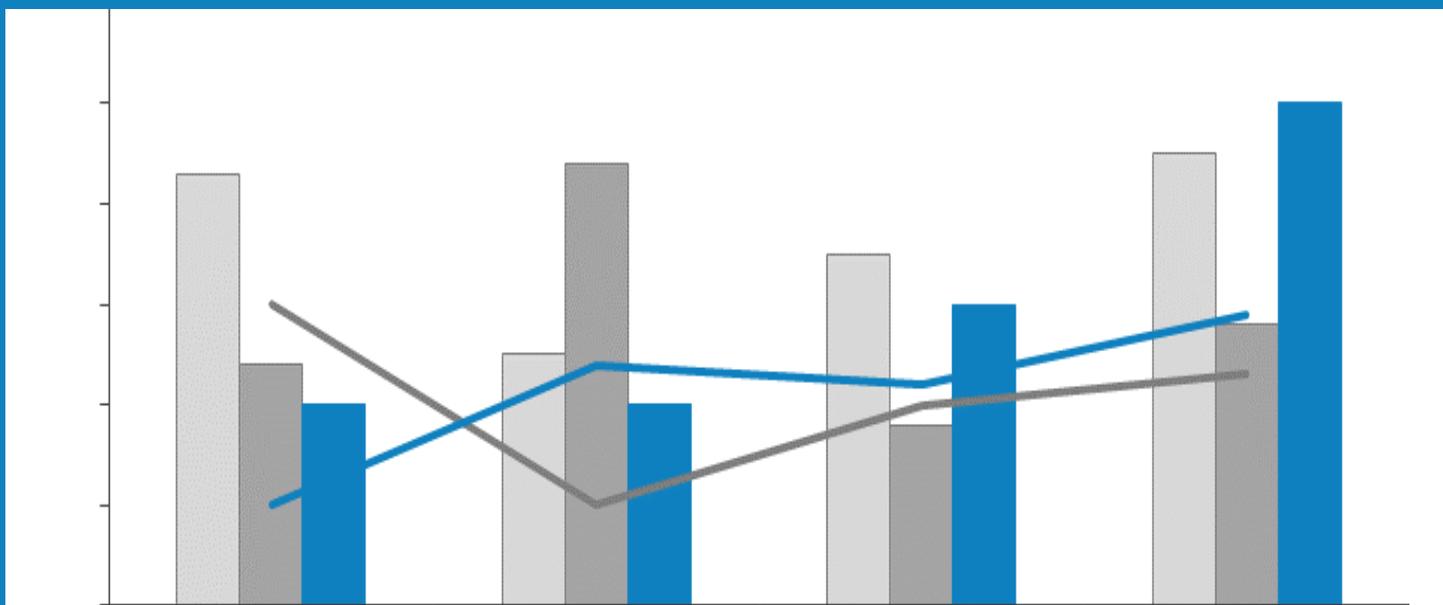




Аналитический отчет DISCOVERY RESEARCH GROUP

Анализ рынка льдогенераторов 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 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.

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 **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 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 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.

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 РБК, Профиль и ряд других.

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

Содержание

Список таблиц и диаграмм	9
Таблицы:.....	9
Диаграммы:.....	9
Резюме	11
Глава 1. Методология исследования	12
Объект исследования	12
Цель исследования	12
Задачи исследования.....	12
Метод сбора и анализа данных.....	12
Источники получения информации	12
Объем и структура выборки.....	13
Глава 2. Классификация льдогенераторов.....	14
Глава 3. Объем и темпы роста рынка льдогенераторов в России	17
Объем и темпы роста рынка	17
Глава 4. Производство льдогенераторов в России.....	20
Производство по сегментам	20
<i>Производство льдогенераторов для общепита</i>	<i>22</i>
<i>Производство льдогенераторов для общепита</i>	<i>22</i>
Глава 5. Импорт льдогенераторов в Россию и экспорт льдогенераторов из России	25
Импорт по сегментам	25
<i>Импорт льдогенераторов для общепита (бары, рестораны, гостиницы, кафе и т.д.)</i>	<i>27</i>
<i>Импорт льдогенераторов для пищевой промышленности</i>	<i>32</i>
Экспорт по сегментам.....	33
<i>Экспорт льдогенераторов для общепита (бары, рестораны, гостиницы, кафе и т.д.)</i>	<i>33</i>
<i>Экспорт льдогенераторов для пищевой промышленности</i>	<i>33</i>
Глава 6. Тенденции и перспективы развития рынка	34
Глава 7. Финансово-хозяйственная деятельность и планы развития ключевых игроков рынка электрических котлов	35
АВАТ.....	35
ГЛЕН.....	39
ГРАН.....	41

Список таблиц и диаграмм

Отчет содержит 26 таблиц и 24 диаграммы.

Таблицы:

- Таблица 1. Объем импорта, экспорта, производства и рынка льдогенераторов в России, шт.
Таблица 2. Объем импорта, экспорта, производства и рынка льдогенераторов в России, тыс. \$.
Таблица 3. Объем производства льдогенераторов по сегментам в России, шт.
Таблица 4. Объем производства льдогенераторов по сегментам в России, тыс. \$.
Таблица 5. Объем производства льдогенераторов для общепита по брендам и субъектам федерации в России, шт.
Таблица 6. Объем производства льдогенераторов для общепита по брендам и субъектам федерации в России, тыс. \$.
Таблица 7. Объем производства льдогенераторов для пищевой промышленности по брендам и субъектам федерации в России, шт.
Таблица 8. Объем производства льдогенераторов для пищевой промышленности по брендам и субъектам федерации в России, тыс. \$.
Таблица 9. Объем импорта льдогенераторов по сегментам в Россию, шт.
Таблица 10. Объем импорта льдогенераторов по сегментам в Россию, тыс. \$.
Таблица 11. Объем импорта льдогенераторов для общепита в Россию по брендам, шт.
Таблица 12. Объем импорта льдогенераторов для общепита в Россию по брендам, тыс. \$.
Таблица 13. Объем импорта льдогенераторов для пищевой промышленности в Россию по брендам, шт.
Таблица 14. Объем импорта льдогенераторов для пищевой промышленности в Россию по брендам, тыс. \$.
Таблица 15. Объем экспорта льдогенераторов по сегментам из России, шт.
Таблица 16. Объем экспорта льдогенераторов по сегментам из России, тыс. \$.
Таблица 17. Объем экспорта льдогенераторов для общепита из России по брендам, шт.
Таблица 18. Объем экспорта льдогенераторов для общепита из России по брендам, тыс. \$.
Таблица 19. Объем экспорта льдогенераторов для пищевой промышленности из России по брендам, шт.
Таблица 20. Объем экспорта льдогенераторов для пищевой промышленности из России по брендам, тыс. \$.
Таблица 21. Финансовые показатели АО «ЧУВАШТОРГТЕХНИКА», тыс. руб.
Таблица 22. Финансовые показатели ООО «ЭЛИНОКС», тыс. руб.
Таблица 23. Финансовые показатели ООО «ФРОСТО», тыс. руб.
Таблица 24. Финансовые показатели ООО «ТОРГОВАЯ МЕХАНИКА», тыс. руб.
Таблица 25. Финансовые показатели ООО «ТЕХНОХОЛОД ГЛЕН», тыс. руб.
Таблица 26. Финансовые показатели ООО «ГРАН», тыс. руб.

Диаграммы:

- Диаграмма 1. Темпы прироста объемов производства, импорта и экспорта рынка льдогенераторов в России в натуральном выражении, %.
Диаграмма 2. Темпы прироста объемов производства, импорта и экспорта рынка льдогенераторов в России в стоимостном выражении, %.
Диаграмма 3. Объем и темп прироста производства льдогенераторов по сегментам в России, шт.
Диаграмма 4. Объем и темп прироста производства льдогенераторов в России, тыс. \$.

Диаграмма 5. Доли брендов льдогенераторов для общепита в объеме производства, % от натурального объема.

Диаграмма 6. Доли субъектов федерации в объеме производства льдогенераторов для общепита, % от натурального объема.

Диаграмма 7. Доли брендов льдогенераторов для общепита в объеме производства, % от стоимостного объема.

Диаграмма 8. Доли субъектов федерации в объеме производства льдогенераторов для общепита, % от стоимостного объема.

Диаграмма 9. Доли брендов льдогенераторов для пищевой промышленности в объеме производства, % от натурального объема.

Диаграмма 10. Доли субъектов федерации в объеме производства льдогенераторов для пищевой промышленности, % от натурального объема.

Диаграмма 11. Доли брендов льдогенераторов для пищевой промышленности в объеме производства, % от стоимостного объема.

Диаграмма 12. Доли субъектов федерации в объеме производства льдогенераторов для пищевой промышленности, % от стоимостного объема.

Диаграмма 13. Объем и темп прироста импорта льдогенераторов в Россию, шт.

Диаграмма 14. Объем и темп прироста импорта льдогенераторов в Россию, тыс. \$.

Диаграмма 15. Доли брендов льдогенераторов для общепита в объеме импорта, % от натурального объема.

Диаграмма 16. Доли брендов льдогенераторов для общепита в объеме импорта, % от стоимостного объема.

Диаграмма 17. Доли брендов льдогенераторов для пищевой промышленности в объеме импорта, % от натурального объема.

Диаграмма 18. Доли брендов льдогенераторов для пищевой промышленности в объеме импорта, % от стоимостного объема.

Диаграмма 19. Объем и темп прироста экспорта льдогенераторов из России, шт.

Диаграмма 20. Объем и темп прироста экспорта льдогенераторов из России, тыс. \$.

Диаграмма 21. Доли брендов льдогенераторов для общепита в объеме экспорта, % от натурального объема.

Диаграмма 22. Доли брендов льдогенераторов для общепита в объеме экспорта, % от стоимостного объема.

Диаграмма 23. Доли брендов льдогенераторов для пищевой промышленности в объеме экспорта, % от натурального объема.

Диаграмма 24. Доли брендов льдогенераторов для пищевой промышленности в объеме экспорта, % от стоимостного объема.

Резюме

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

Объем рынка льдогенераторов в России 2019 г. составил 13 098 шт. Наиболее крупным сегментом рынка является «Льдогенераторы для общепита».

Объем производства льдогенераторов в России в 2019 г. составил 1 624 шт. Наибольшую долю в производстве льдогенераторов занимает сегмент «Льдогенераторы для пищевой промышленности». В этом сегменте рынка представлено наибольшее количество отечественных производителей.

Основные производственные мощности рынка льдогенераторов сосредоточены в Чувашской республике. Наибольшее количество отечественных льдогенераторов выпускается под брендами: АВАТ, ГРАН и ГЛЕН.

Объем импорта льдогенераторов в Россию в 2019 г. составил \$ 10 991,1 тыс.

Наибольшую долю импорта льдогенераторов для общепита в 2019 г. заняли бренды: COOLEQ, HURAKAN, BREMA, HOSHIZAKI и BAR LINE.

Наибольшую долю импорта льдогенераторов для пищевой промышленности в 2019 г. заняли бренды: SCOTSMAN, MAJA и GENEGLACE

Объем экспорта льдогенераторов из России в 2019 г. составил \$ 155,2 тыс. Наибольшую долю экспорта льдогенераторов занял бренд АВАТ, BREMA, HURAKAN и MAJA. Только АВАТ является отечественным брендом.

Глава 1. Методология исследования

Объект исследования

Рынок льдогенераторов в России.

Цель исследования

Текущее состояние и перспективы развития рынка льдогенераторов в России.

Задачи исследования

1. Объем и темпы роста рынка льдогенераторов по сегментам в России.
2. Объем и темпы производства рынка льдогенераторов по сегментам в России.
3. Объем импорта в Россию и экспорта из России льдогенераторов по сегментам.
4. Рыночные доли брендов на рынке льдогенераторов в России.
5. Основные события, тенденции и перспективы развития рынка льдогенераторов в России.
6. Финансово-хозяйственную деятельность участников рынка льдогенераторов в России.

Метод сбора и анализа данных

Основным методом сбора данных является мониторинг документов.

В качестве основных методов анализа данных выступают так называемые (1) Традиционный (качественный) контент-анализ интервью и документов и (2) Квантитативный (количественный) анализ с применением пакетов программ, к которым имеет доступ наше агентство.

Контент-анализ выполняется в рамках проведения Desk Research (кабинетное исследование). В общем виде целью кабинетного исследования является проанализировать ситуацию на рынке льдогенераторов и 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. 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.

К отчету прилагается обработанная и пригодная к дальнейшему использованию **база данных с подробной информацией об импорте в Россию и экспорте из России**. База включает в себя большое число различных показателей:

1. Сегмент продукта
2. Группа продукта
3. Бренд
4. Бренд
5. Год импорта/экспорта
6. Месяц импорта/экспорта
7. Компании получатели и отправители товара
8. Страны получатели, отправители и производители товара
9. Объем импорта и экспорта в натуральном выражении
10. Объем импорта и экспорта в стоимостном выражении

Содержащиеся в базе данных сведения позволят Вам самостоятельно выполнить любые требующиеся запросы, которые не включены в отчет.

Глава 2. Классификация льдогенераторов

Льдогенератор — вид профессионального технологического оборудования, предназначенный для автоматического изготовления пищевого льда. Искусственный лёд повсеместно используется для изготовления коктейлей и для охлаждения продуктов питания.

В современном мире льдогенератор просто не заменим, он пользуется спросом в кафе и ресторанах, барах для охлаждения напитков, а также в торговле скоропортящимися продуктами, требующими заморозки.

Лед, который производит льдогенератор, тает медленнее, чем обычный лед. Это связано с тем, что льдогенератор вырабатывает переохлажденный лед, температура которого может достигать до -12 градусов по Цельсию.

Вода для приготовления льда должна использоваться только питьевая.

Льдогенераторы могут быть классифицированы как по видам, составу и назначению вырабатываемого льда, так и по способам и источникам охлаждения и по конструктивным особенностям. Льдогенераторы бывают периодического и непрерывного действия, с оттаиванием и механическим отделением льда.

Кроме того различают:

- неавтономные льдогенераторы — с централизованным охлаждением рассолами и непосредственно хладагентами, обычно бесконтактно;
- автономные (в частности, агрегатные) автоматизированные льдогенераторы непосредственного охлаждения с компрессорными, абсорбционными, водяными парожеткаторными и термоэлектрическими холодильными машинами. В них используется механическая, тепловая и электрическая энергия.

Льдогенераторы с автоматизированным и ручным управлением по своей конструкции могут быть:

- 1) с подвижными и стационарными льдоформами;
- 2) панельные погружные и оросительные, в частности пакетнопанельные;

3) то же, трубчатые с наружным и внутренним намораживанием льда, в частности кожухотрубные;

4) роторные непрерывного действия — скребкового, шнекового и фрезерного типов;

5) с плунжерным и гидравлическим отрывом льда от поверхностей льдообразования.

Ледяные холодоаккумуляторы (автономные и неавтономные) делятся на три вида: без отделения льда, с отделением льда (фригаторные), а также зероторного типа.

По производительности льдогенераторы подразделяют:

- большие— 1000 кг/ч и более;
- средние — менее 1000, но более 100 кг/ч;
- малые — менее 100, но более 10 кг/ч;
- мелкие — менее 10 кг/ч, в том числе льдогенераторы со встроенными льдохранилищами и мини- льдогенераторы (<1 кг/ч), обычно в составе домашних холодильников.

По типу исполнения выделяют следующие группы:

- **Настольные:** по типу подачи воды может быть как заливным (производительность не более 15 кг льда в сутки, такая модель удобна для использования в быту, самый простой и недорогой вариант), так и стационарным (производительность, как правило, до 50 кг льда в сутки в зависимости от модели, широко применяется в кафе, барах и ресторанах). По типу охлаждения конденсатора - воздушный.
- **Напольные:** производительность более 50 кг льда в сутки, стационарный тип по подаче воды, рекомендуется устанавливать фильтр для очистки воды. Такой льдогенератор используется на предприятиях общественного питания и торговли, в производстве по переработке мяса.
- **Встроенные:** само название говорит о себе, такие модели встраиваются в барные стойки или прилавки, при такой установке возможность

качественного воздушного охлаждения отсутствует, поэтому такие льдогенераторы должны быть водяного типа охлаждения. По производительности модели бывают разные.

Лед по форме бывает разный и предназначен для охлаждения разных продуктов:

1. В форме кубиков: самый распространенный вариант. Вес кубика 13-33 грамм. Стандартное охлаждение напитков и емкостей с жидкостью. Подходит к любой форме стакана и особо не разжижает напиток.
2. Пальчиковый лед: имеет форму цилиндра с отверстием внутри, немного напоминает стаканчик. С помощью такого льда охлаждение коктейлей и других напитков происходит быстрее, так как у него больше поверхность теплообмена.
3. Пирамидообразный лед: такой лед по форме напоминает пирамидку и весит не более 7 грамм, быстро охлаждает и растворяется, подходит для газированных напитков. Обычно используется в фаст-фудах.
4. Чешуйчатый лед: температура такого льда может быть до -12 градусов по Цельсию, это переохлажденный лед, очень быстро замораживает. Для охлаждения рыбы используют лед размером 2 мм, для мяса - 1 мм

Глава 3. Объем и темпы роста рынка льдогенераторов в России

Объем и темпы роста рынка

Объем рынка рассчитан по формуле видимого потребления (импорт + производство – экспорт = объем рынка). Для расчета объема производства использовались официальные данные ФСГС РФ, а также данные компаний-производителей. Для расчета объемов импорта и экспорта использовались базы данных ФТС РФ (с последующей обработкой на уровне товарных категорий, групп, брендов и брендов).

Показатели объема рынка и производства рассчитаны в ценах брендов изучаемых в исследовании периодов времени (год, полугодие, квартал или месяц). Все цены выражены в долларах США.

Показатели объема импорта и экспорта рассчитаны в ценах ФТС РФ в долларах США (в ценах поставки товаров по информации в декларациях)

Согласно расчетам аналитиков DISCOVERY Research Group, объем рынка льдогенераторов в России в 2018 г. составил шт. В 2019 г. этот показатель был равен шт.

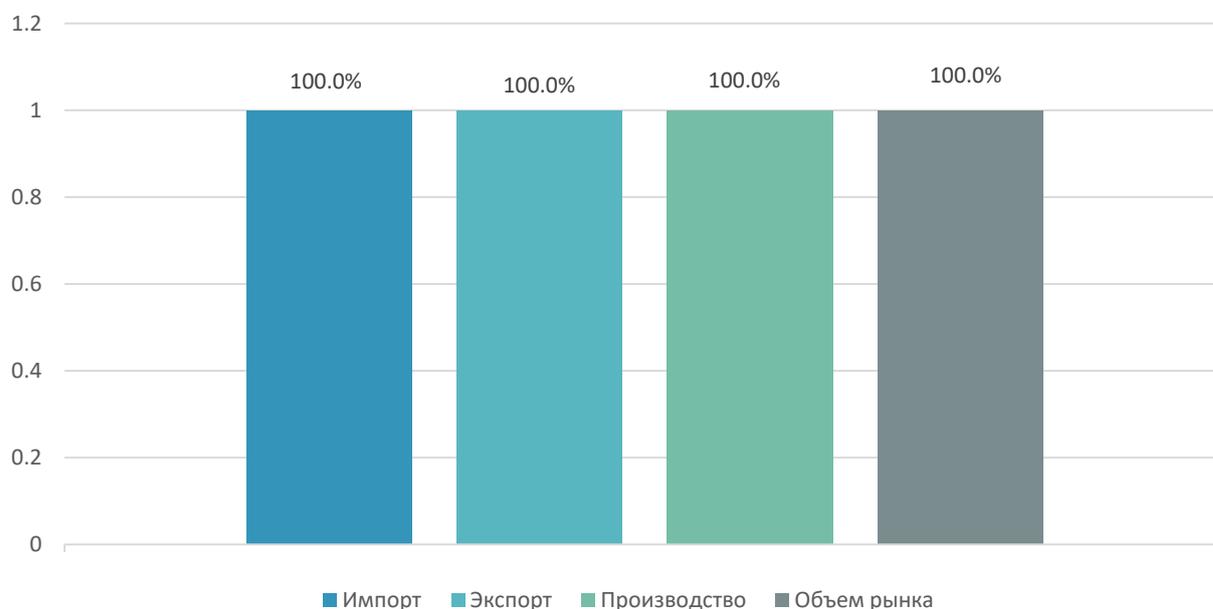
Темп прироста в 2019 г. составил % от натурального объема рынка.

Таблица 1. Объем импорта, экспорта, производства и рынка льдогенераторов в России в 2014-2019 гг., шт.

Показатель	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Импорт						
ОБЩЕПИТ (РЕСТОРАН, БАРЫ, КАФЕ)						
ПИЩЕВАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ						
Экспорт						
ОБЩЕПИТ (РЕСТОРАН, БАРЫ, КАФЕ)						
ПИЩЕВАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ						
Производство						
ОБЩЕПИТ (РЕСТОРАН, БАРЫ, КАФЕ)						
ПИЩЕВАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ						
Рынок						
ОБЩЕПИТ (РЕСТОРАН, БАРЫ, КАФЕ)						
ПИЩЕВАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ						

Источник: расчеты Discovery Research Group.

Диаграмма 1. Темпы прироста объемов производства, импорта и экспорта рынка льдогенераторов в России в 2019 г. в натуральном выражении, %.



Источник: расчеты Discovery Research Group.

Согласно расчетам аналитиков DISCOVERY Research Group, объем рынка льдогенераторов в России в 2018 г. \$ тыс. В 2019 г. этот показатель был \$ тыс.

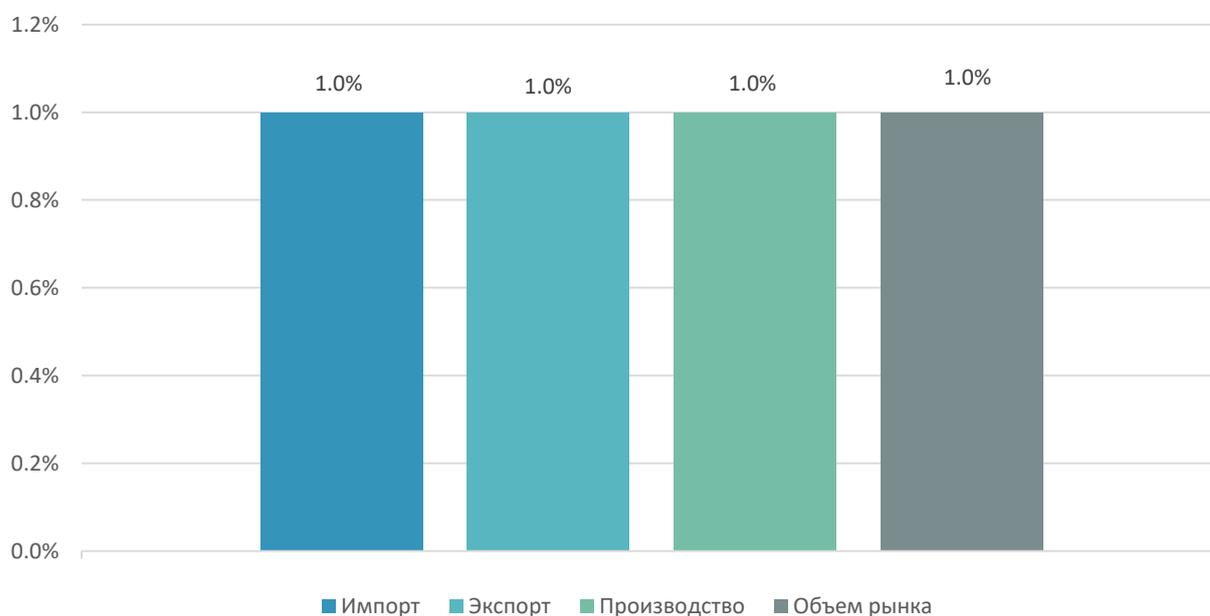
Темп прироста составил % от стоимостного объема рынка.

Таблица 2. Объем импорта, экспорта, производства и рынка льдогенераторов в России в 2014-2019 гг., тыс. \$.

Показатель	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Импорт						
ОБЩЕПИТ (РЕСТОРАН, БАРЫ, КАФЕ)						
ПИЩЕВАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ						
Экспорт						
ОБЩЕПИТ (РЕСТОРАН, БАРЫ, КАФЕ)						
ПИЩЕВАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ						
Производство						
ОБЩЕПИТ (РЕСТОРАН, БАРЫ, КАФЕ)						
ПИЩЕВАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ						
Рынок						
ОБЩЕПИТ (РЕСТОРАН, БАРЫ, КАФЕ)						
ПИЩЕВАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ						

Источник: расчеты Discovery Research Group.

Диаграмма 2. Темпы прироста объемов производства, импорта и экспорта рынка льдогенераторов в России в 2019 г. в стоимостном выражении, %.



Источник: расчеты Discovery Research Group

Глава 4. Производство льдогенераторов в России

Производство по сегментам

Согласно расчетам аналитиков DISCOVERY Research Group, объем производства льдогенераторов в России в 2018 г. составил шт. В 2017 г. этот показатель был равен шт. В 2019 г. объем производства льдогенераторов и составил шт.

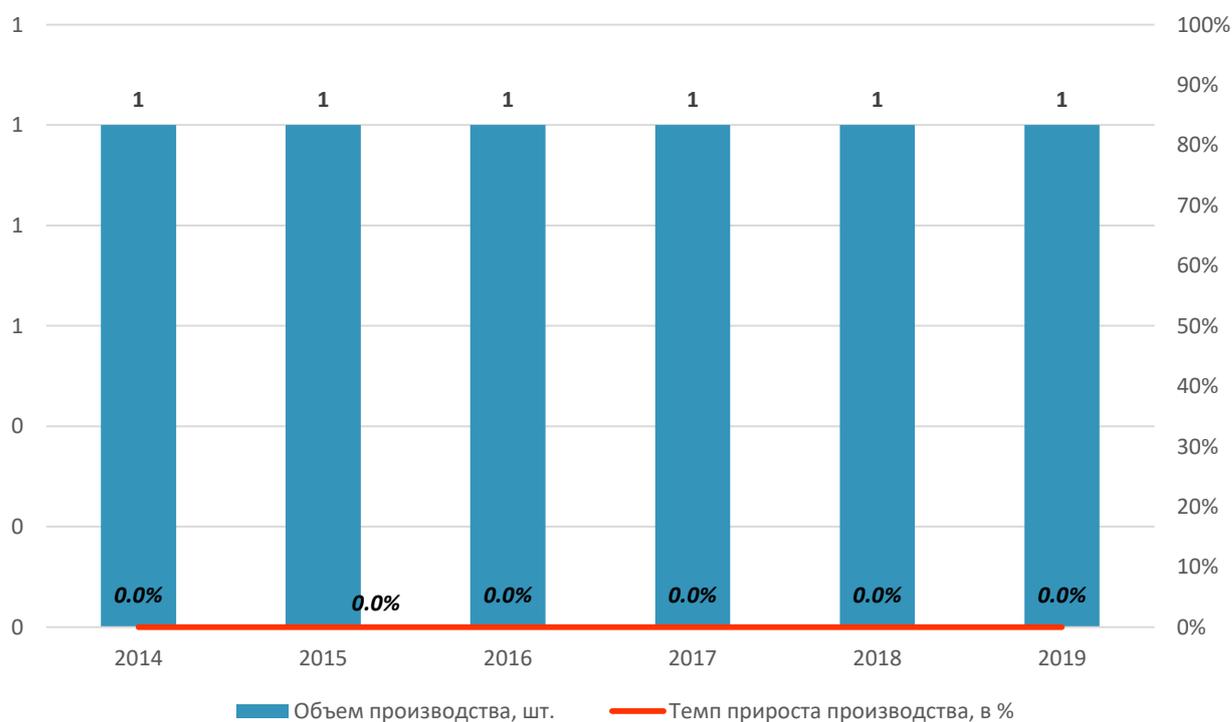
В 2019 г. темп прироста составил 19,9% натурального объема производства.

Таблица 3. Объем производства льдогенераторов по сегментам в России в 2014-2019 гг., шт.

Сегмент	2014	2015	2016	2017	2018	2019
ОБЩЕПИТ (РЕСТОРАН, БАРЫ, КАФЕ)						
ПИЩЕВАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ						
Итого:						

Источник: расчеты Discovery Research Group.

Диаграмма 3. Объем и темп прироста производства льдогенераторов по сегментам в России в 2014-2019 гг., шт.



Источник: расчеты Discovery Research Group.

Объем производства льдогенераторов в 2018 г. составил \$ тыс. В 2017 г. этот показатель был равен \$ тыс. В 2019 г. объем производства льдогенераторов и составил \$ тыс.

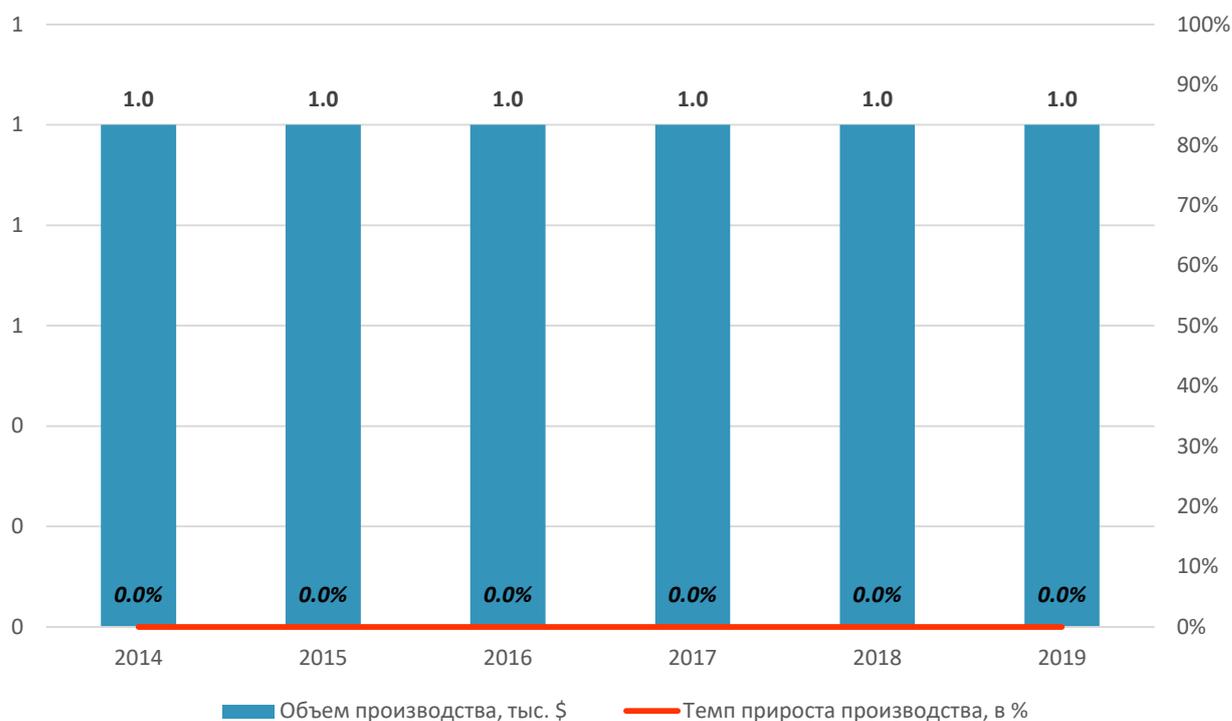
В 2018 г. темп прироста составил % стоимостного объема производства.

Таблица 4. Объем производства льдогенераторов по сегментам в России в 2014-2019 гг., тыс. \$.

Сегмент	2014	2015	2016	2017	2018	2019
ОБЩЕПИТ (РЕСТОРАН, БАРЫ, КАФЕ)						
ПИЩЕВАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ						
Итого:						

Источник: расчеты Discovery Research Group.

Диаграмма 4. Объем и темп прироста производства льдогенераторов в России в 2014-2019 гг., тыс. \$.



Источник: расчеты Discovery Research Group.

Производство льдогенераторов для общепита

.....

Производство льдогенераторов для пищевой промышленности

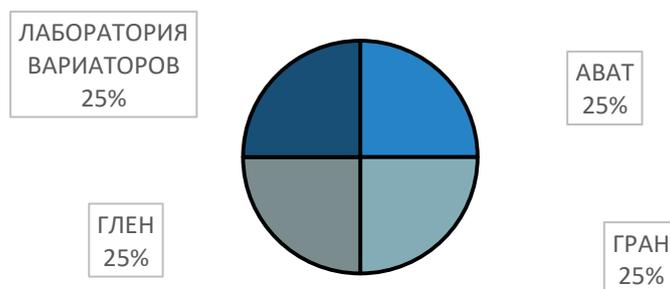
Таблица 5. Объем производства льдогенераторов для пищевой промышленности по брендам и субъектам федерации в России в 2014-2019 гг., шт.

Бренд	СФ	2014	2015	2016	2017	2018	2019
АВАТ							
ГЛЕН							
ГРАН							
ЛАБОРАТОРИЯ ВАРИАТОРОВ							
Итого:	Итого:						

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group.

Наибольшую долю производства льдогенераторов для пищевой промышленности в натуральном выражении в 2019 г. занял бренд Его доля составила %. На втором месте с % от натурального объема.

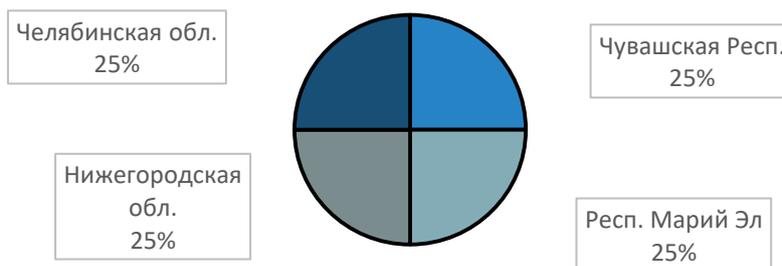
Диаграмма 5. Доли брендов льдогенераторов для пищевой промышленности в объеме производства в 2019 г., % от натурального объема.



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group.

Наибольшую долю производства льдогенераторов для пищевой промышленности в натуральном выражении в 2019 г. заняла Доля этого региона составила % в натуральном выражении от общего объема производства. На втором месте с %.

Диаграмма 6. Доли субъектов федерации в объеме производства льдогенераторов для пищевой промышленности в 2019 г., % от натурального объема.



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group.

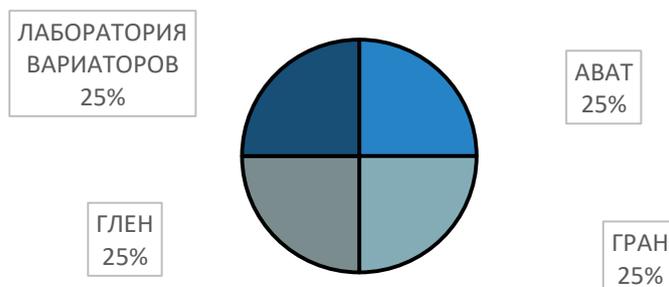
Таблица 6. Объем производства льдогенераторов для пищевой промышленности по брендам и субъектам федерации в России в 2014-2019 гг., тыс. \$.

Бренд	СФ	2014	2015	2016	2017	2018	2019
АВАТ							
ГЛЕН							
ГРАН							
ЛАБОРАТОРИЯ ВАРИАТОРОВ							
Итого:							

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group.

Наибольшую долю производства льдогенераторов для пищевой промышленности в стоимостном выражении в 2019 г. занял бренд Его доля составила %. На втором месте с % от стоимостного объема.

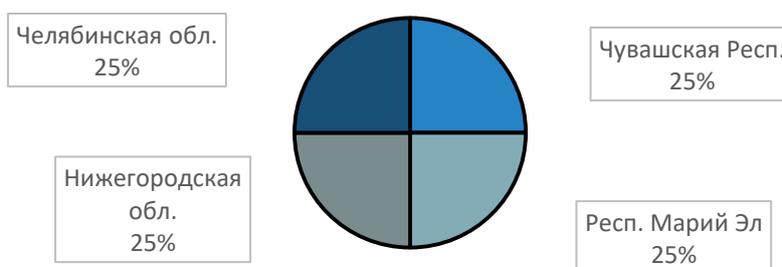
Диаграмма 7. Доли брендов льдогенераторов для пищевой промышленности в объеме производства в 2019 г., % от стоимостного объема.



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group.

Наибольшую долю производства льдогенераторов для пищевой промышленности в стоимостном выражении в 2019 г. заняла Доля этого региона составила% в стоимостном выражении от общего объема производства. На втором месте с%.

Диаграмма 8. Доли субъектов федерации в объеме производства льдогенераторов для пищевой промышленности в 2019 г., % от стоимостного объема.



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group.

Глава 5. Импорт льдогенераторов в Россию и экспорт льдогенераторов из России

Импорт по сегментам

Объем импорта льдогенераторов в Россию в 2017 г. составилшт. Темп прироста в 2018 г. был равен%. В 2019 г. объем импорта составилшт. Темп прироста в 2019 г. составил%.

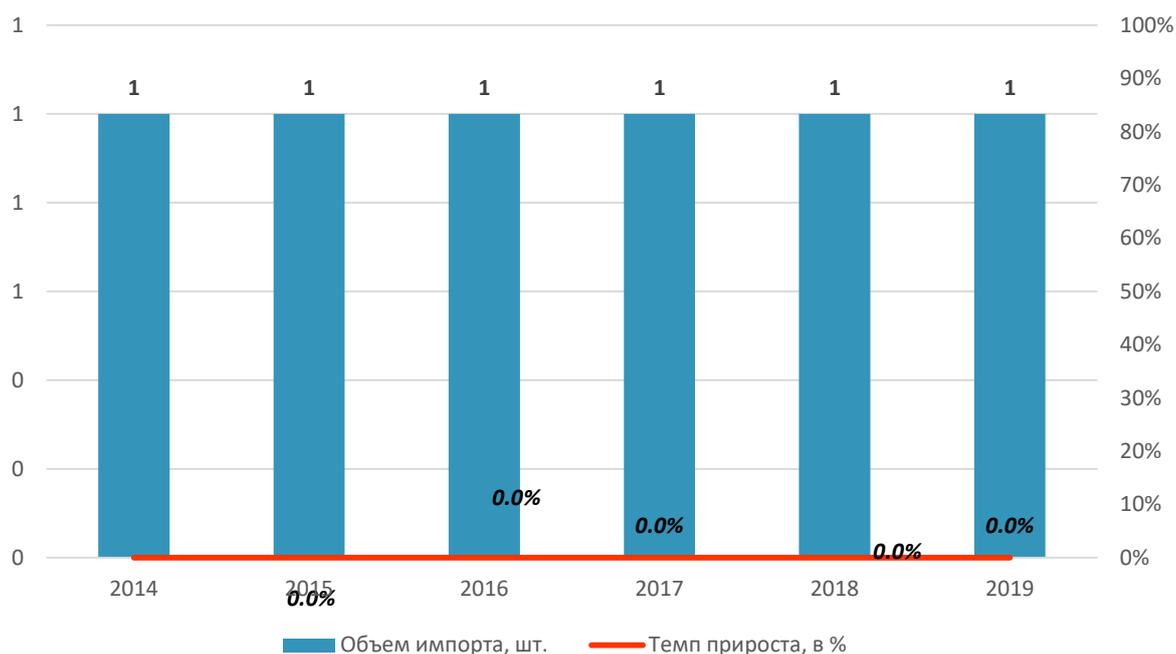
.....

Таблица 7. Объем импорта льдогенераторов по сегментам в Россию в 2014-2019 гг., шт.

Сегмент	2014	2015	2016	2017	2018	2019
ОБЩЕПИТ (РЕСТОРАН, БАРЫ, КАФЕ)						
ПИЩЕВАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ						
Итого:						

Источник: расчеты Discovery Research Group.

Диаграмма 9. Объем и темп прироста импорта льдогенераторов в Россию в 2014-2019 гг., шт.



Источник: расчеты Discovery Research Group.

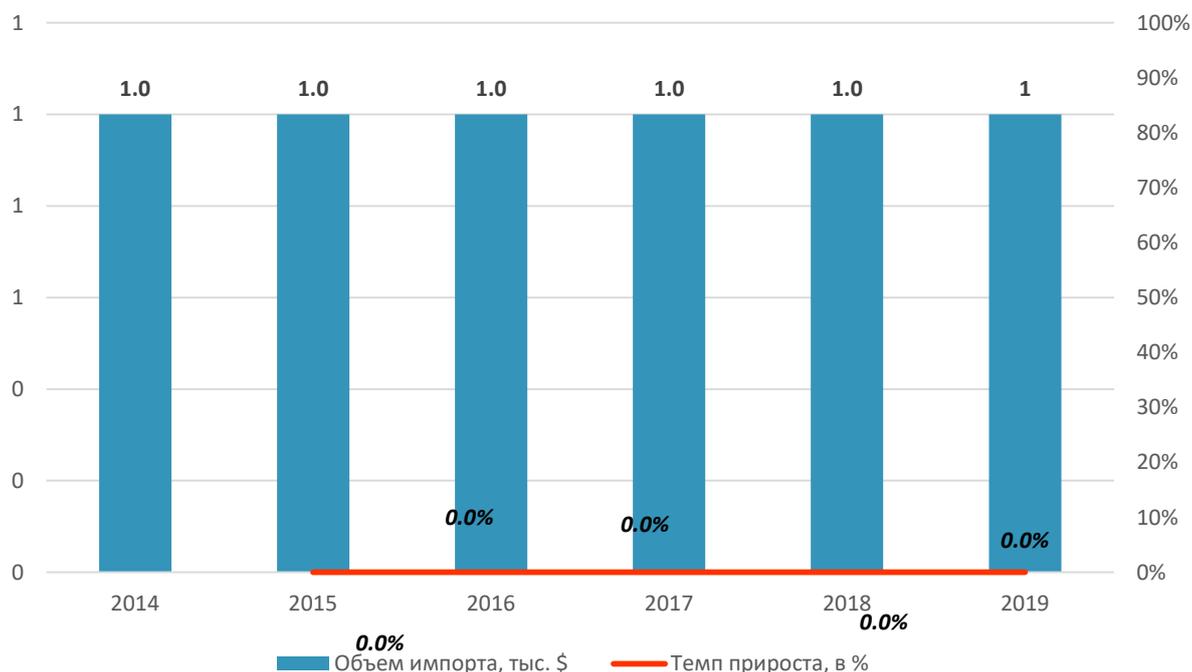
Объем импорта льдогенераторов в Россию в 2017 г. составил \$тыс. Темп прироста в 2018 г. был равен%. В 2019 г. объем импорта составил \$тыс. темп прироста в 2019 г. составил%.

Таблица 8. Объем импорта льдогенераторов по сегментам в Россию в 2014-2019 гг., тыс. \$.

Сегмент	2014	2015	2016	2017	2018	2019
ОБЩЕПИТ (РЕСТОРАН, БАРЫ, КАФЕ)						
ПИЩЕВАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ						
Итого:						

Источник: расчеты Discovery Research Group.

Диаграмма 10. Объем и темп прироста импорта льдогенераторов в Россию в 2014-2019 гг., тыс. \$.



Источник: расчеты Discovery Research Group.

Импорт льдогенераторов для общепита (бары, рестораны, гостиницы, кафе и т.д.)

Таблица 9. Объем импорта льдогенераторов для общепита в Россию в 2014-2019 гг. по брендам, шт.

Бренд	2014	2015	2016	2017	2018	2019
ANGELO PO						
APACH						
ARISTARCO						
BAR LINE						
BARTSCHER						
BREMA						
CASTEL						
CONVITO						
COOLEQ						
CORNELIUS						
DIAMOND						
ELECTROLUX						
ENIGMA						
EOS						
EQTA						
FESTIVE						
FOODATLAS						
FRIMONT						
FUNK						
GASTRORAG						
GASTROTOP						
GEMPLUX						
GORENJE						
HIGEL						
HURAKAN						
HOSHIZAKI						
ICE TECH						
ICEMAKE						
ICE-O-MATIC						
I-ICE						
IRON CHERRY						
ITV-ICE						
JEJU						
KASTEL						
KORECO						
MAJA						
MANITOWOC						
MAXX ICE						
MIGEL						
MINERVA						
MOGENDAS						
MULTIPLEX						
NEMOX						

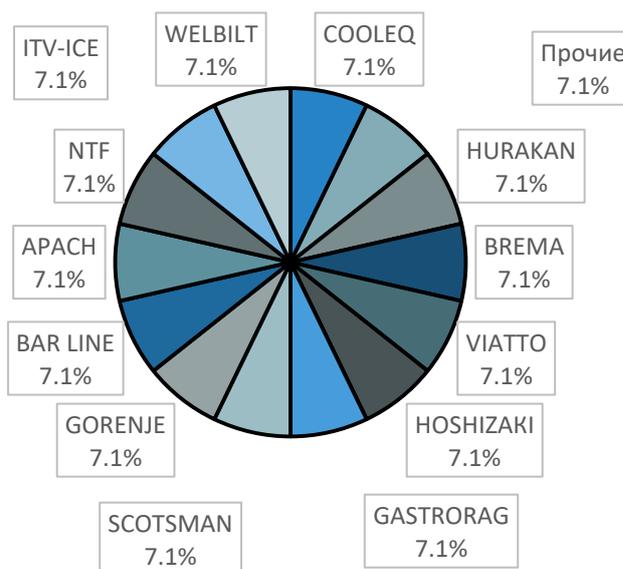
Анализ рынка льдогенераторов в России

NINGBO GRANT REFRIGERATION EQUIPMENT MANUFACTURING						
NINGDE TANK TECH MACHINERY						
NTF						
PROFI COOK						
RIGHTWAY ASIA						
RIVACOLD						
SAGI						
SCOTSMAN						
SHANGHAI COOLSTAR INDUSTRIES						
SIMAG						
SNOWKEY						
STAFF ICE						
STARFOOD						
TECHNOBLOCK						
UGUR						
VIATTO						
WELBILT						
WESSAMAT						
ZIEGRA						
Прочие						
Итого:						

Источник: расчеты Discovery Research Group.

Наибольшую долю импорта льдогенераторов для общепита в натуральном выражении в 2019 г. занял бренд Его доля составила% от натурального объема. На втором месте с%. Также в тройку лидеров входит бренд с% от общего объема импорта сегмента.

Диаграмма 11. Доли брендов льдогенераторов для общепита в объеме импорта в 2019 г., % от натурального объема.



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group.

Таблица 10. Объем импорта льдогенераторов для общепита в Россию в 2014-2019 гг. по брендам, тыс. \$.

Бренд	2014	2015	2016	2017	2018	2019
ANGELO PO						
APACH						
ARISTARCO						
BAR LINE						
BARTSCHER						
BREMA						
CASTEL						
CONVITO						
COOLEQ						
CORNELIUS						
DIAMOND						
ELECTROLUX						
ENIGMA						
EOS						
EQTA						
FESTIVE						
FOODATLAS						
FRIMONT						
FUNK						
GASTRORAG						
GASTROTOP						
GEMPLUX						
GORENJE						
HIGEL						
HURAKAN						
HOSHIZAKI						
ICE TECH						
ICEMAKE						
ICE-O-MATIC						
I-ICE						
IRON CHERRY						
ITV-ICE						
JEJU						
KASTEL						
KORECO						
MAJA						
MANITOWOC						
MAXX ICE						
MIGEL						
MINERVA						
MOGENDAS						
MULTIPLEX						
NEMOX						
NINGBO GRANT REFRIGERATION EQUIPMENT MANUFACTURING						

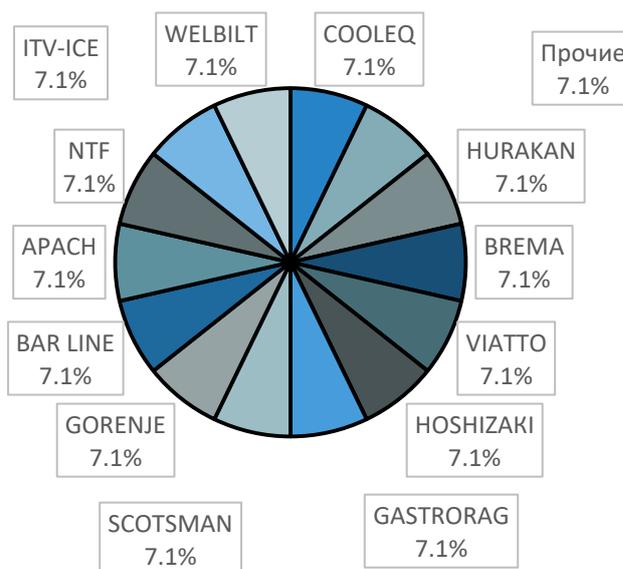
Анализ рынка льдогенераторов в России

NINGDE TANK TECH MACHINERY						
NTF						
PROFI COOK						
RIGHTWAY ASIA						
RIVACOLD						
SAGI						
SCOTSMAN						
SHANGHAI COOLSTAR INDUSTRIES						
SIMAG						
SNOWKEY						
STAFF ICE						
STARFOOD						
TECHNOBLOCK						
UGUR						
VIATTO						
WELBILT						
WESSAMAT						
ZIEGRA						
Прочие						
Итого:						

Источник: расчеты Discovery Research Group.

Наибольшую долю импорта льдогенераторов для общепита в 2019 г. занял бренд Его доля составила% от стоимостного объема. На втором месте с%. Также в тройку лидеров входит брендс% от общего объема импорта сегмента.

Диаграмма 12. Доли брендов льдогенераторов для общепита в объеме импорта в 2019 г., % от стоимостного объема.



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group.

Импорт льдогенераторов для пищевой промышленности

.....

Экспорт по сегментам

.....

Экспорт льдогенераторов для общепита (бары, рестораны, гостиницы, кафе и т.д.)

.....

Экспорт льдогенераторов для пищевой промышленности

.....

Глава 6. Тенденции и перспективы развития рынка льдогенераторов

Основными тенденция на рынке льдогенераторов – это поиск путей совершенствования оборудования. Многим производителям уже удалось улучшить основные характеристики оборудования. Это стало возможным благодаря повышенному уровню контроля комплектующих элементов. Это позволило значительно улучшить качество составных частей, конденсаторов и компрессоров.

.....

Глава 7. Финансово-хозяйственная деятельность и планы развития ключевых игроков рынка льдогенераторов

АВАТ

Торговое профессиональное кухонное оборудование под маркой **Abat** производят 4 предприятия: АО «Чувашторгтехника», ООО «ЭЛИНОКС», ООО «Фросто» и ООО «Торговая Механика». АО «Чувашторгтехника» уже 60 лет успешно работает на рынке торгово-технологического оборудования.

АО «Чувашторгтехника» является признанным лидером среди российских производителей профессионального кухонного оборудования. На протяжении уже более чем 60 лет компания под брендом АВАТ поставляет на рынок высокотехнологичные устройства для индустрии общепита. Стремление к совершенству в сочетании с постоянным мониторингом конъюнктуры рынка позволяет предприятию не только производить по-настоящему качественное оборудование, но и предлагать его по доступной для российского потребителя стоимости. Следование высоким корпоративным стандартам способствует активному продвижению торговой марки АВАТ и на мировом рынке. Продукция компании успешно поставляется в Китай, Германию, Турцию, Казахстан, Латвию, Беларусь, Армению и другие страны.

В настоящее время АВАТ выпускает около 800 наименований профессионального оборудования, предназначенного для приготовления и раздачи самых разнообразных блюд. В ассортимент компании входят:

- газовые и электрические тепловые линии 700 и 900 серий;
- линии раздачи «АСТА», «ПАТША» и «ПРЕМЬЕР», а также мини-линии раздачи, передвижные линии самообслуживания, настольные витрины и салат-бары;
- тепловое оборудование - бойлерные и инжекционные пароконвектоматы, конвекционные и ротационные печи, пищеварочные котлы и печи для пиццы, жарочные и пекарские шкафы, кипятивильники и фритюрницы;
- холодильное оборудование – льдогенераторы и столы для пиццы, столы холодильные и морозильные, холодильные и морозильные шкафы, а также шкафы шоковой заморозки;

- электромеханическое оборудование – планетарные тестомесы и мясорубки, картофелечистки и овощерезки;
- посудомоечные машины всех типов – купольные и туннельные, котломоечные и стаканомоечные, а также посудомоечные машины с фронтальной загрузкой;
- нейтральное оборудование – моечные ванны и столы для мойки овощей, полки и шкафы, стеллажи и тележки, кондитерские и производственные столы, подставки под пароконвектоматы;
- аксессуары для каждой категории оборудования, включая вытяжные зонты, противни и гастроремкости для теплового оборудования, корзины для посудомоечных машин и разнообразный кухонный инвентарь.

Ключевой задачей компании «Чувашторгтехника» является достижение идеального баланса между надёжностью, производительностью и энергопотреблением техники. Более 50% денежных средств, получаемых от продаж выпускаемой продукции, инвестируется в модернизацию производства путём укрепления технической базы и приобретения нового технологического оборудования. Производитель тесно сотрудничает с зарубежными компаниями, среди которых такие всемирно известные бренды, как TRUMPF, Leifeld, Salvagnini, HAAS, Finn Power и Amada. Совместная работа с лидерами мирового рынка позволяет предприятию выпускать продукцию, качество и надёжность которой не вызывает сомнений, при этом сохраняя её относительно невысокую стоимость, столь важную для российского потребителя.

Производство оборудования АВАТ основывается не только на великолепной технологической базе, но и на применении новейших разработок и инновационных решений, появившихся в индустрии общепита в последние годы. Завод АО «Чувашторгтехника» оснащён системой контроля качества, сертифицированной по международному стандарту ISO 9001. Вся выпускаемая продукция изготавливается в соответствии со строгими европейскими нормами энергоэффективности, безопасности и гигиены. Проведение компанией собственных научных исследований привело к изобретению целого ряда моделей, оснащённых уникальным функционалом или

произведённых с помощью ультрасовременных технологий, не имеющих аналогов на российском рынке.

Преимущества льдогенераторов торговой марки Abat:

- широкий ассортимент льдогенераторов кубикового, чешуйчатого и гранулированного льда;
-
-
-

Таблица 11. Финансовые показатели АО «ЧУВАШТОРГТЕХНИКА» в 2014-2018 гг., тыс. руб.

Показатель	2014	2015	2016	2017	2018
Выручка (за минусом НДС, акцизов)					
Себестоимость продаж					
ВАЛОВАЯ ПРИБЫЛЬ (УБЫТОК)					
Коммерческие расходы					
Управленческие расходы					
ПРИБЫЛЬ (УБЫТОК) ОТ ПРОДАЖ					
Доходы от участия в других организациях					
Проценты к получению					
Проценты к уплате					
Прочие доходы					
Прочие расходы					
ПРИБЫЛЬ (УБЫТОК) ДО НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ					
Текущий налог на прибыль					
в т. ч. постоянные налоговые обязательства (активы)					
Изменение отложенных налоговых обязательств					
Изменение отложенных налоговых активов					
Прочее					
ЧИСТАЯ ПРИБЫЛЬ (УБЫТОК)					
СОВОКУПНЫЙ ФИНАНСОВЫЙ РЕЗУЛЬТАТ ПЕРИОДА					
СПРАВОЧНО					
Результат от переоценки внеоборотных активов, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода					
Результат от прочих операций, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода					

Источник: pro.fira.ru

Таблица 12. Финансовые показатели ООО «ЭЛИНОКС» в 2014-2018 гг., тыс. руб.

Показатель	2014	2015	2016	2017	2018
------------	------	------	------	------	------

Выручка (за минусом НДС, акцизов)					
Себестоимость продаж					
ВАЛОВАЯ ПРИБЫЛЬ (УБЫТОК)					
Коммерческие расходы					
Управленческие расходы					
ПРИБЫЛЬ (УБЫТОК) ОТ ПРОДАЖ					
Доходы от участия в других организациях					
Проценты к получению					
Проценты к уплате					
Прочие доходы					
Прочие расходы					
ПРИБЫЛЬ (УБЫТОК) ДО НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ					
Текущий налог на прибыль					
в т. ч. постоянные налоговые обязательства (активы)					
Изменение отложенных налоговых обязательств					
Изменение отложенных налоговых активов					
Прочее					
ЧИСТАЯ ПРИБЫЛЬ (УБЫТОК)					
СОВОКУПНЫЙ ФИНАНСОВЫЙ РЕЗУЛЬТАТ ПЕРИОДА					
СПРАВОЧНО					
Результат от переоценки внеоборотных активов, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода					
Результат от прочих операций, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода					

Источник: pro.fira.ru

Таблица 13. Финансовые показатели ООО «ФРОСТО» в 2017-2018 гг., тыс. руб.

Показатель	2014	2015	2016	2017	2018
Выручка (за минусом НДС, акцизов)					
Себестоимость продаж					
Расходы по обычной деятельности (СМП)					
ВАЛОВАЯ ПРИБЫЛЬ (УБЫТОК)					
Коммерческие расходы					
Управленческие расходы					
ПРИБЫЛЬ (УБЫТОК) ОТ ПРОДАЖ					
Доходы от участия в других организациях					
Доходы от участия в других организациях и проценты к получению (СМП)					
Проценты к получению					
Проценты к уплате					
Прочие доходы					
Прочие расходы					
ПРИБЫЛЬ (УБЫТОК) ДО НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ					

Анализ рынка льдогенераторов в России

Текущий налог на прибыль					
Налоги на прибыль (доходы) (СМП)					
в т. ч. постоянные налоговые обязательства (активы)					
Изменение отложенных налоговых обязательств					
Изменение отложенных налоговых активов					
Прочее					
ЧИСТАЯ ПРИБЫЛЬ (УБЫТОК)					
СОВОКУПНЫЙ ФИНАНСОВЫЙ РЕЗУЛЬТАТ ПЕРИОДА					
СПРАВОЧНО					
Результат от переоценки внеоборотных активов, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода					
Результат от прочих операций, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода					

Источник: pro.fira.ru

Таблица 14. Финансовые показатели ООО «ТОРГОВАЯ МЕХАНИКА» в 2014-2018 гг., тыс. руб.

Показатель	2017	2018
Выручка (за минусом НДС, акцизов)		
Себестоимость продаж		
ВАЛОВАЯ ПРИБЫЛЬ (УБЫТОК)		
Коммерческие расходы		
Управленческие расходы		
ПРИБЫЛЬ (УБЫТОК) ОТ ПРОДАЖ		
Доходы от участия в других организациях		
Проценты к получению		
Проценты к уплате		
Прочие доходы		
Прочие расходы		
ПРИБЫЛЬ (УБЫТОК) ДО НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ		
Текущий налог на прибыль		
в т. ч. постоянные налоговые обязательства (активы)		
Изменение отложенных налоговых обязательств		
Изменение отложенных налоговых активов		
Прочее		
ЧИСТАЯ ПРИБЫЛЬ (УБЫТОК)		
СОВОКУПНЫЙ ФИНАНСОВЫЙ РЕЗУЛЬТАТ ПЕРИОДА		
СПРАВОЧНО		
Результат от переоценки внеоборотных активов, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода		
Результат от прочих операций, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода		

Источник: pro.fira.ru

ГЛЕН

Фирма «Технохолд ГЛЕН» была создана в 1992 году.

Основной вид деятельности – разработка и производство льдогенераторов чешуйчатого льда для пищевой промышленности.

Фирмой «Технохолд ГЛЕН» освоен выпуск льдогенераторов чешуйчатого льда горизонтального типа производительностью от 90 кг/сут до 6000 кг/сут.

Благодаря кропотливой и серьезной работе сотрудников всех структурных подразделений фирма «Технохолд ГЛЕН» изготавливает льдогенераторы чешуйчатого льда по своему уровню потребительских, технических характеристик, уровню качества и надежности, не уступающие импортным аналогам.

Убедительным доказательством этому является 2-х летняя гарантия на поставляемое оборудование, а также то, что ежегодная доля повторного обращения составляет 25-30% от общего объема реализованных льдогенераторов чешуйчатого льда.

Льдогенераторы чешуйчатого льда фирмы «Технохолд ГЛЕН» нашли широкое применение не только в мясо- и птицеперерабатывающей промышленности, но также в рыбной и хлебопекарной промышленности. Льдогенераторы чешуйчатого льда нашли потребителя и в торговых залах для выкладки витрин со свежей рыбой и морепродуктами.

Льдогенераторы чешуйчатого льда Фирмы «Технохолд ГЛЕН» успешно работают как на российских предприятиях, так и в странах СНГ (Беларусь, Казахстан, Армения, Азербайджан).

С 2007 года Фирма «Технохолд ГЛЕН» является постоянным участником международных выставок ИНТЕРФИШ.

Фирма «Технохолд ГЛЕН» совместно с компанией «Веста-Вар» внедрила новую технологию по увеличению срока сохранения охлажденной рыбы до 28 суток.

С 2006года Фирма «Технохолд ГЛЕН» освоила выпуск фаршемешалок лопастного типа ФМЛ150 и ФМЛ300

Таблица 15. Финансовые показатели ООО «ТЕХНОХОЛОД ГЛЕН» в 2014-2018 гг., тыс. руб.

Показатель	2014	2015	2016	2017	2018
Выручка (за минусом НДС, акцизов)					
Расходы по обычной деятельности					
ПРИБЫЛЬ (УБЫТОК) ОТ ПРОДАЖ					
Доходы от участия в других организациях и проценты к получению					
Проценты к уплате					
Прочие доходы					
Прочие расходы					
ПРИБЫЛЬ (УБЫТОК) ДО НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ					
Налоги на прибыль (доходы)					
ЧИСТАЯ ПРИБЫЛЬ (УБЫТОК)					

Источник: pro.fira.ru

ГРАН

Компания ООО "ГРАН" уже более 25-х лет является производителем высококачественного промышленного холодильного, морозильного и теплообменного оборудования.

Разработка и изготовление, поставка, монтаж и продажа оборудования морозильных камер, холодильного и теплообменного оборудования – это основная сфера деятельности компании. Ассортимент представлен большим выбором торгового и промышленного холодильно-морозильного и теплообменного оборудования высокого качества.

Постоянными покупателями компании ООО "ГРАН" - производителя оборудования морозильных камер, холодильного и теплообменного оборудования - являются больше половины российских мясокомбинатов, рыбокомбинатов, хладокомбинатов, предприятий холодильной промышленности, предприятий холодильной и пищевой промышленности, предприятий АПК, строительных и монтажных организаций и других производителей.

Основная цель - обеспечить всех заказчиков качественным и недорогим оборудованием отечественного производства.

Таблица 16. Финансовые показатели ООО «ГРАН» в 2015-2018 гг., тыс. руб.

Показатель	2015	2016	2017	2018
Выручка (за минусом НДС, акцизов)				
Себестоимость продаж				
ВАЛОВАЯ ПРИБЫЛЬ (УБЫТОК)				
Коммерческие расходы				

Управленческие расходы				
ПРИБЫЛЬ (УБЫТОК) ОТ ПРОДАЖ				
Доходы от участия в других организациях				
Проценты к получению				
Проценты к уплате				
Прочие доходы				
Прочие расходы				
ПРИБЫЛЬ (УБЫТОК) ДО НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ				
Текущий налог на прибыль				
в т. ч. постоянные налоговые обязательства (активы)				
Изменение отложенных налоговых обязательств				
Изменение отложенных налоговых активов				
Прочее				
ЧИСТАЯ ПРИБЫЛЬ (УБЫТОК)				
СОВОКУПНЫЙ ФИНАНСОВЫЙ РЕЗУЛЬТАТ ПЕРИОДА				
СПРАВОЧНО				
Результат от переоценки внеоборотных активов, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода				
Результат от прочих операций, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода				

Источник: pro.fira.ru

Агентство маркетинговых исследований

DISCOVERY RESEARCH GROUP

125438, Москва, у шт. Михалковская 63Б, стр. 4, этаж 4

БЦ «Головинские пруды»

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

E-mail: research@drgroup.ru

www.drgroup.ru

Схема проезда

