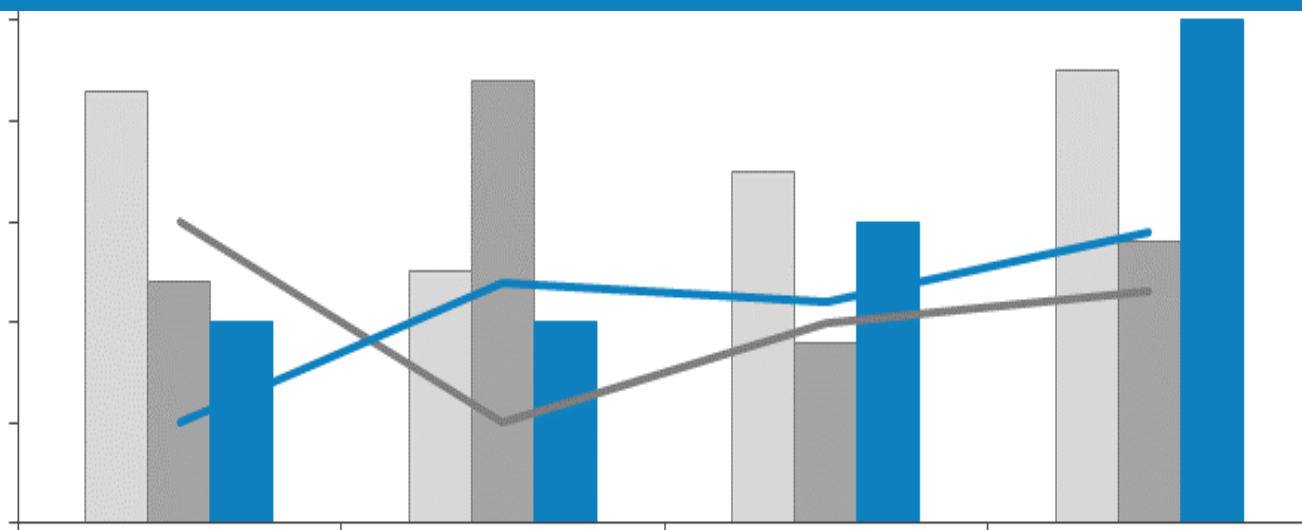




Аналитический отчет DISCOVERY RESEARCH GROUP Рынок морожениц в России



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 малоприменимой 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 и ключевых 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 анализируемом 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. Материалы баз данных статистики ООН (United Nations Statistics Division: Commodity Trade Statistics, Industrial Commodity Statistics, Food and Agriculture Organization и др.).
11. Материалы Международного Валютного Фонда (International Monetary Fund).
12. Материалы Всемирного банка (World Bank).
13. Материалы ВТО (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!!!

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	9
Таблицы:	9
Диаграммы:	9
Резюме	10
Глава 1. Технологические характеристики исследования.....	11
Цель исследования	11
Задачи исследования.....	11
Объект исследования	11
Метод сбора и анализа данных	11
Источники получения информации	12
Объем и структура выборки.....	12
Глава 2. Классификация и основные характеристики морожениц.....	Ошибка!
Закладка не определена.	
Глава 3. Объем и темпы роста рынка морожениц в России	14
Объем и темпы роста рынка	14
Прогноз развития рынка до 2016 г.	15
Глава 4. Импорт морожениц в Россию и экспорт морожениц из России	16
Импорт по торговым маркам.....	16
Импорт по странам происхождения	Ошибка! Закладка не определена.
Глава 5. Уровень цен на рынке морожениц в России.....	Ошибка! Закладка не определена.
Глава 6. Потребительские предпочтения на рынке морожениц в России	Ошибка! Закладка не определена.
Глава 7. Финансово-хозяйственная деятельность и планы развития ключевых игроков рынка морожениц в России.....	Ошибка! Закладка не определена.
Конкурентная ситуация на рынке	Ошибка! Закладка не определена.
Профили игроков рынка.....	Ошибка! Закладка не определена.
DELIMANO.....	Ошибка! Закладка не определена.
NEMOX.....	Ошибка! Закладка не определена.
VITEK	Ошибка! Закладка не определена.

Список таблиц и диаграмм

Отчет содержит 10 таблиц и 8 диаграмм.

Таблицы:

Таблица 1. Типы современных мороженого: плюсы и недостатки **Ошибка! Закладка не определена.**

Таблица 2. Объем и темпы роста рынка мороженого в России в натуральном выражении, 2011 – I пол. 2014 гг., шт. и %14

Таблица 3. Объем и темпы роста рынка мороженого в России в стоимостном выражении, 2011 – I пол. 2014 гг., тыс. долл. и %15

Таблица 4. Импорт мороженого в Россию по торговым маркам в натуральном выражении, 2011 – I пол. 2014 гг., шт. и %16

Таблица 5. Импорт мороженого в Россию по торговым маркам в стоимостном выражении, 2011 – I пол. 2014 гг., тыс. долл. и %17

Таблица 6. Импорт мороженого в Россию по странам происхождения в натуральном выражении, 2011 – I пол. 2014 гг., шт. и % **Ошибка! Закладка не определена.**

Таблица 7. Импорт мороженого в Россию по странам происхождения в стоимостном выражении, 2011 – I пол. 2014 гг., тыс. долл. и % **Ошибка! Закладка не определена.**

Таблица 8. Уровень цен на популярные торговые марки мороженого в России, апрель 2015 **Ошибка! Закладка не определена.**

Таблица 9. Основные игроки на рынке мороженого в России в натуральном выражении, 2011 – I пол. 2014 гг., шт. и % доли рынка .. **Ошибка! Закладка не определена.**

Таблица 10. Основные игроки на рынке мороженого в России в стоимостном выражении, 2011 – I пол. 2014 гг., тыс. долл. и % доли рынка **Ошибка! Закладка не определена.**

Диаграммы:

Диаграмма 1. Объем и темпы роста рынка мороженого в России в натуральном выражении, 2011 – I пол. 2014 гг., шт.14

Диаграмма 2. Объем и темпы роста рынка мороженого в России в стоимостном выражении, 2011 – I пол. 2014 гг., тыс. долл.15

Диаграмма 3. Импорт мороженого в Россию по торговым маркам в натуральном выражении, I пол. 2014 гг., шт. и %17

Диаграмма 4. Импорт мороженого в Россию по торговым маркам в стоимостном выражении, I пол. 2014 гг., тыс. долл. и %18

Диаграмма 5. Импорт мороженого в Россию по странам происхождения в натуральном выражении, I пол. 2014 гг., шт. и % **Ошибка! Закладка не определена.**

Диаграмма 6. Импорт мороженого в Россию по странам происхождения в стоимостном выражении, I пол. 2014 гг., тыс. долл. и % **Ошибка! Закладка не определена.**

Диаграмма 7. Основные игроки на рынке мороженого в России в натуральном выражении, I пол. 2014 гг., шт. и % доли рынка **Ошибка! Закладка не определена.**

Диаграмма 8. Основные игроки на рынке мороженого в России в стоимостном выражении, I пол. 2014 гг., тыс. долл. и % доли рынка... **Ошибка! Закладка не определена.**

Резюме

В апреле 2015 года маркетинговое агентство DISCOVERY Research Group завершило исследование российского рынка морожениц.

Мороженица – это техника, которая используется в быту для приготовления домашнего мороженого.

...

...

...

...

Глава 1. Технологические характеристики исследования

Цель исследования

Охарактеризовать текущее состояние и перспективы развития рынка морожениц в России.

Задачи исследования

1. Определить объем, темпы роста и динамику развития российского рынка морожениц в 2011 – Iпол. 2014 гг.
2. Определить объем импорта в Россию и экспорта из России морожениц в 2011 – Iпол. 2014 гг.
3. Охарактеризовать структуру потребления морожениц в России.
4. Определить рыночные доли основных участников рынка морожениц в России.
5. Охарактеризовать конкурентную ситуацию на рынке морожениц в России.
6. Провести мониторинг цен и определить уровень цен на рынке морожениц в России.
7. Описать финансово-хозяйственную деятельность участников рынка морожениц.

Объект исследования

Рынок морожениц в России.

Метод сбора и анализа данных

Мониторинг документов.

В общем виде целью кабинетного исследования является проанализировать ситуацию на рынке морожениц 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. Материалы баз данных статистики ООН (United Nations Statistics Division: Commodity Trade Statistics, Industrial Commodity Statistics, Food and Agriculture Organization и др.).
10. Материалы Международного Валютного Фонда (International Monetary Fund).
11. Материалы Всемирного банка (World Bank).
12. Материалы ВТО (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 3. Объем и темпы роста рынка морожениц в России

...

...

Объем и темпы роста рынка

Объем российского рынка морожениц в 2013 году составил в натуральном выражении ...тыс. шт., что на ...% ..., чем в 2012 году.

Таблица 1. Объем и темпы роста рынка морожениц в России в натуральном выражении, 2011 – I пол. 2014 гг., шт. и %

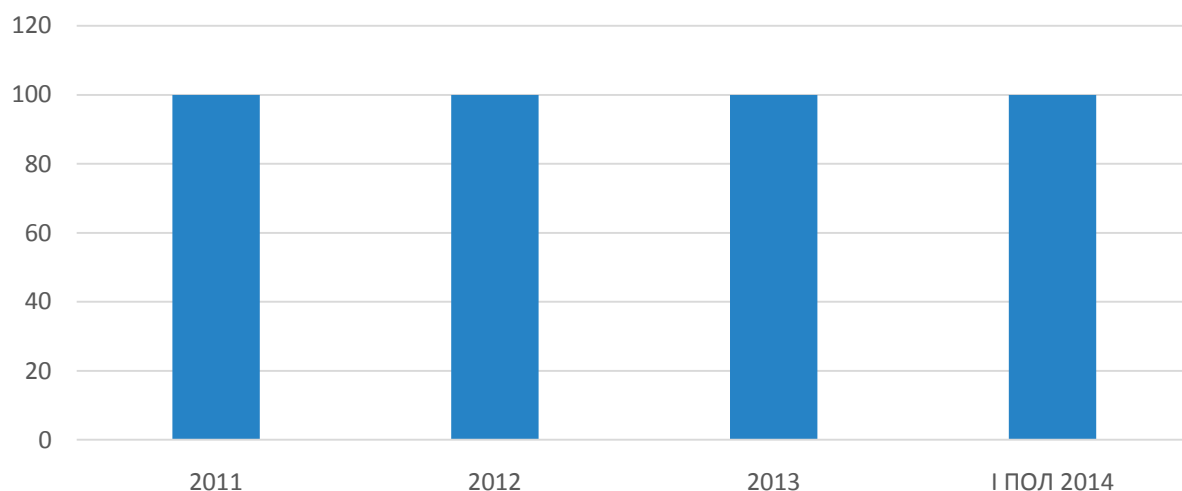
Показатель	Год			
	2011	2012	2013	I пол. 2014
Объем рынка в шт.
% к предыдущему периоду	-*

* по отношению к I пол. 2013 года

Источник: по данным DISCOVERYResearchGroup

В I пол. 2014 года объем импорта морожениц в натуральном выражении составил ... тыс. шт., что на ...% ..., чем в I пол. 2013 года.

Диаграмма 1. Объем и темпы роста рынка морожениц в России в натуральном выражении, 2011 – I пол. 2014 гг., шт.



Источник: расчетыDISCOVERYResearchGroup

В стоимостном выражении объем рынка морожениц в 2013 году составил ... тыс. долл., что на ...% ..., чем в 2012 году.

Таблица 3. Объем и темпы роста рынка морожениц в России в стоимостном выражении, 2011 – I пол. 2014 гг., тыс. долл. и %

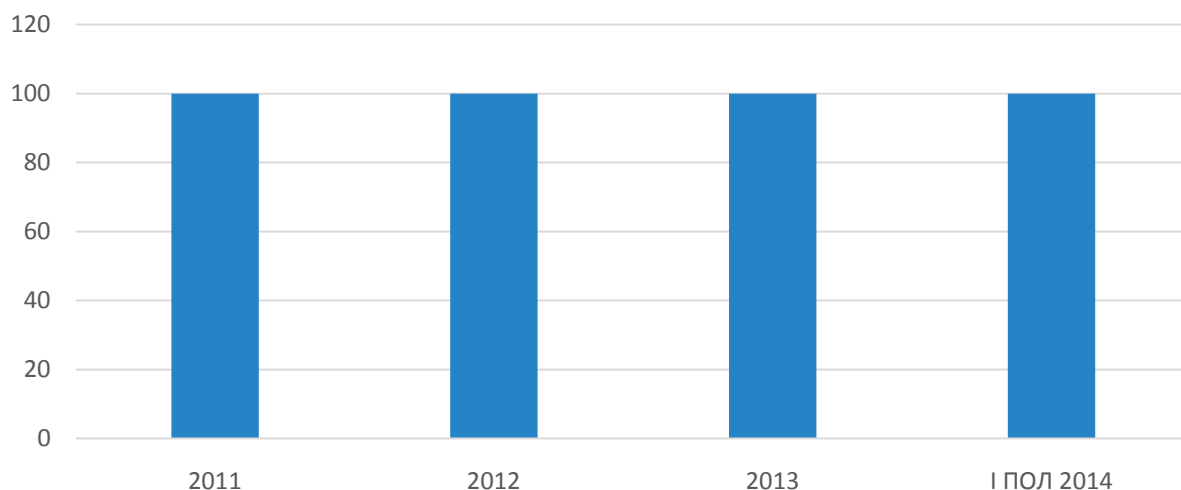
Показатель	Год			
	2011	2012	2013	I пол. 2014
Объем рынка в тыс. долл.
% к предыдущему периоду	-*

* по отношению к I пол. 2013 года

Источник: по данным DISCOVERYResearchGroup

В I пол. 2014 года объем импорта морожениц в стоимостном выражении составил ... тыс. долл., что на ...% ... по сравнению с I пол. 2013 года.

Диаграмма 2. Объем и темпы роста рынка морожениц в России в стоимостном выражении, 2011 – I пол. 2014 гг., тыс. долл.



Источник: расчеты DISCOVERYResearchGroup

Прогноз развития рынка до 2016 г.

Дальнейшее развитие рынка морожениц ...

...

...

...

Глава 4. Импорт морожениц в Россию и экспорт морожениц из России

В данной главе анализируется информация, полученная из официальных данных ТН ВЭД по коду 8509.

Импорт по торговым маркам

В натуральном выражении наибольший объем импорта морожениц в I пол. 2014 года составила торговая марка ... – ... тыс. шт.

Таблица 2. Импорт морожениц в Россию по торговым маркам в натуральном выражении, 2011 – I пол. 2014 гг., шт. и %

Показатель	Год			
	2011	2012	2013	I пол. 2014
...
...	
...	...			
...	...			
...	...			
...				
ПРОЧИЕ				
ВСЕГО				

Источник: по данным DISCOVERYResearchGroup

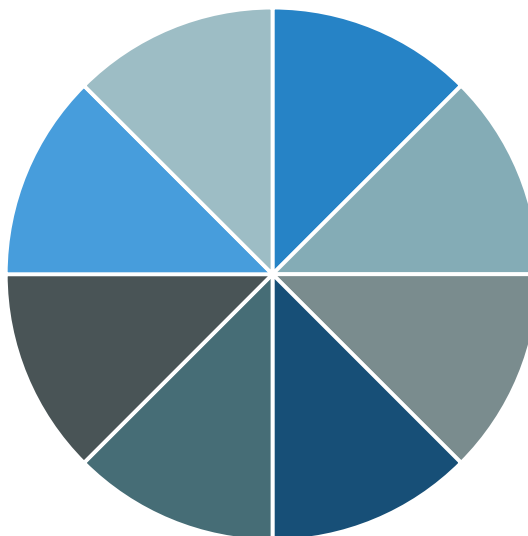
Торговая марка DELIMANO составила около ...% в общем объеме импорта морожениц в натуральном выражении в I пол. 2014 года.

ПРОЧИЕ				
ВСЕГО				

Источник: по данным DISCOVERYResearchGroup

Торговая марка DELIMANO составила ...% в общем объеме импорта морожениц в стоимостном выражении в I пол. 2014 года.

Диаграмма 4. Импорт морожениц в Россию по торговым маркам в стоимостном выражении, I пол. 2014 г., тыс. долл. и %



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group

Агентство маркетинговых исследований

DISCOVERYRESEARCHGROUP

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: research@drgroup.ru

www.drgroup.ru

Схема проезда

