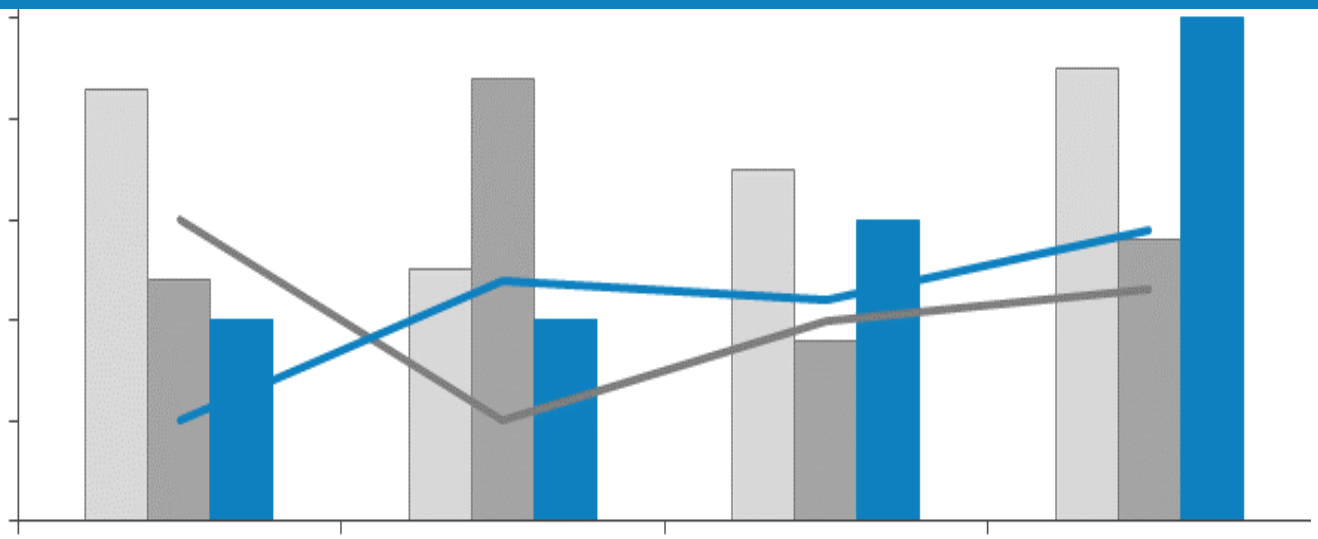
Демо-версия аналитического отчета

DISCOVERY RESEARCH GROUP

Анализ рынка холодильного оборудования для общепита и торговли в России



Агентство DISCOVERY Research Group было создано в 2005 г. За годы работы нашими клиентами стали тысячи компаний. Со списком клиентов можно ознакомиться тут: **http://www.drgroup.ru/clients.html**

Наши клиенты, в том числе – крупнейшие мировые корпорации, выражают благодарность агентству за проведенные исследования **http://www.drgroup.ru/reviews.html**

Почему маркетинговые исследования выгоднее покупать у нас?

1. Мы используем максимально полный набор источников,

который можно использовать в рамках кабинетного исследования, включая экспертные интервью с игроками рынка, результаты обработки баз данных ФТС РФ, данные ФСГС РФ (Росстата), профильных государственных органов и многие другие виды источников информации.

2. Мы обновляем исследование на момент его приобретения.

Таким образом, вы получаете обзор рынка по состоянию на самый последний момент. Наши отчеты всегда самые свежие на рынке!

3. Мы максимально визуализируем данные

путем формирования таблиц и построения диаграмм. Это позволяет клиентам тратить меньше времени на анализ данных, а также использовать подготовленные нами графики в собственных документах. Естественно, при этом очень много выводов дается в текстовом виде, ведь далеко не всю информацию можно представить в виде таблиц и диаграмм.

4. Все наши отчеты предоставляются клиентам в форматах Word и Excel,

что позволяет Вам в дальнейшем самостоятельно работать с отчетом, используя данные любым способом (изменять, копировать и вставлять в любой документ).

5. Мы осуществляем послепродажную поддержку

Любой клиент после приобретения отчета может связаться с нашим агентством, и мы в кратчайшие сроки предоставим консультацию по теме исследования.

Методология проведения исследований

Одним из направлений работы агентства DISCOVERY Research Group является подготовка *готовых исследований*. Также такие исследования называют *инициативными*, поскольку агентство самостоятельно инициирует их проведение, формулирует тему, цель, задачи, выбирает методологию проведения и после завершения проекта предлагает результаты всем заинтересованным лицам.

Мы проводим исследования рынков России, стран СНГ, Европы, США, некоторых стран Азиатско-Тихоокеанского региона.

Основным предназначением *готовых исследований* является ознакомление участников рынка – производителей, импортеров, дистрибьюторов, клиентов, всех заинтересованных лиц, – с текущей рыночной ситуацией, событиями прошлых периодов и прогнозами на будущее. *Хорошее готовое исследование должно быть логически выстроенным и внутренне непротиворечивым, емким без лишней малопригодной информации, точным и актуальным, давать возможность быстро получить нужные сведения*.

РЫНОЧНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ

Хорошее готовое исследование должно отражать данные обо всех ключевых рыночных показателях, а значит содержать в себе информацию:

- об объеме, темпе роста и динамике развития производства, импорта и экспорта, и самого рынка;
- о различных сценариях прогноза ключевых показателей рынка в натуральном и стоимостном выражении;
- о структуре потребления;
- об основных сегментах рынка иключевых отраслях;
- о ключевых тенденциях и перспективах развития рынка в ближайшие несколько лет;
- о ключевых факторах, определяющих текущее состояние и развитие рынка;
- о потребительских свойствах различных товарных групп;
- о рыночных долях основных участников рынка;
- о конкурентной ситуации на рынке;
- о финансово-хозяйственной деятельности участников рынка;
- иногда проводится мониторинг цен и определяется уровень цен на рынке;
- и др.

ИСТОЧНИКИ ИНФОРМАЦИИ

Для того, чтобы клиент получил максимально детальное представление об анализируем рынке мы используем все доступные источники информации:

1. Базы данных Федеральной Таможенной службы РФ, ФСГС РФ (Росстат).
2. Материалы DataMonitor, EuroMonitor, Eurostat.
3. Печатные и электронные деловые и специализированные издания, аналитические обзоры.
4. Ресурсы сети Интернет в России и мире.
5. Экспертные опросы.
6. Материалы участников отечественного и мирового рынков.
7. Результаты исследований маркетинговых и консалтинговых агентств.
8. Материалы отраслевых учреждений и базы данных.
9. Результаты ценовых мониторингов.
10. МатериалыибазыданныхстатистикиООН (United Nations Statistics Division: Commodity Trade Statistics, Industrial Commodity Statistics, Food and Agriculture Organization идр.).
11. Материалы Международного Валютного Фонда (International Monetary Fund).
12. Материалы Всемирного банка (World Bank).
13. МатериалыВТО (World Trade Organization).
14. Материалы Организации экономического сотрудничества и развития (Organization for Economic Cooperation and Development).
15. Материалы International Trade Centre.
16. Материалы Index Mundi.
17. Результаты исследований DISCOVERY Research Group.

Очевидно, что использование большего числа источников позволяет исследователю, во-первых, собирать максимальный объем доступной информации, дополнять информацию из одних источников информацией из других источников, во-вторых, производить перекрестную проверку получаемых сведений.

Периодические печатные и цифровые СМИ подвержены влиянию участников рынка. При анализе необходимо внимательно сравнивать оценки разных показателей, предоставленных различными игроками. В базах данных ФТС РФ декларанты (импортеры и экспортеры) зачастую занижают импортную и экспортную цены. Кроме этого, многие источники не имеют возможности объективно и полно собирать всю необходимую информацию о рынке. Например, ФСГС РФ (Росстат) ведет учет сведений об объемах выпуска продукции не по всем кодам, существующим в классификаторе кодов ОКПД (общероссийский классификатор продукции по видам экономической деятельности). Следовательно, часть информации приходится получать из дополнительных источников.

В силу вышеназванных причин очень важно использовать максимально широкий круг источников информации.

ОБРАБОТКА БАЗ ДАННЫХ И ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

При этом сбор информации – это лишь полдела. Важно*правильно обработать базы данных и рассчитать значения требующихся показателей*. Для этого нужны высокая квалификация и опыт работы в программах Access, Excel, SPSS. Наши специалисты обладают этими качествами.

Кроме того, за годы работы специалистами агентства DISCOVERY Research Group разработаны *собственное специальное программное обеспечение* и *алгоритмы обработки различных баз данных*, в т.ч. баз данных ФТС РФ. Это позволяет производить более точные расчеты за меньший период времени, экономя тем самым деньги Клиента. *При желании вы можете ознакомиться с ними*.

Наши Клиенты получают возможность оперировать более точными оценками всевозможных рыночных показателей, более обоснованно оценивать позиции своей компании, прогнозировать объемы собственных продаж и продаж конкурентов!!!

125438, Москва, ул. Михалковская 63б, стр. 2, этаж 2, подъезд 3
Телефон: +7 (495) 601-91-49; +7 (495) 968-13-14. Факс: +7 (495) 601-91-49
www.drgroup.ru, research@drgroup.ru

Этот отчет был подготовлен **DISCOVERYResearch Group** исключительно в целях информации. **DISCOVERY Research Group** не гарантирует точности и полноты всех сведений, содержащихся в отчете, поскольку в некоторых источниках приведенные сведения могли быть случайно или намеренно искажены. Информация, представленная в этом отчете, не должна быть истолкована, прямо или косвенно, как информация, содержащая рекомендации по дальнейшим действиям по ведению бизнеса. Все мнение и оценки, содержащиеся в данном отчете, отражают мнение авторов на день публикации и могут быть изменены без предупреждения.

DISCOVERY Research Group не несет ответственности за какие-либо убытки или ущерб, возникшие в результате использования любой третьей стороной информации, содержащейся в данном отчете, включая опубликованные мнения или заключения, а также за последствия, вызванные неполнотой представленной информации. Информация, представленная в настоящем отчете, получена из открытых источников. Дополнительная информация может быть представлена по запросу.

Этот документ или любая его часть не может распространяться без письменного разрешения **DISCOVERY Research Group** либо тиражироваться любыми способами.

ВАЖНО!

Задачи, поставленные и решаемые в настоящем отчете являются общими и не могут рассматриваться как комплексное исследование рынка того или иного товара или услуги. Для решения специфических задач необходимо проведение Adhoc исследования, которое в полной мере будет соответствовать потребностям бизнеса.

Основное направление деятельности **DISCOVERY Research Group** – проведение маркетинговых исследований полного цикла в Москве и регионах России, а также выполнение отдельных видов работ на разных этапах реализации исследовательского проекта.

Также **DISCOVERY Research Group** в интересах Заказчика разрабатывает и реализует PR-кампании, проводит конкурентную разведку с привлечением соответствующих ресурсов.

Специалисты агентства обладают обширными знаниями в маркетинге, методологии, методике и технике маркетинговых и социологических исследований, экономике, математической статистике и анализе данных.

Специалисты агентства являются экспертами и авторами статей в известных деловых и специализированных изданиях, среди которых Коммерсантъ, Ведомости, Эксперт Компания, Профиль, Рбк-Daily, Секрет фирмы и ряд других.

Агентство **DISCOVERY Research Group** является партнером РИА «РосБизнесКонсалтинг» и многих других Интернет-площадок по продаже отчетов готовых исследований.

Содержание

Содержание 8

Список таблиц и диаграмм 10

Таблицы: 10
Диаграммы: 11

Резюме 13

Глава 1. Технологические характеристики исследования 15

Цель исследования 15
Задачи исследования 15
Объект исследования 16
Метод сбора и анализа данных 16
Источники получения информации 16
Объем и структура выборки 16

Глава 2. Классификация и основные характеристики холодильного оборудования для общепита и торговли 17

Глава 3. Объем и темпы роста рынка холодильного оборудования для общепита и торговли в России 18

Объем и темпы роста рынка 18
Объем рынка по торговым маркам 19

Глава 4. Производство холодильного оборудования для общепита и торговли в России 22

Объем, структура и темпы роста производства холодильного оборудования для общепита и торговли 22

Глава 5. Импорт холодильного оборудования для общепита и торговли в Россию и экспорт из России 24

Импорт по товарным категориям 24
Импорт по торговым маркам 25
Экспорт по товарным категориям 28
Экспорт по торговым маркам 29

Глава 6. Основные события, тенденции и перспективы развития рынка холодильного оборудования для общепита и торговли в России 32

Производители и потребители холодильного оборудования для общепита и торговли 32

Глава 7. Финансово-хозяйственная деятельность и планы развития ключевых игроков рынка холодильного оборудования для общепита и торговли в России 33

§1. Российские производители холодильного оборудования для общепита и торговли ..... **Ошибка! Закладка не определена.**

ООО «Марихолодмаш», Республика Марий Эл ..... ***Ошибка! Закладка не определена.***

ОАО «Чувашторгтехника», Республика Чувашия ***Ошибка! Закладка не определена.***

КЗХ "Бирюса", г.Красноярск ..... ***Ошибка! Закладка не определена.***

ООО «СЭПО-ЗЭМ», г.Саратов ..... ***Ошибка! Закладка не определена.***

ООО «Орский завод холодильников», Оренбургская область ***Ошибка! Закладка не определена.***

ООО «Завод Спутник», Калининградская область ***Ошибка! Закладка не определена.***

§2. Зарубежные производители холодильного оборудования для общепита и торговли ..... **Ошибка! Закладка не определена.**

ООО «Либхерр-Русланд», г. Дзержинск, Московская обл. (The Liebherr Group) ..... ***Ошибка! Закладка не определена.***

ЗАО «Индезит Интернэшнл", Липецкая обл. (IndesitInternational) ***Ошибка! Закладка не определена.***

ООО "Фригогласс Евразия". (Frigoglass), Орловская область ***Ошибка! Закладка не определена.***

ООО " АРНЕГ "(Arneg), Московская область ..... ***Ошибка! Закладка не определена.***

Список таблиц и диаграмм

Отчет содержит 18таблиц и 8 диаграмм.

Таблицы:

Таблица 1. Объем рынка холодильного оборудования для общепита и торговли в России в натуральном выражении в 2010–2014* гг., шт. 18
Таблица 2. Объем рынка холодильного оборудования для общепита и торговли в России в стоимостном выражении в 2010–2014*гг., $ тыс. 18
Таблица 3. Основные показатели рынка холодильного оборудования для общепита и торговли по торговым маркам в России, а также доли торговых марок в общем объеме рынка в стоимостном выражении в 2013- 2014*гг., $тыс. и %. 19
Таблица 4. Основные показатели рынка холодильного оборудования для общепита и торговли по торговым маркам в России, а также доли торговых марок в общем объеме рынка в натуральном выражении в 2013-2014*гг., шт. и %. 20
Таблица 5. Производство холодильного оборудования для общепита и торговли в России в 2010-2014* гг., шт., $ тыс. 22
Таблица 6 Производство холодильного оборудования для общепита и торговли в России по субъектам федерации в 2010-2014* гг., шт. 22
Таблица 7 Производство холодильного оборудования для общепита и торговли в России по субъектам федерации в 2010-2014* гг., $ тыс. 24
Таблица 8 Импорт холодильного оборудования для общепита и торговли в Россию по товарным категориям 2013-2014* гг., шт. и $ тыс. 24
Таблица 9. Импорт холодильного оборудования для общепита и торговли в Россию по торговой марке в 2013-2014* гг., шт. и $ тыс. 25
Таблица 10. Импорт морозильников типа «ларь» для общепита и торговли в Россию по торговой марке в 2013-2014* гг., шт. и $ тыс. 27
Таблица 11. Импорт морозильных бонет в Россию по торговой марке в 2013-2014* гг., шт. и $ тыс. .... **Ошибка! Закладка не определена.**
Таблица 12. Импорт морозильных прилавков в Россию по торговой марке в 2013-2014* гг., шт. и $ тыс. .... **Ошибка! Закладка не определена.**
Таблица 13. Импорт морозильных столов для общепита и торговли в Россию по торговой марке в 2013-2014* гг., шт. и $ тыс. .... **Ошибка! Закладка не определена.**
Таблица 14. Импорт морозильных шкафов для общепита и торговли в Россию по торговой марке в 2013-2014* гг., шт. и $ тыс. .... **Ошибка! Закладка не определена.**
Таблица 15. Импорт холодильных винных шкафов для общепита и торговли в Россию по торговой марке в 2013-2014* гг., шт. и $ тыс. **Ошибка! Закладка не определена.**
Таблица 16. Импорт холодильных прилавков в Россию по торговой марке в 2013-2014* гг., шт. и $ тыс. .... **Ошибка! Закладка не определена.**
Таблица 17. Импорт холодильных стеллажей (горок) в Россию по торговой марке в 2013-2014* гг., шт. и $ тыс. .... **Ошибка! Закладка не определена.**
Таблица 18. Импорт холодильных столов в Россию по торговой марке в 2013-2014* гг., шт. и $ тыс. .... **Ошибка! Закладка не определена.**

Таблица 19. Импорт холодильных шкафов в Россию по торговой марке в 2013-2014* гг., шт. и $ тыс. ..... **Ошибка! Закладка не определена.**
Таблица 20. Импорт шкафов шоковой заморозки для общепита и торговли в Россию по торговой марке в 2013-2014* гг., шт. и $ тыс. **Ошибка! Закладка не определена.**
Таблица 21 Экспорт холодильного оборудования для общепита и торговли из России по товарным категориям 2013-2014* гг., шт. и $ тыс. 29
Таблица 22. Экспорт холодильного оборудования для общепита и торговли из России по торговой марке в 2013-2014* гг., шт. и $ тыс. 29
Таблица 23. Экспорт морозильников типа «ларь» для общепита и торговли из России по торговой марке в 2013-2014* гг., шт. и $ тыс. 31
Таблица 24. Экспорт морозильных прилавков из России по торговой марке в 2013-2014* гг., шт. и $ тыс. ..... **Ошибка! Закладка не определена.**
Таблица 25. Экспорт холодильных прилавков из России по торговой марке в 2013-2014* гг., шт. и $ тыс. ..... **Ошибка! Закладка не определена.**
Таблица 26. Экспорт холодильных столов для общепита и торговли из России по торговой марке в 2013-2014* гг., шт. и $ тыс. ..... **Ошибка! Закладка не определена.**
Таблица 27. Экспорт холодильных шкафов для общепита и торговли из России по торговой марке в 2013-2014* гг., шт. и $ тыс. ..... **Ошибка! Закладка не определена.**

Диаграммы:

Диаграмма 1. Объем и темпы прироста производства холодильного оборудования для общепита и торговли в России в 2010 - 2013 гг., шт. и %. 22
Диаграмма 2. Структура производства холодильного оборудования для общепита и торговли в России в 2013 г., %. 23
Диаграмма 3. Структура импорта холодильного оборудования для общепита и торговли в Россию в стоимостном выражении в 2013 г., %.....27
Диаграмма 4. Структура импорта морозильников типа «ларь» для общепита и торговли в Россию в стоимостном выражении в 2013 г., %.....28
Диаграмма 5. Структура импорта морозильных бонет в Россию в стоимостном выражении в 2013 г., %. ..... **Ошибка! Закладка не определена.**
Диаграмма 6. Структура импорта морозильных прилавков в Россию в стоимостном выражении в 2013 г., %. ..... **Ошибка! Закладка не определена.**
Диаграмма 7. Структура импорта морозильных столов для общепита и торговли в Россию в стоимостном выражении в 2013 г., %..... **Ошибка! Закладка не определена.**
Диаграмма 8. Структура импорта морозильных шкафов для общепита и торговли в Россию в стоимостном выражении в 2013 г., %..... **Ошибка! Закладка не определена.**
Диаграмма 9. Структура импорта холодильных винных шкафов для общепита и торговли в Россию в стоимостном выражении в 2013 г., %.**Ошибка! Закладка не определена.**
Диаграмма 10. Структура импорта холодильных прилавков в Россию в стоимостном выражении в 2013 г., %. ..... **Ошибка! Закладка не определена.**
Диаграмма 11. Структура импорта холодильных стеллажей (горок) в Россию в стоимостном выражении в 2013 г., %. ..... **Ошибка! Закладка не определена.**
Диаграмма 12. Структура импорта холодильных столов в Россию в стоимостном выражении в 2013 г., %. ..... **Ошибка! Закладка не определена.**

Диаграмма 13. Структура импорта холодильных шкафов в Россию в стоимостном выражении в 2013 г., %. ..... **Ошибка! Закладка не определена.**

Диаграмма 14. Структура импорта шкафов шоковой заморозки для общепита и торговли в Россию в стоимостном выражении в 2013 г., %.**Ошибка! Закладка не определена.**

Диаграмма 15. Структура экспорта холодильного оборудования для общепита и торговли из России в стоимостном выражении в 2013 г., %. 30

Диаграмма 16. Структура экспорта морозильников типа «ларь» для общепита и торговли из России в стоимостном выражении в 2013 г., %. 31

Диаграмма 17. Структура экспорта морозильных прилавков из России в стоимостном выражении в 2013 г., %. ..... **Ошибка! Закладка не определена.**

Диаграмма 18. Структура экспорта холодильных прилавков из России в стоимостном выражении в 2013 г., %. ..... **Ошибка! Закладка не определена.**

Диаграмма 19. Структура экспорта холодильных столов для общепита и торговли из России в стоимостном выражении в 2013 г., %..... **Ошибка! Закладка не определена.**

Диаграмма 19. Структура экспорта холодильных шкафов для общепита и торговли из России в стоимостном выражении в 2013 г., %..... **Ошибка! Закладка не определена.**

Резюме

В феврале2014*года маркетинговое агентство DISCOVERY Research Group завершило исследование российского рынка холодильного оборудования для общепита и торговли.

Объем рынка холодильного оборудования для общепита и торговли за 2013г. в натуральном выражении составил ... тыс. шт., что значительно выше показателя предыдущих лет, и составляет$ ... млн в стоимостном выражении.

В 2014*...2014* году по расчетам DISCOVERY Research Group объем рынка холодильного оборудования для общепита и торговли уменьшиться как в натуральном, так и в стоимостном выражении и составит ... тыс. шт. или $ ... млн.

Лидером на российском рынке холодильного оборудования для общепита и торговли в стоимостном выражении в 2013 г. стала марка ARNEG, на нее пришлось ...% общего объема рынка. Далее наиболее значительные ниши на рынке холодильного оборудования для общепита и торговли занимает отечественный бренд МАРИХОЛОДМАШ(...%) и другие известные бренды, такие как NORCOOL(...%), БИРЮСА (...%) ПОЛЮС (...%).

В натуральном выражении лидером рынка холодильного оборудования для общепита и торговли в России по итогам 2013 года стала марка-лидер в стоимостном выражении ARNEG, на которую пришлось ...% объема рынка. ...% заняла упомянутая отечественная торговая марка МАРИХОЛОДМАШ, далее идут марки БИРЮСА – ...% и ПОЛЮС – ...%.

Согласно официальным статистическим данным, производство холодильного оборудования для общепита и торговли в России в 2013 г. составило ... млн. шт.,что на ...%больше показателя предыдущего2014*... года, если сравнивать показатели в натуральном выражении.

В стоимостном выражении производство холодильного оборудования для общепита и торговли в 2013 году составило $ ... млн., а в 2014* году, по прогнозируемым расчетам DISCOVERY Research Group, объем производства снизился до $ ... млн. В натуральном выражении 2014* год также показал спад производства на ...%.

Наибольший объем производства холодильного оборудования для общепита и торговли в России в натуральном выражении – ...% – приходится на производителей Республики Марий Эл, на территории которой расположены крупные заводы, выпускающие продукцию таких брендов как «Ариада», «Марихолодмаш», «Полюс». . На втором месте - Московская область, где производится ...% всех холодильного оборудования для общепита и торговли различных производителей, на третьем – Орловская область, с долей производства ...%.

Объем импорта холодильного оборудования для общепита и торговли в Россию в 2013 году составил ... тыс.шт. или $ ...млн., по прогнозируемым данным 2014* годаобъем импорта вырос и составил – ... тыс. шт. на сумму $ ...млн. Больше всего в 2013 году было импортировано товара по следующим категориям: морозильники типа "ларь", холодильные шкафы, холодильные прилавки.

В импорте холодильного оборудования для общепита и торговли в 2013 году лидирует марка UBC GROUP, занимающая ...% объема импорта, большую долю также заняли такие марки как ARNEG – ...%, JBG – ...%. В топ-... марок-лидеров в импорте холодильного оборудования для общепита и торговли также попадают известные бренды EPTA, CARRIER, INTER, и др.

Объем экспорта холодильного оборудования для общепита и торговли из России в 2013 году составил ... тыс.шт. или $ ... млн. По итогам 2014* года –... тыс. шт. на сумму $ ... млн. В экспорте торгового холодильного оборудования, как и в его импорте в 2013 году преобладали следующие категории: холодильные прилавки, холодильные шкафы, морозильники типа «ларь»

В экспорте холодильного оборудования для общепита и торговли в 2013 году лидирует марка FRIGOREX, занимая практически половину объема экспорта в стоимостном выражении (...%), на втором месте греческий бренд NORCOOL (...%). Среди отечественных брендов стоит также выделить POLAIR (...%) и МАРИХОЛОДМАШ (...%), пытающиеся конкурировать с известным западным брендом, предлагая более дешевые модели холодильного оборудования для общепита и торговли.

Глава 1. Технологические характеристики исследования

Цель исследования

Охарактеризовать текущее состояние и перспективы развития рынка холодильного оборудования для общепита и торговли в России.

Задачи исследования

1. Определить объем, темпы роста и динамику развития российского рынка холодильного оборудования для общепита и торговли в 2013-2014* гг.
2. Определить объем и темпы роста производства холодильного оборудования для общепита и торговли в России в 2013-2014* гг.
3. Определить объем импорта в Россию и экспорта из России холодильного оборудования для общепита и торговли в 2013-2014* гг.
4. Выделить и описать основные сегменты рынка холодильного оборудования для общепита и торговли в России.
5. Охарактеризовать структуру потребления холодильного оборудования для общепита и торговли в России.
6. Определить рыночные доли основных участников рынка холодильного оборудования для общепита и торговли.
7. Охарактеризовать конкурентную ситуацию на рынке холодильного оборудования для общепита и торговли в России.
8. Составить различные сценарии прогноза ключевых показателей рынка холодильного оборудования для общепита и торговли в России до 2016 г. в натуральном и стоимостном выражении.
9. Определить ключевые тенденции и перспективы развития рынка холодильного оборудования для общепита и торговли в России в ближайшие несколько лет.
10. Определить ключевые факторы, определяющие текущее состояние и развитие рынка холодильного оборудования для общепита и торговли в России.
11. Определить факторы, препятствующие росту рынка холодильного оборудования для общепита и торговли в России.
12. Охарактеризовать потребительские свойства различных товарных групп холодильного оборудования для общепита и торговли.
13. Описать финансово-хозяйственную деятельность участников рынкахолодильного оборудования для общепита и торговли.
14. Описать планы по расширению производства/производственные программы/инвестиционные проекты участников рынка холодильного оборудования для общепита и торговли.
15. Определить предполагаемую позицию компании-заказчика на рынке холодильного оборудования для общепита и торговли в России через 2 – 4 года.

Объект исследования

Рынок холодильного оборудования для общепита и торговли в России.

Метод сбора и анализа данных

Мониторинг документов.

В общем виде целью кабинетного исследования является проанализировать ситуацию на рынке холодильного оборудования для общепита и торговлии получить (рассчитать) показатели, характеризующие его состояние в настоящее время и в будущем.

Источники получения информации

1. Базы данных Федеральной Таможенной службы РФ, ФСГС РФ (Росстат).
2. Материалы DataMonitor, EuroMonitor, Eurostat.
3. Печатные и электронные деловые и специализированные издания, аналитические обзоры.
4. Ресурсы сети Интернет в России и мире.
5. Экспертные опросы.
6. Материалы участников отечественного и мирового рынков.
7. Результаты исследований маркетинговых и консалтинговых агентств.
8. Материалы отраслевых учреждений и базы данных.
9. МатериалыибазыданныхстатистикиООН (United Nations Statistics Division: Commodity Trade Statistics, Industrial Commodity Statistics, Food and Agriculture Organization идр.).
10. Материалы Международного Валютного Фонда (International Monetary Fund).
11. Материалы Всемирного банка (World Bank).
12. МатериалыВТО (World Trade Organization).
13. Материалы Организации экономического сотрудничества и развития (Organization for Economic Cooperation and Development).
14. Материалы International Trade Centre.
15. Материалы Index Mundi.
16. Результаты исследований DISCOVERY Research Group.

Объем и структура выборки

Процедура контент-анализа документов не предполагает расчета объема выборочной совокупности. Обработке и анализу подлежат все доступные исследователю документы.

Глава 2. Классификация и основные характеристикихолодильного оборудования для общепита и торговли

Сегментирование рынка холодильного оборудования для общепита и торговли, как и большинства других рынков, можно проводить по различным критериям. В связи с этим подходы к сегментированию рынка в разных источниках колоссально отличаются. Мы приведем пример типологизации холодильного оборудования для общепита и торговли одного из самых известных отечественных производителей данного вида продукции – компании «Марихолодмаш».

.....

Также различают холодильные витрины со встроенным холодом - Холодильные горки (или стеллажи) и выносным холодом.

Глава 3. Объем и темпы роста рынка холодильного оборудования для общепита и торговлив России

Объем и темпы роста рынка

Расчеты DISCOVERY Research Group, сделанные по формуле видимого потребления:

Объем рынка 2013 Объем производства + Объем импорта - Объем экспорта

показывают, что объем рынка холодильного оборудования для общепита и торговлив России в 2013-2014** гг. в среднем составил.....тыс.шт. в натуральном выражении. В стоимостном выражении за 2013-2014*гг. средний объем рынка составил $.....,... млн.Объем рынка холодильного оборудования для общепита и торговли за 2013г. в натуральном выражении составил .....,... тыс. шт., $ .....,... млн в стоимостном выражении.

.....

Таблица 1. Объем рынка холодильного оборудования для общепита и торговлив России в натуральном выражении в 2010–2014* гг., шт.

Год	Импорт	Экспорт	Производство	Рынок
2010				
2011				
2012				
2013				
2014*	397798			

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФСГС

Таблица 2. Объем рынка холодильного оборудования для общепита и торговлив Россиив стоимостномвыражении в 2010–2014*гг., $ тыс.

Год	Импорт	Экспорт	Производство	Рынок
2010			475067,5	
2011				
2012	219753,7			
2013				
2014*				

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФСГС

[1] *Расчеты всех показателей в 2014 году являются прогнозом на основе данных ФСГС за первое полугодие 2014 года.

Объем рынка по торговым маркам

Лидером на российском рынке холодильного оборудования для общепита и торговли в стоимостном выражении в 2013 г. стала марка ***, на нее пришлось .....,...% общего объема рынка. Далее наиболее значительные ниши на рынке холодильного оборудования для общепита и торговли занимает отечественный бренд ***(.....,...%) и другие известные бренды, такие как ***(.....,...%),***(...%)***(...,...%).

Таблица 3. Основные показатели рынка холодильного оборудования для общепита и торговли по торговым маркам в России, а также доли торговых марок в общем объеме рынка в стоимостном выражении в 2013-2014*гг., $тыс. и %.

Бренд	2013				2014*				Доля бренда в рынке
	Импорт	Экспорт	Производство	Рынок	Импорт	Экспорт	Производство	Рынок	(в 2013г.)
						108,0			
					3336,4				
Костромская область									
									1,2%
	8405,1								
DERBY									
DE RIGO									

DISCOVERY RESEARCH GROUP
125438, Москва, ул. Михалковская 63б, стр. 2, этаж 2, подъезд 3
Телефон: +7 (495) 601-91-49; +7 (495) 968-13-14. Факс: +7 (495) 601-91-49
www.drgroup.ru, research@drgroup.ru

Республика Татарстан									
	38,2								
ГРОСПИРОН								184,5	
									0,0%
ПРОЧИЕ									
Итого									100,0%

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФСГС

В натуральном выражении лидером рынка холодильного оборудования для общепита и торговлив России по итогам 2013 года стала марка-лидер в стоимостном выражении ***, на которую пришлось .....,...% объема рынка. .....,...% заняла упомянутая отечественная торговая марка ***, далее идут марки ***– .....,...% и ***– ...,...%.

Таблица 4. Основные показатели рынка холодильного оборудования для общепита и торговли по торговым маркам в России, а также доли торговых марок в общем объеме рынка в натуральном выражении в 2013-2014*гг., шт. и %.

Бренд	2013				2014*				Доля бренда в рынке
	Импорт	Экспорт	Производство	Рынок	Импорт	Экспорт	Производство	Рынок	(в 2013г.)
						108,0			
					3336,4				

Костромская область									
									1,2%
	8405,1								
DERBY									
DE RIGO									
Республика Татарстан									
	38,2								
ГРОСПИРОН								184,5	
ПРОЧИЕ									
Итого									100,0%

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФСГС

Глава 4. Производство холодильного оборудования для общепита и торговли в России

Объем, структура и темпы роста производствахолодильного оборудования для общепита и торговли

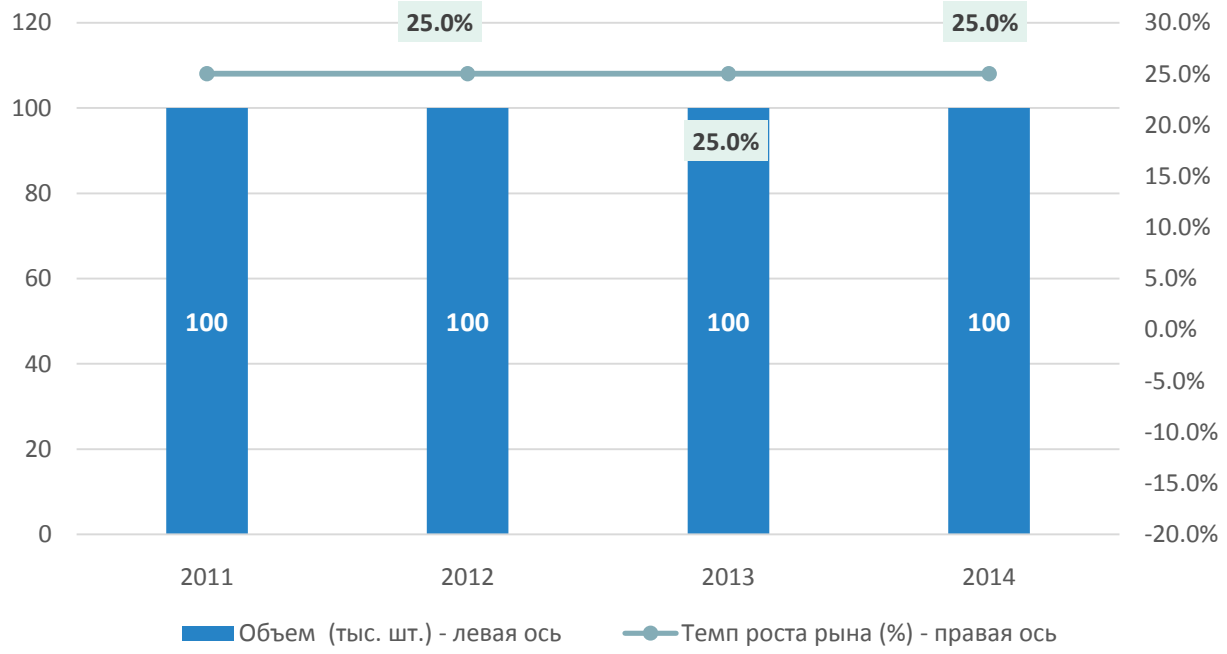
Согласно официальным статистическим данным, производство холодильного оборудования для общепита и торговлив России в 2013 г. составило .....,... млн.шт. В стоимостном выражении производство холодильного оборудования для общепита и торговлив 2013 году составило$ .....,... млн.,а в2014* году,по прогнозируемым расчетам DISCOVERY Research Group,объем производства- $ .....,... млн. В натуральном выражении 2014* год также показал уровень производства.....,...%.

Таблица 5. Производство холодильного оборудования для общепита и торговлив России в 2010-2014* гг., шт., $ тыс.

Год	2010	2011	2012	2013	2014**
шт.					
$ тыс.					

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФСГС

Диаграмма 1. Объем и темпы прироста производства холодильного оборудования для общепита и торговлив Россиив 2010 - 2013 гг., шт. и %.



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФСГС

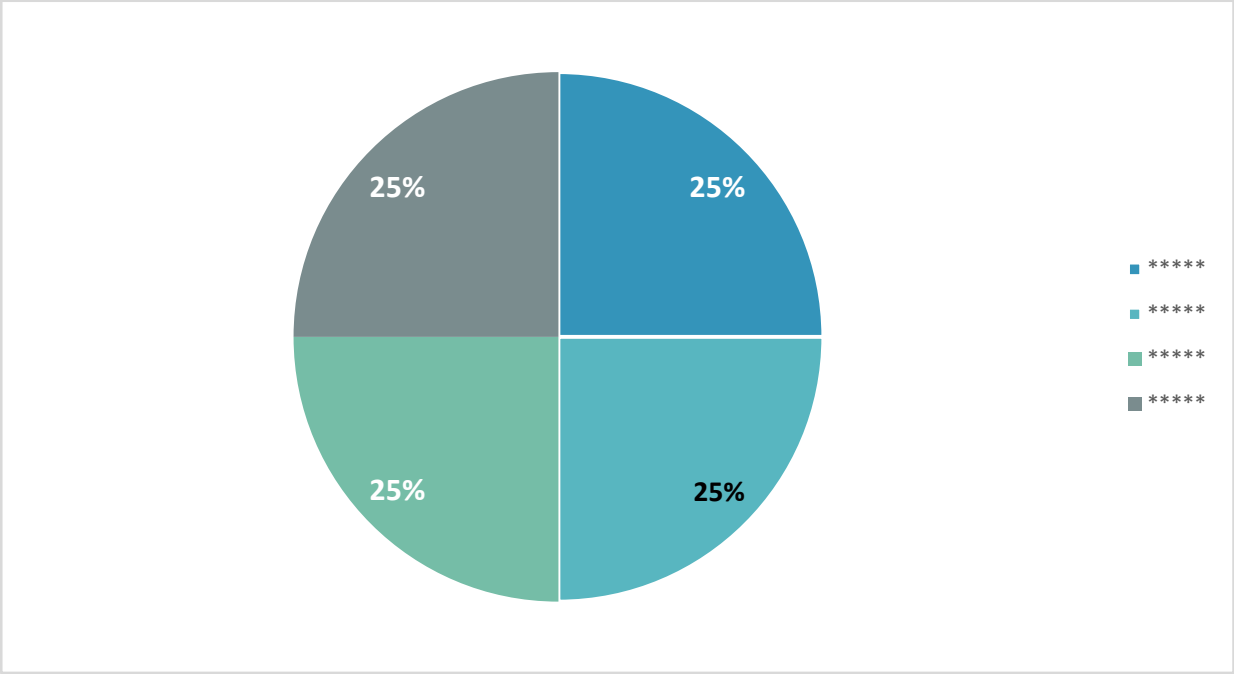
Таблица 6 Производство холодильного оборудования для общепита и торговлив России по субъектам федерации в 2010-2014* гг., шт.

Субъект РФ	2010	2011	2012	2013	2014**

*** область				412	
*** область					0
*** область					
*** область					
*** область					
*** область					
*** область					
*** область					
*** область					
*** область					
*** область					
*** область					
*** область					
*** область					
*** область					
*** область					
*** область					
*** область					
*** область					
*** область	81				
*** область					
*** область					1864
*** область					
*** область					
*** область					
*** область					
Итого					

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФСГС

Диаграмма 2. Структура производства холодильного оборудования для общепита и торговли в Россиив 2013 г., %.



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФСГС

Таблица 7 Производство холодильного оборудования для общепита и торговлив России по субъектам федерации в 2010-2014* гг., $ тыс.

Субъект РФ	2010	2011	2012	2013	2014**
*** область				412	
*** область					0
*** область					
*** область					
*** область					
*** область					
*** область					
*** область					
*** область					
*** область					
*** область					
*** область					
*** область					
*** область					
*** область					
*** область					
*** область					
*** область	81				
*** область					
*** область					1864
*** область					
*** область					
*** область					
Итого					

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФСГС

Глава 5. Импортхолодильного оборудования для общепита и торговли в Россию и экспорт из России

Импорт по товарным категориям

Объем импорта холодильного оборудования для общепита и торговли в Россию в 2013 году составил ..... тыс.шт. или $ .....,...млн., по прогнозируемым данным 2014* годаобъем импорта составил–.....,... тыс. шт.на сумму $ .....,...млн. Больше всего в 2013 году было импортировано товара по следующим категориям: ***,***,***.

Таблица 8 Импорт холодильного оборудования для общепита и торговли в Россию по товарным категориям 2013-2014* гг., шт. и $ тыс.

Товарная группа	2013		2014*		Доля группы в импорте
	$ тыс.	шт.	$ тыс.	шт.	($ тыс., 2013г.)

DISCOVERY RESEARCH GROUP
125438, Москва, ул. Михалковская 63б, стр. 2, этаж 2, подъезд 3
Телефон: +7 (495) 601-91-49; +7 (495) 968-13-14. Факс: +7 (495) 601-91-49
www.drgroup.ru, research@drgroup.ru

				214596	
					5,6%
Холодильные стеллажи (горки)					
Льдогенераторы					
				4682	
					0,8%
	922,3				
Итого					

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФСГС

Импорт по торговым маркам

В импорте холодильного оборудования для общепита и торговли в 2013году лидирует марка***, занимающая ...,...% объема импорта, большую долю также заняли такие марки как***–...,...%, JBG – ...,...%. В топ-..... марок-лидеров в импорте холодильного оборудования для общепита и торговли также попадают известные бренды ***, ***, ***, и др.

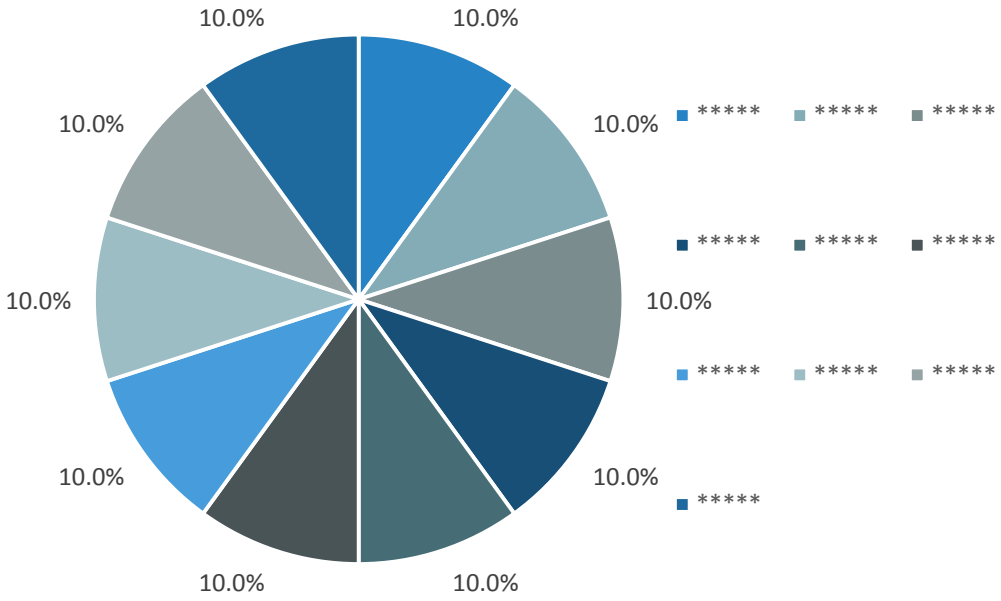
Таблица 9. Импортхолодильного оборудования для общепита и торговли в Россию по торговой марке в 2013-2014* гг., шт. и $ тыс.

Бренд	2013		2014*		Доля бренда в импорте
	$ тыс.	шт.	$ тыс.	шт.	($ тыс., 2013г.)
		16104			
	6018				
BREMA					

			2980		
			1021		
GASTRO					
				235	
	972				
				667	
		560			
			0		
			27		
САЛЬНИКОВ					
ПРОЧИЕ					
Общий итог					

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФСГС

Диаграмма 3. Структура импорта холодильного оборудования для общепита и торговли в Россию в стоимостном выражении в 2013 г., %.



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФСГС РФ

Импорт каждой товарной категории по торговым маркам

В импорте морозильников типа «ларь» для общепита и торговли в 2013 году лидирует марка ***, занимающая .....% объема импорта, большую долю также заняли такие марки как ***– .....,...%, ***– .....,...%.

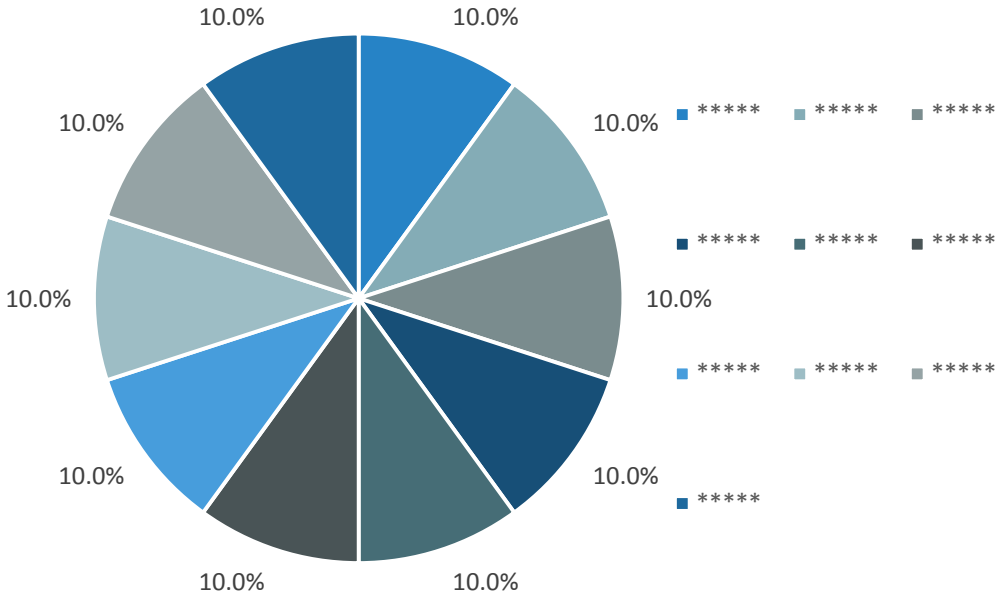
Таблица 10. Импортморозильников типа «ларь» для общепита и торговли в Россию по торговой марке в 2013-2014* гг., шт. и $ тыс.

Бренд	2013		2014*		Доля бренда в импорте
	$ тыс.	шт.	$ тыс.	шт.	($ тыс., 2013г.)
АНТ					
			2980		
			1021		
GASTRO					
				235	

	972				
ПРОЧИЕ					
Общий итог					

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФСГС РФ

Диаграмма 4. Структура импорта морозильников типа «ларь» для общепита и торговли в Россию в стоимостном выражении в 2013 г., %.



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФСГС РФ

Экспорт по товарным категориям

Объем экспорта холодильного оборудования для общепита и торговли из России в 2013 году составил .....,... тыс.шт. или $ .....,... млн. По итогам 2014* года –.....,... тыс. шт. на сумму $ .....,... млн. В экспорте торгового холодильного оборудования, как и в его импорте в 2013 году преобладали следующие категории: ***, ***, ***

Таблица 11Экспортхолодильного оборудования для общепита и торговли из Россиипо товарным категориям 2013-2014* гг., шт. и $ тыс.

Товарная группа	2013		2014*		Доля группы в импорте
	$ тыс.	шт.	$ тыс.	шт.	($ тыс., 2013г.)
			2381,1		
			138,5		
Морозильные шкафы					
		5			
	21,6				
Холодильные винные шкафы					
Общий итог					

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФСГС

Экспорт по торговым маркам

В экспорте холодильного оборудования для общепита и торговли в 2013году лидирует марка***, занимая …% в стоимостном выражении (.....,...%), на втором месте греческий бренд ***(.....,...%). Среди отечественных брендов стоит также выделить ***(...,...%) и ***(...,...%), пытающиеся конкурировать с известным западным брендом, предлагая более дешевые модели холодильного оборудования для общепита и торговли.

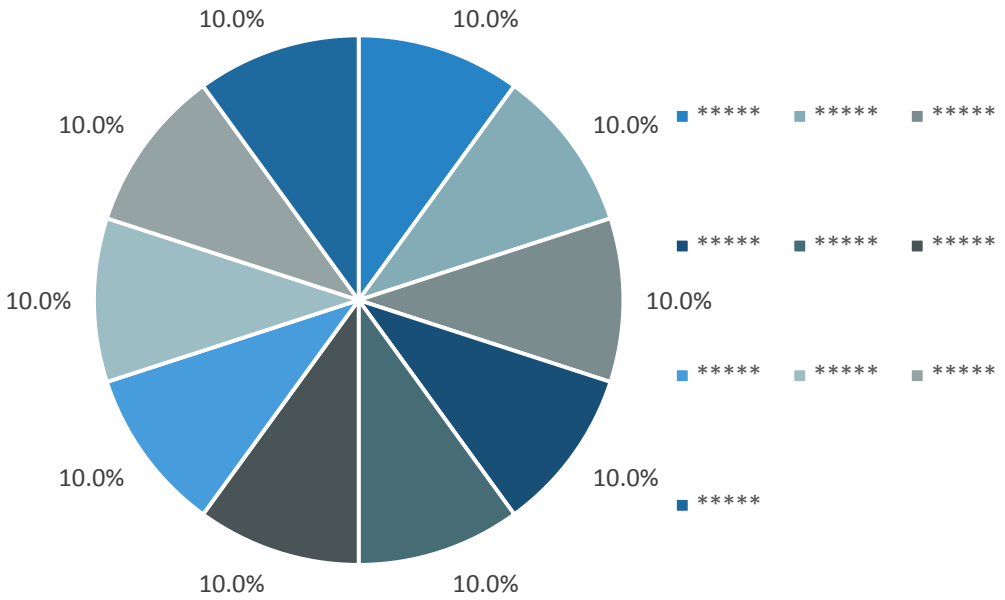
Таблица 12. Экспортхолодильного оборудования для общепита и торговли из России по торговой марке в 2013-2014* гг., шт. и $ тыс.

Бренд	2013		2014*		Доля бренда в экспорте
	$ тыс.	шт.	$ тыс.	шт.	($ тыс., 2013г.)
					1,2%
ЭКО					

	14,7				
РАДА					
		2			
			4,9		
ПРОЧИЕ					
Общий итог					

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФСГС РФ

Диаграмма 5. Структура экспортахолодильного оборудования для общепита и торговлиз России в стоимостном выражении в 2013 г., %.



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФСГС РФ

Экспорт каждой товарной категории по торговым маркам

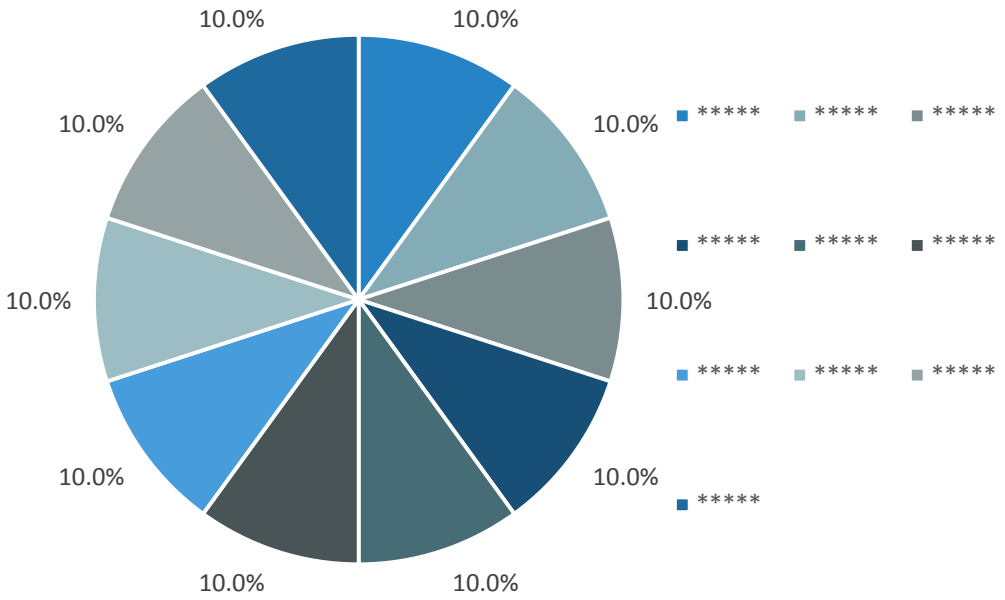
В экспорте морозильников типа «ларь» для общепита и торговли в ..... году лидирует марка ***, занимающая .....,...% объема всего экспорта; большую долю также заняла известная марка как ***– ...,...%, а доля марки ***оказалась равной ...,...%.

Таблица 13. Экспортморозильников типа «ларь» для общепита и торговли из России по торговой марке в 2013-2014* гг., шт. и $ тыс.

Бренд	2013		2014*		Доля бренда в экспорте
	$ тыс.	шт.	$ тыс.	шт.	($ тыс., 2013г.)
					9,8%
		68			
	16,9				
FROSTOR.					
БИРЮСА					
ПРОЧИЕ					
Итого					

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФСГС РФ

Диаграмма 6. Структура экспортаморозильников типа «ларь» для общепита и торговли из России в стоимостном выражении в 2013 г., %.



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФСГС РФ

Глава 6. Основные события, тенденции и перспективы развития рынка холодильного оборудования для общепита и торговли в России

Производители и потребителихолодильного оборудования для общепита и торговли

Сегодня на российском рынке холодильного оборудования существует широкий ассортимент товаров как зарубежного, так и отечественного производства.

……

Кроме того, в России насчитывается пять заводов по производству промышленного холодильного оборудования отечественной разработки и 12 заводов–производителей бытовой холодильной техники.

……

Также большинство российских производителей закупают из-за рубежа теплообменную аппаратуру и электронику, например …

……

Глава 7. Финансово-хозяйственная деятельность и планы развития ключевых игроков рынка холодильного оборудования для общепита и торговли в России

§1. Российские производители морозильных ларей

Компания1

Компания2

Компания3

§2. Зарубежные производители морозильных ларей

Компания1

Компания2

Компания3

Агентство маркетинговых исследований

DISCOVERY RESEARCH GROUP

125438, Москва, ул. Михалковская 63Б, стр. 2, этаж 2, подъезд 3

БЦ «Головинские пруды»

Тел. +7 (495) 601-91-49, (495) 968-13-14

Факс: +7 (495) 601-91-49

e-mail: research2014*drgroup.ru

www.drgroup.ru

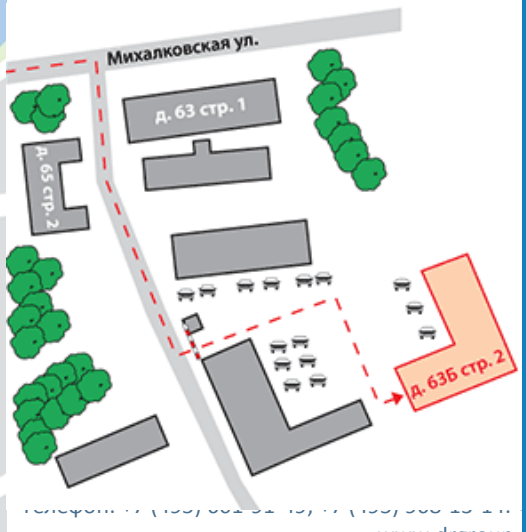



Схема проезда