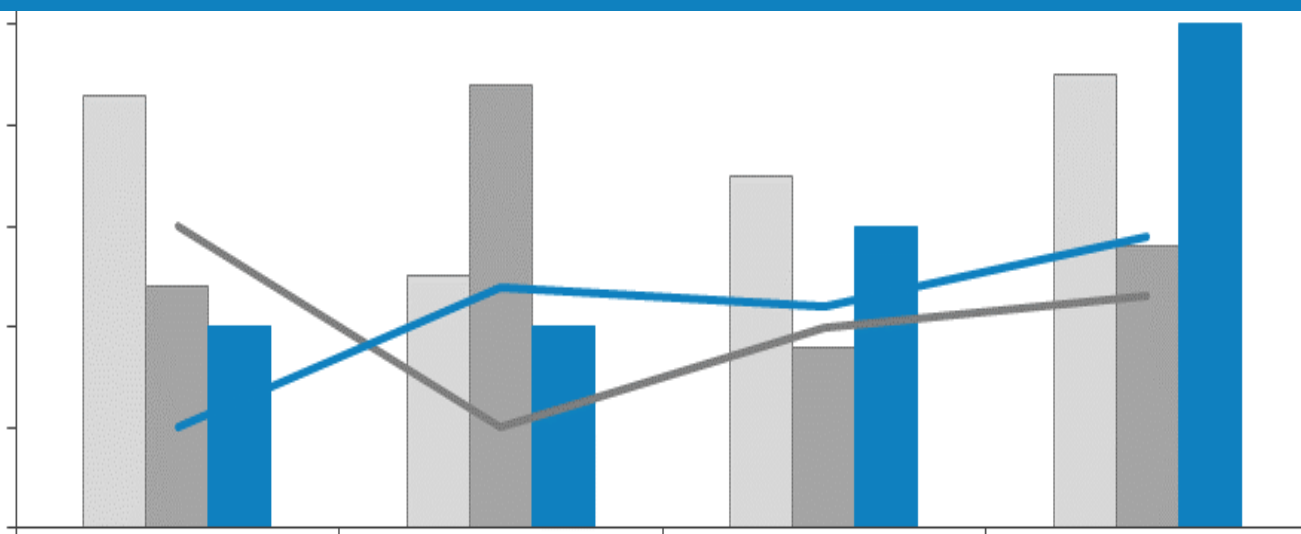




Аналитический отчет

DISCOVERY RESEARCH GROUP

Анализ рынка готовых блюд в России



Этот отчет был подготовлен **DISCOVERY Research 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 мнения 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 Ad hoc 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.

В конце 2006 г. создана компания **DISCOVERY Leasing Advisory Services**, основной деятельностью которой стало оказание маркетинговых, консалтинговых, информационных и лоббистских услуг лизинговым компаниям в России.

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 SmartMoney, Бизнес, Ведомости, Волга-Пресс, Желтые Страницы, Издательский Дом «Ансар», Итоги, Коммерсантъ, Компания, Новые Известия, Олма Медиа Групп, Профиль, РБК-Daily, РДВ-Медиа-Урал, Секрет, Эксперт, Build Report, Строительный бизнес.

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

Сотрудники агентства **DISCOVERY Research Group** выполняли проекты для ведущих российских и зарубежных компаний, среди которых:

Автомобили

Audi
Baw Motor Corporation
Bmw
Hino
Hyundai
Isuzu
Iveco
John Deere
Man
Mercedes Benz
Porsche
Scania
Setra
Skoda
Toyota
Volkswagen
Автомобили и Моторы Урала
Автоцентр Пулково
БелАЗ
Белрусавто
Вега
ГАЗ
Камаз
Северсталь-Авто
Сим-Авто-Плутон
Торговый Дом Уралавто
УАЗ

Автомобильные масла

Shell
Роснефть

Грузоперевозки / Логистика

Евротранс
Почтовая Экспедиционная Компания
Трейд Лоджистик Компани
Фм Ложистик Восток

Гостиничный бизнес

Holiday Inn
Гостиница Москва
Интурист Отель Групп
Русские Отели

Недвижимость

Rdi Group
АК Барс Девелопмент
Главстрой
Кonti и К
Ренова-Стройгруп
Русская Инвестиционная Группа
Строительная Компания «Люксора»

Киноиндустрия

Гемини Энтертейнмент
Инвесткинопроект
Каро Фильм

Автомобильные шины

Exxon Mobil
Shell
Роснефть
Bridgestone
Continental
Cordiant
Goodyear
Hankook
Michelin
Nokian
Pirelli
Sumitomo
Yokohama
Алтайский Шинный Комбинат
Белшина
Востокшинторг
Днепрошина
Мво-Столица
Нижекамскшина

Строительные и отделочные материалы

Caparol
Cersanit
Estima
Henkel
Ideal Standard-Vidima
Kleo
Lasselsberger
Rockwool
Saint Gobain Isover
Swisscolor
Tarkett
Terracco
Tikkurila
Trale
Ursa Евразия
Wienberger
Ангарский Керамический Завод
Армавирский Керамический Завод
Бентонит
Бийский Завод Стеклопластиков
Гранит Кузнечное
Евротизол
Керама Центр
Кератон
Лсп
Минвата
Оптимист
Промстройматериалы
Ратм Цемент Холдинг
Русплит
Самарский Стройфарфор
Санитек
Сибирь-Цемент-Сервис
Старатели
Топкинский Цемент
Уфимский
Комбинат
Эмпилс
Юнис
Ярославские краски

Промышленные рынки

ABB
Alcoa
BASF
Dupont
Mitsui
Schneider Electric
Siemens
Sojitz Corporation
Xerox
Агромашхолдинг
Альта Виста
Байкальская Лесная Компания
Батис
Волжский Оргсинтез
Воткинский Завод
Газпром
Газпром Нефть
Евроцемент
Завод Чистящих и моющих средств
Завод Сварочного Оборудования
Искра
Илим Палп
Интерстекло
Керамир
Кубаньгрузсервис
Лебедянский Гок
Моспромстрой
Рао Эзс **Азербайджане**
Роснефть
Русал
Русский Пластик
Салаватстекло
Северсталь
Сибирский Цемент
Содовая Компания
Сургутнефтегаз
Татлестрой
ТНК-ВР
Топкинский цемент
Трансстрой
Уралавтостекло
Уралхим
Уралхимпласт
Элопак

Мебель

Ромул
Соло
Фабрика «8 марта»
Феликс

Сми

Ведомости
Итоги
Коммерсантъ
Компания
Профиль
РБК
Секрет фирмы
Эксперт

Аудит и консалтинг

Bain&Company
Boston Consulting Group
Deloitte&Touche
Ernst&Young
Interbrand
J'Son & Partners Consulting
KPMG
Marshall Capital Partners
Price Waterhouse Coopers
Roland Berger Strategy Consultants
Wolk&Partner
Бдо Юникон
Косалтингстройинвест
Северо-Западный Юридический
Центр
Стратегика
Фонд Центр Стратегических
Разработок Северо-Запад
Экопси Консалтинг

Страхование

Гута-Страхование
Ингосстрах
Наста
Ренессанс Страхование

IT / Телевидение

Hewlett Packard
Intel
Microsoft
Sitronics
Арктел
Ассоциация Кабельного Телевидения
РФ
Группа Компаний Вид
Дальневосточная Компания
Электросвязи
Зебра Телеком
Новосибирский Городской Сайт
Опытный Завод Микрон
Ренова-Медиа
Ростелеком
Сибирьтелеком
Спутниковое Мультимедийное
Вещание
Центральный Телеграф

Бытовая техника

Bosch
Electrolux
Whirlpool
Атлант

Банки и финансовые компании

Deutsche Bank
Raiffeisen
Russia Partners Management Llc.
Абсолютбанк
Ак Барс Банк
Альфа Банк
Банк Москвы
Банк Тураналем
ВТБ
Газпромбанк
Дельтакредит
Евразийский Банк Развития
Еврофинанс Моснарбанк
Запсибкомбанк
ИФД Капиталь
Ифк Алемар
Камчатпрофитбанк
Кмб-Банк
Левобережный
Металлинвестбанк
Москоммерцбанк
Пробизнесбанк
Промсвязьбанк
Ренессанс Капитал
Ренова-Финанс
Российский Банк Развития
Русский Стандарт
Русфинанс Банк
Сбербанк
Славпромбанк
Солид Инвест
Тройка Диалог
Финансбанк
Центральный Банк Российской
Федерации

Реклама

News Outdoor
Video International
Агентство Массовых Коммуникаций
АК.М
Арс Комьюникейшнс
Северная Медиа Группа

Ресторанный бизнес

Картофельный Папа
Ресторатор
Росинтер Ресторантс
Солнце Мехико

Розничная торговля

Domo
Ашан
М Видео
Мир
Перекресток
Эльдорадо

Продукты питания

Mars
Pepsi-Cola
Tchibo
Unilever
Айс-Фили
Волгоградские Водки
Вто Эрконтпродукт
Лебедянский
Минводопищепродукт
Минеральные Воды Кавказа
Нижегородский Масло-Жировой
Комбинат
Русский Винный Трест
Русский Продукт
Фабрика Мороженого Престиж

Киноиндустрия

Гемини Энтертейнмент
Инвесткинопроект
Каро Фильм
СТС-Медиа

Одежда и Обувь

Ессо
Savage
Белвест
Глория Джинс
Диском
Обувь Азербайджане
Три Толстяка

Парфюмерия и косметика

Beiersdorf Ag
Procter&Gamble
Splat
Yves Rocher
Л'Этуаль
Невская Косметика

Образование

Государственная Публичная Научно-
Техническая Библиотека Со Ран
ГУ Высшая Школа Экономики
Новосибирский Государственный
Университет

Содержание

Содержание	6
Список таблиц и диаграмм	7
Таблицы:	7
Диаграммы:	7
Резюме	8
Глава 1. Технологические характеристики исследования.....	9
Цель исследования	9
Задачи исследования.....	9
Объект исследования	9
Метод сбора и анализа данных.....	9
Метод анализа данных.....	10
Объем и структура выборки.....	10
Глава 2. Объем и темпы роста рынка готовых блюд в России.....	11
В натуральном выражении	11
В стоимостном выражении	15
Глава 3. Каналы сбыта	15
Глава 4. Тенденции и перспективы развития рынка готовых блюд в России .	16
Глава 5. Конкурентный анализ рынка готовых блюд в России	17
Рыночные доли компаний	17
Рыночные доли брендов.....	20
Глава 6. Прогноз развития рынка готовых блюд в России до 2022 г.	20
В натуральном выражении	20
В стоимостном выражении	22

Список таблиц и диаграмм

Отчет содержит 11 таблиц и 12 диаграмм.

Таблицы:

- Таблица 1. Объем рынка готовых блюд по сегментам в России, тыс. тн.
Таблица 2. Темп прироста объема сегментов рынка готовых блюд в России в натуральном выражении, %.
Таблица 3. Объем рынка готовых блюд по сегментам в России, млн. руб.
Таблица 4. Темп прироста объема сегментов готовых блюд в России в стоимостном выражении, %.
Таблица 5. Дистрибуция готовых блюд по формату торговли в России, % от стоимостного объема рынка.
Таблица 6. Доли производителей в объеме рынка готовых блюд в России, % от стоимостного объема рынка.
Таблица 7. Доли брендов в объеме рынка готовых блюд в России, % от стоимостного объема рынка.
Таблица 8. Прогноз объема рынка готовых блюд по сегментам в России, тыс. тн.
Таблица 9. Прогноз темпов прироста объема сегментов рынка готовой продукции в России в натуральном выражении, %.
Таблица 10. Прогноз объема рынка готовых блюд по сегментам в России, млн. руб.
Таблица 11. Прогноз темпов прироста объема сегментов рынка готовых блюд в России в стоимостном выражении, %.

Диаграммы:

- Диаграмма 1. Объем и темпы прироста рынка готовых блюд в России, тыс. тн, %.
Диаграмма 2. Доли сегментов в общем объеме рынка готовых блюд в России, % от натурального объема рынка.
Диаграмма 3. Объем сегментов рынка готовых блюд в России, тыс. тн.
Диаграмма 4. Объем и темпы прироста рынка готовых блюд в России, млн. руб., %.
Диаграмма 5. Доли сегментов в общем объеме рынка готовых блюд в России, % от стоимостного объема рынка.
Диаграмма 6. Объем сегментов рынка готовых блюд в России, млн. руб.
Диаграмма 7. Доли производителей в объеме рынка готовых блюд в России, % от стоимостного объема рынка.
Диаграмма 8. Доли брендов в объеме рынка готовых блюд в России, % от стоимостного объема рынка.
Диаграмма 9. Прогноз объема и темпов прироста рынка готовых блюд в России, тыс. тн., %.
Диаграмма 10. Прогноз объема рынка готовых блюд по сегментам в России, тыс. тн.
Диаграмма 11. Прогноз объема и темпов прироста рынка готовых блюд в России, млн. руб., %.
Диаграмма 12. Прогноз объема рынка готовых блюд по сегментам в России, млн. руб.

Резюме

Агентство маркетинговых исследований DISCOVERY Research Group завершило исследование рынка готовых блюд в России.

Рынок готовых блюд представлен пятью сегментами:

- готовые блюда длительного хранения (еда в специальной упаковке, сохраняющая свои свойства при длительном хранении при комнатной температуре);
- готовые сублимированные блюда (продукты, законсервированные методом замораживания и высушивания, разбавляемые водой перед употреблением);
- пицца глубокой заморозки;
- готовые блюда глубокой заморозки,
- готовые салаты.

Объем рынка готовых блюд в России в 2018 г. составил 222 497,6 млн. руб. Крупнейшим сегментом являются готовые блюда глубокой заморозки.

Дистрибуция готовых блюд в России в основном осуществляется через канал «Внутримagaзинная розница». В 2018 г. 97,7% готовых блюд было продано через розничные магазины.

Наибольшая доля продаж в 2018 г. приходится на компании ЗАО «Талосто», ООО «Морозко» и ОАО «Останкинский МПК».

Наиболее крупными брендами в 2018 г. по объему продаж в стоимостном выражении на рынке готовых блюд стали «Останкино», «Сам Самыч», «Мириталь», «4 Сезона» и «Морозко».

Ожидается, что рынок готовых блюд продемонстрирует положительную динамику. По прогнозам объем рынка готовых блюд к 2023 г. в России достигнет 759,5 тыс. тн.

Глава 1. Технологические характеристики исследования

Цель исследования

Охарактеризовать текущее состояние и перспективы развития рынка готовых блюд в России.

Задачи исследования

1. Определить объем, темпы роста и динамику развития рынка готовых блюд в России в 2012-2018 гг. по сегментам рынка:
 - Готовые блюда длительного хранения
 - Готовые сублимированные блюда
 - Пицца глубокой заморозки
 - Готовые блюда глубокой заморозки
 - Готовые салаты
2. Выделить и описать основные сегменты рынка готовых блюд в России.
3. Определить рыночные доли компаний и брендов на рынке готовых блюд в России.
4. Охарактеризовать конкурентную ситуацию на рынке готовых блюд в России.
5. Определить основные каналы сбыта продукции на рынке готовых блюд в России.
6. Определить ключевые тенденции и перспективы развития рынка готовых блюд в России в ближайшие несколько лет.
7. Составить прогноз объема рынка готовых блюд в России до 2023 г. в натуральном и стоимостном выражении.

Объект исследования

Рынок готовых блюд в России.

Метод сбора и анализа данных

Мониторинг документов.

В общем виде целью кабинетного исследования является проанализировать ситуацию на рынке алкогольной продукции и получить (рассчитать) показатели, характеризующие его состояние в настоящее время и в будущем.

Метод анализа данных

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 и базы 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.

Объем и структура выборки

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

Глава 2. Объем и темпы роста рынка готовых блюд в России

В натуральном выражении

Объем рынка готовых блюд в России в 2018 г. составил тыс. тн. Он представлен пятью сегментами:

- готовые блюда длительного хранения (еда в специальной упаковке, сохраняющая свои свойства при длительном хранении при комнатной температуре);
- готовые сублимированные блюда (продукты, законсервированные методом замораживания и высушивания, разбавляемые водой перед употреблением);
- пицца глубокой заморозки;
- готовые блюда глубокой заморозки,
- готовые салаты.

К наиболее крупному сегменту относятся готовые блюда глубокой заморозки. Его доля в 2018 г. составила% в общем объеме рынка. Объем сегмента в 2018 г. натыс. тн по сравнению с 2017 г. и составил тыс. тн.

Второе место занимает сегмент Его объем в 2018 г. составилтыс. тн.

Объем продаж пиццы глубокой заморозки ежегодно в период с 2014 г. по 2017 г. В 2013 г. он составилтыс. тн, в 2018 г. –тыс. тн.

Объемы сегментов готовые сублимированные блюда и готовые салаты в 2018 г. составили тн итыс. тн соответственно.

Таблица 1. Объем рынка готовых блюд по сегментам в России в 2012-2018 гг., тыс. тн.

Сегмент	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Готовые блюда длительного хранения							
Готовые сублимированные блюда							
Пицца глубокой заморозки							
Готовые блюда глубокой заморозки							
Готовые салаты							
Итого							

Диаграмма 1. Объем и темпы прироста рынка готовых блюд в России в 2012-2018 гг., тыс. тн, %.

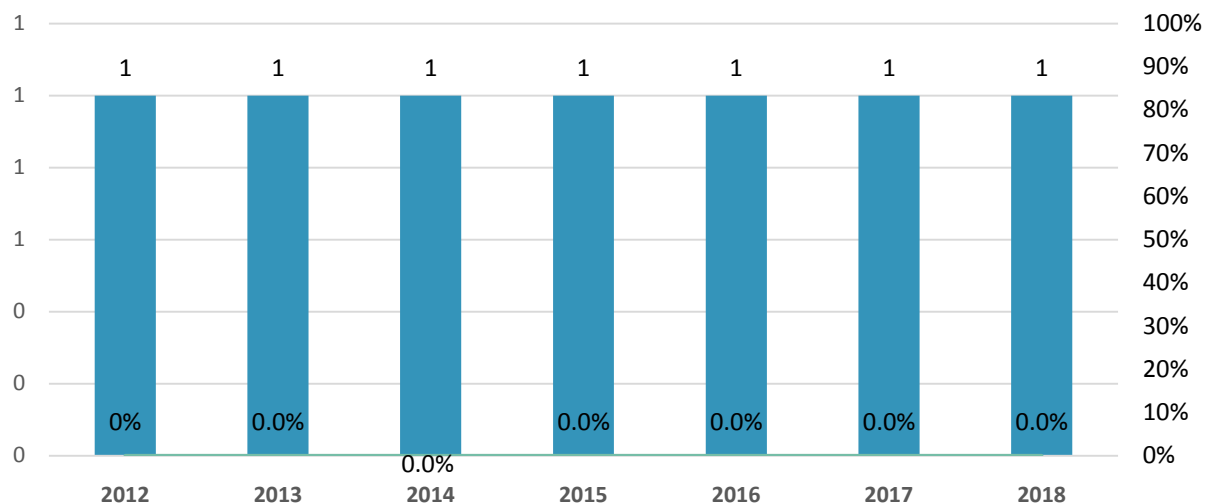


Диаграмма 2. Доли сегментов в общем объеме рынка готовых блюд в России в 2018 г., % от натурального объема рынка.

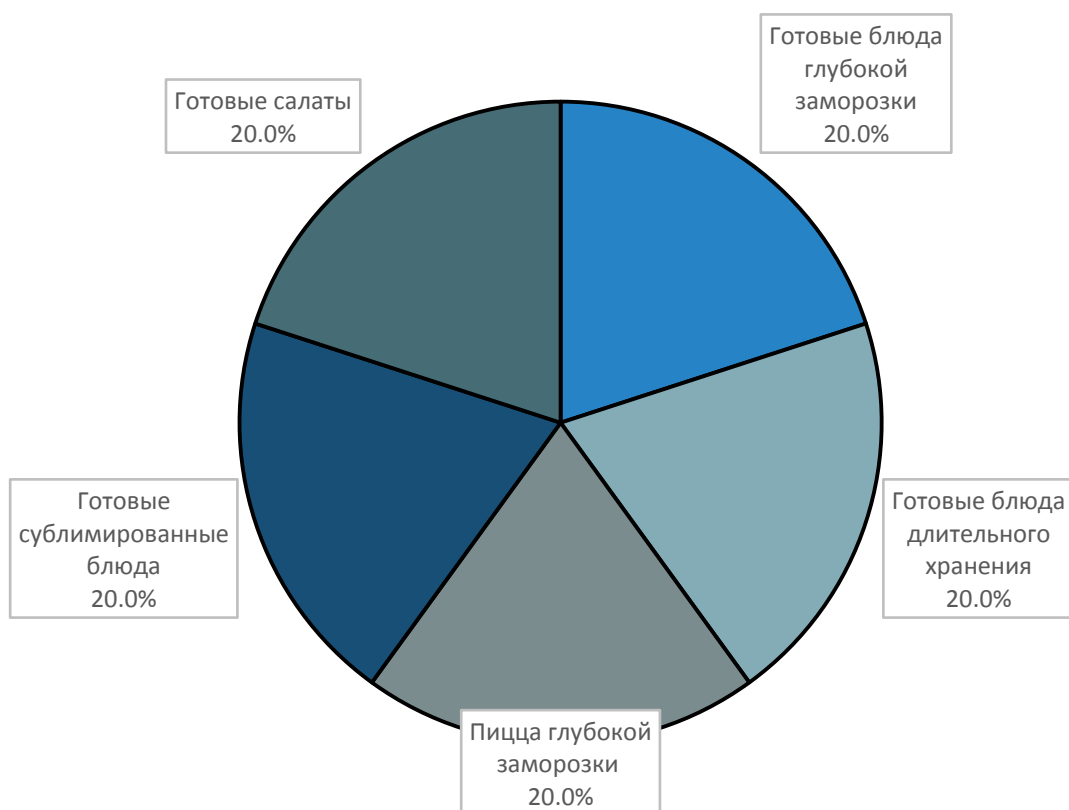
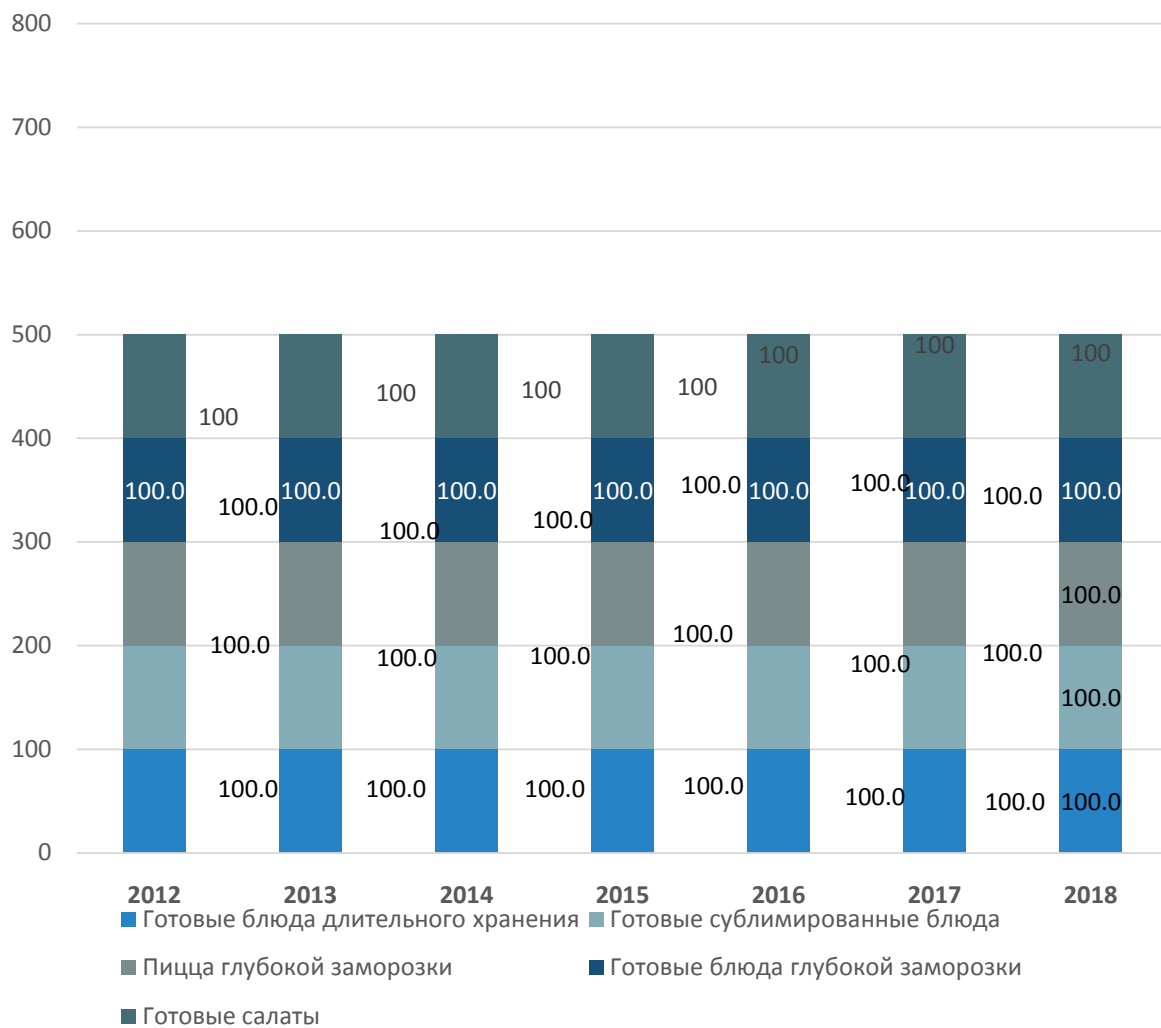


Диаграмма 3. Объем сегментов рынка готовых блюд в России в 2012-2018 гг., тыс. тн.



С 2014 г. наблюдался на рынке готовых блюд в натуральном выражении. В 2017 г. и составило % в натуральном выражении. В 2018 г. на рынке наблюдалась динамика. Среднегодовой темп прироста составил %. В 2018 г. темп прироста составил %.

Таблица 2. Темп прироста объема сегментов рынка готовых блюд в России в 2013-2018 гг. в натуральном выражении, %.

Сегмент	2012/2013	2013/2014	2014/2015	2015/2016	2016/2017	2016/2017
Готовые блюда длительного хранения	2,0%	1,3%	4,5%	-2,5%	-1,3%	3,2%
Готовые сублимированные блюда	-6,2%	-3,3%	-1,7%	0,0%	0,0%	-1,7%
Пицца глубокой заморозки	6,7%	0,5%	-36,5%	-13,6%	-0,9%	3,5%
Готовые блюда глубокой заморозки	4,6%	-4,3%	-7,9%	-9,2%	-2,8%	2,0%
Готовые салаты	16,7%	7,1%	-40,0%	-11,1%	12,5%	0,0%
Итого	4,5%	-4,0%	-8,4%	-9,1%	-2,7%	2,0%

В стоимостном выражении

.....

Глава 3. Каналы сбыта

Дистрибуция готовых блюд в России в основном осуществляется через канал «.....».

В 2018 г. % готовых блюд было продано через розничные магазины. Современная розница остается главным каналом дистрибуции, доля которой составила в 2018 г. % в стоимостном выражении. Преимущественно продажи осуществляются через супермаркеты (..... %).

Продажи через традиционную розницу сократились с 2012 г. на %. В 2018 г. они составили %.

Реализация готовой продукции через интернет-магазины ежегодно увеличивается и в 2018 г. достигла %.

Меньше всего готовых блюд в России продается в специализированных магазинах. Через данный канал в 2018 г. было продано всего % готовых блюд от общего объема продаж.

Таблица 3. Дистрибуция готовых блюд по формату торговли в России в 2012-2018 гг., % от стоимостного объема рынка.

Канал дистрибуции	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Внутримагазинная розница							
- Розничные магазины							
-- Современная розница							
--- Мини-маркет							
--- Гипермаркеты							
--- Супермаркеты							
-- Традиционная розница							
--- Индивидуальные предприниматели							
--- Прочие розничные продавцы продуктов питания							
- Специализированные магазины							
--- Прочие немагазинные продавцы продуктов							
ВНЕмагазинная розница							
- Интернет розница							
Итого							

Глава 4. Тенденции и перспективы развития рынка готовых блюд в России

- В связи со снижением реальных располагаемых доходов, потребители не желают тратить слишком много денег на готовые блюда.
- Средняя цена за единицу готового блюда в 2017 г. выросла на 4%.
-
-
-
-
-
-
-
-

Национальная кухня	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Итальянская кухня						
Другие национальные кухни						
Итого						

- Современная розница доминирует в продажах готовой продукции, в связи с наличием многочисленного холодильного оборудования у данных ритейлеров и существенным преобладанием замороженных продуктов в общем объеме рынка готовой продукции.
-
-
-
-

Глава 5. Конкурентный анализ рынка готовых блюд в России

Рыночные доли компаний

Наибольшая доля продаж готовых блюд в России в 2018 г. приходится на компании.....,..... и....., достигших%,% и% от стоимостного объема рынка соответственно.

В 2016 г. продажи готовых блюд и..... были..... и оба производителя прекратили выпуск продукции.

В 2018 г. показала наибольший в стоимостном выражении среди всех производителей готовых блюд. Производитель предлагают доступную продукцию, что позволяет ему увеличивать объем продаж.

В 2018 г. производители доминировали на рынке готовых блюд. Сегмент пиццы глубокой заморозки, возглавляемый компанией, был единственным на рынке, где заметно присутствие

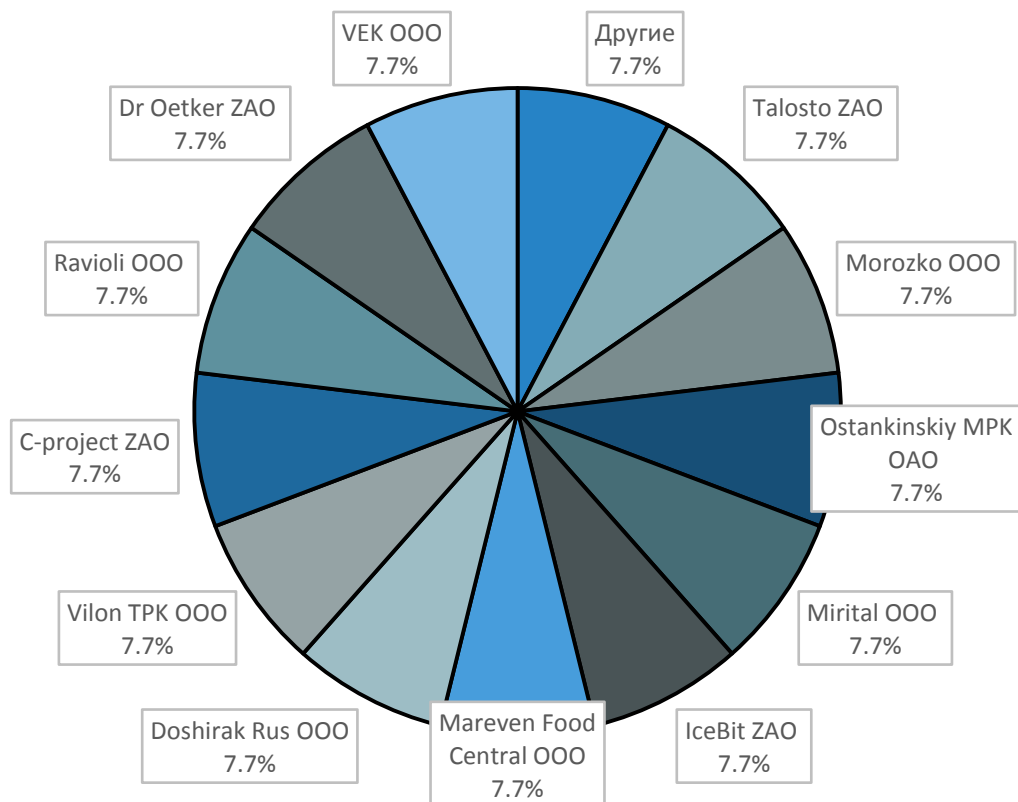
Компания в 2018 г. потеряла место в лидирующей тройке. Доля этого производителя в 2018 г. составила%, а еще в 2017 г. она составляла%.

Суммарная доля ТОП-3 производителей в 2018 г. составила%

Таблица 4. Доли производителей в объеме рынка готовых блюд в России в 2013-2018 гг., % от стоимостного объема рынка.

Производитель	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Talosto ZAO						
Morozko OOO						
Ostankinskiy MPK OAO						
Mirital OOO						
IceBit ZAO						
Mareven Food Central OOO						
Doshirak Rus OOO						
Vilon TPK OOO						
C-project ZAO						
Ravioli OOO						
Dr Oetker ZAO						
VEK OOO						
Belaya Dacha ZAO						
Tander ZAO						
Kuhnya bez Granits Foods OOO						
Ruzkom ZAO						
Anakom ZAO						
Glavprodukt ZAO						
Alberto Lebensmittel GmbH & Co Produktions KG						
Chto nado OOO						
Darya OOO						
Dmitrogorskoe OOO						
Dmitrovski MK						
Dunyasha OOO						
Kachestvennye Produkty ZAO						
Klinsky Myasokombinat						
Korona ZAO						
Nestlé Russia OOO						
O'Key Group SA						
Pizza Find OOO						
Produkty ot Ilyinoi OOO						
Sibirsky Delikates OOO						
Другие частные торговые марки						
Другие						
Итого						

Диаграмма 4. Доли производителей в объеме рынка готовых блюд в России в 2018 г., % от стоимостного объема рынка.



Рыночные доли брендов

.....

Глава 6. Прогноз развития рынка готовых блюд в России до 2022 г.

В натуральном выражении

Ожидается, что рынок готовых блюд продемонстрирует динамику по всем сегментам, кроме Поскольку экономическая ситуация в России российские потребители будут предпочитать готовые блюда, а не готовить дома.

Объем рынка готовых блюд в России в 2018 г. составилтыс. тн, а к 2023 г. предположительно будет равентыс. тн.

Самый высокий рост объема продаж прогнозируется в сегменте готовых блюд глубокой заморозки –тыс. тн в 2023 г. по сравнению св 2018 г.

Продажи готовых блюд длительного хранения и пиццы глубокой заморозки вырастут к 2023 г. на тыс. тн итыс. тн.

Потребление готовых салатов незначительно увеличится натыс. тн к 2023 г.

Потребление готовых сублимированных блюд незначительно снизится натыс. тн к 2023 г.

Таблица 5. Прогноз объема рынка готовых блюд по сегментам в России в 2019-2023 гг., тыс. тн.

Сегмент	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Готовые блюда длительного хранения						
Готовые сублимированные блюда						
Пицца глубокой заморозки						
Готовые блюда глубокой заморозки						
Готовые салаты						
Итого						

Диаграмма 5. Прогноз объема и темпов прироста рынка готовых блюд в России в 2019-2023 гг., тыс. тн., %.

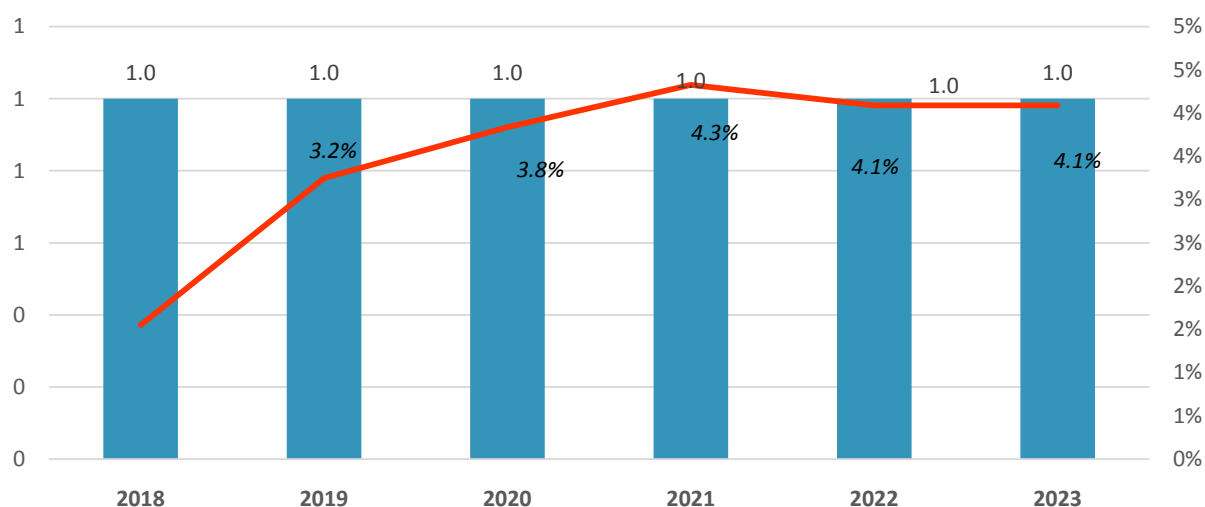
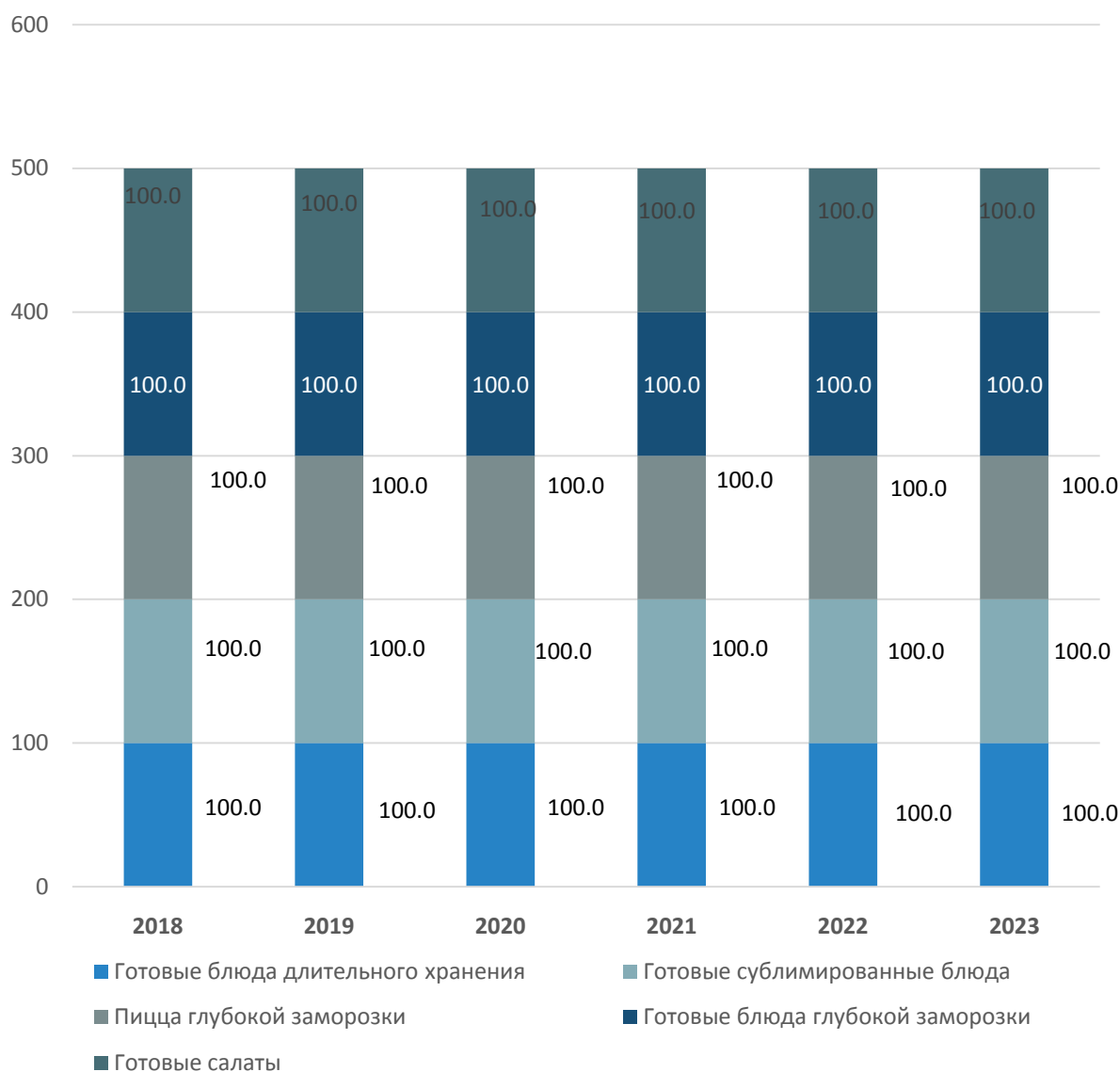


Диаграмма 6. Прогноз объема рынка готовых блюд по сегментам в России в 2019-2022 гг., тыс. тн.



Среднегодовой темп прироста готовых блюд в России в натуральном выражении составит%.

Темпы прироста готовых салатов и пиццы глубокой заморозки к 2023 г. ожидаются самыми высокими. Однако рост сегмента готовых салатов будет умеренным. Среднегодовой темп прироста этого сегмента составит%.

Роста потребления готовых сублимированных блюд на протяжении прогнозируемого периода не ожидается. Это связано с трендом на здоровый образ жизни. По прогнозам экспертов, темп прироста этого сегмента в 2023 г. составит%.

Таблица 6. Прогноз темпов прироста объема сегментов рынка готовой продукции в России в 2019-2023 гг. в натуральном выражении, %.

Сегмент	2019/2018	2020/2019	2021/2020	2022/2021	2023/2022
Готовые блюда длительного хранения					
Готовые сублимированные блюда					
Пицца глубокой заморозки					
Готовые блюда глубокой заморозки					
Готовые салаты					
Итого					

В стоимостном выражении

.....

Агентство маркетинговых исследований

DISCOVERY RESEARCH GROUP

125448, Москва, ул. Михалковская 63Б, стр. 4, этаж 4

БЦ «Головинские пруды»

Тел. +7 (499) 394-53-60, (495) 968-13-14

e-mail: research@drgroup.ru

www.drgroup.ru

Схема проезда

