁹

7. ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ

7.1. Основные тенденции Рынка

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

- высокая консолидация рынка;
- ...
- ...
- ...

⁸<http://online.rmh.ru/news/>

⁹ http://www.r-trends.ru/netcat_files/255/325/h_da77a0652f738e16f008b5264110e2cd



- ...

Основными тенденциями кризисных сезонов можно назвать:

- оптимизация и сокращение ассортимента;
- ...
- ...
- ...

Таким образом,

7.2. PEST-анализ Рынка

PEST-анализ (иногда обозначают как STEP) — это маркетинговый инструмент, предназначенный для выявления политических (Political), экономических (Economic), социальных (Social) и технологических (Technological) аспектов внешней среды, которые могут повлиять на стратегию компании. Результаты PEST-анализа позволяют оценить внешнюю экономическую ситуацию, складывающуюся в сфере производства и коммерческой деятельности¹⁰. Результаты анализа Рынка представлены в Таблице 13.

Таблица. PEST-анализ российского рынка мороженого

| Факторы внешней среды | Влияние факторов |
|---|------------------|
| <i>Политические</i> | |
| <ul style="list-style-type: none">• Законодательная база;• Государственные стандарты и нормы;• Таможенное законодательство. | |
| <i>Социальные</i> | |
| <ul style="list-style-type: none">• Рост материального положения населения России;• Увеличение денежных доходов населения; | |

¹⁰ <http://ru.wikipedia.org/>



| | |
|---|-------|
| • Изменение стиля жизни. | |
| <i>Технологические</i> | |
| • Производство новых продуктов; • Развитие технологий. | |
| <i>Экономические</i> | |
| • Рост ВВП; • Стабилизация уровня инфляции; • Платежеспособный спрос; • Сокращение уровня безработицы; • Оздоровление экономики; | |

Источник: «Маркет Аналитика»

7.3. Риски и барьеры при выходе на Рынок

Основными барьерами для вхождения на рынок являются следующие:

- Исключительные права, льготы или иные привилегии, предоставленные региону или отдельной компании органами власти и управления, в т.ч. связанные с различного рода программами социально-экономического развития,

- ...

- ...

....

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

- высокая конкуренция и консолидация крупных игроков;

-

-



7.4. Перспективы развития Рынка

Среди основных перспектив развития Рынка можно отметить следующие:

- В связи с увеличением доли продаж «домашнего» мороженого и ростом значения современных форматов торговли можно прогнозировать увеличение объема средней закупки и следовательно увеличение объема рынка.
- ...
- ...
- ...

Перечень таблиц и диаграмм

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

Диаграмма 2. Уровень инфляции за период 2010-2011 гг., %

Диаграмма 3. Динамика среднедушевого уровня денежных доходов населения, ты. руб.

Диаграмма 4. Соотношение занятого и безработного населения.

Диаграмма 5. Динамика оборота розничной торговли за период 2006-2010 гг., млрд. руб.

Диаграмма 6. Структура рынка по мотивам покупки

Диаграмма 7. Предпочтения россиян по видам упаковки мороженого

Диаграмма 8. Доли Рынка по видам упаковки

Диаграмма 9. Динамика объемов производства мороженого в России, 2006-2010г.г.

Диаграмма 10. Динамика объема рынка в 2007-2010г.г., млрд. руб. в ценах производителей

Диаграмма 11. Уровень знания производителей, июнь 2010г.,

Диаграмма 12. Места покупки продуктов питания и товаров повседневного спроса

Диаграмма 13. Структура розничного рынка по типам магазинов, 2006-2010, прогноз 2011-2012г.г.

Диаграмма 14. Доля потребителей мороженого в России, июнь 2010г.

Диаграмма 15. Частота потребления мороженого.

Таблица 1. Основные показатели рынка цельномолочной продукции в 2009-2011г.г.



Таблица 2. Ценовая сегментация Рынка (по доле рынка в стоимостном выражении)

Таблица 3. Объем производства мороженого и замороженных десертов за 3 месяца 2011г.

Таблица 4. Структура импорта по странам мира, 2006-2010г.г.

Таблица 5. Рейтинг по объемам продаж в натуральном выражении

Таблица 6. Основные финансовые показатели деятельности компании «Инмарко», 2003-9 мес. 2008,2009 гг.

Таблица 7. Основные финансовые показатели деятельности компании «Uniliver Русь», 2008-2009г.г.

Таблица 8. Основные финансовые показатели деятельности компании «Галосто», 2003-2008 гг.

Таблица 9. Динамика объема продаж и выручки от реализации мороженого, 2007-2008г

Таблица 10. Основные финансовые показатели деятельности компании «Nestle», 2005-2009 гг.

Таблица 11. Сравнительная характеристика игроков Рынка

Таблица 12. Доля потребителей мороженого в России, 2006-2010г.г.

Таблица 1. PEST-анализ российского рынка мороженого

Схема 2. 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

WWW.MARKETANALITIKA.RU