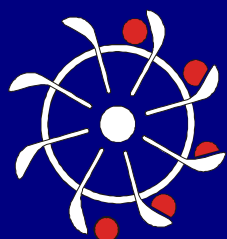


МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ И АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА МОРОЖЕНОГО

ДЕМОНСТРАЦИОННАЯ ВЕРСИЯ

**Дата выпуска отчета:
июнь 2008 г.**

Данное исследование подготовлено MA Step by Step исключительно в информационных целях. Информация, представленная в исследовании, получена из открытых источников или собрана с помощью маркетинговых инструментов. MA Step by Step не дает гарантии точности и полноты информации для любых целей. Информация, содержащаяся в исследовании, не должна быть прямо или косвенно истолкована покупателем, как рекомендательная к вложению инвестиций. MA Step by Step не несет ответственности за убытки или ущерб, причиненный вследствие использования информации исследования третьими лицами, а так же за последствия, вызванные неполнотой представленной информации. Данные материалы не могут распространяться без разрешения MA Step by Step.



**STEP BY STEP
МАРКЕТИНГОВОЕ
АГЕНТСТВО**

г. Москва

ОГЛАВЛЕНИЕ

ОГЛАВЛЕНИЕ	2
Аннотация	3
Цель исследования.....	3
Описание исследования	3
Полное содержание исследования	4
Список диаграмм	8
Список таблиц	9
Выдержки из исследования	11
Объем Рынка в натуральном выражении.....	11
Объем Рынка в денежном выражении.....	11
Емкость Рынка	11
Темпы роста Рынка	12
Дистрибьюторы продукции и розничный сектор	13
Объемы импорта	15
Основные компании-импортеры.....	16
Российское производство	17
Объемы российского производства	17
Экспорт продукции	18
Объемы экспорта	18
Основные компании-экспортеры.....	19
Основные виды экспортируемой Продукции.....	20
Соотношение экспорта и импорта.....	20
Факторы, благоприятствующие развитию Рынка.....	20
Инвестиционная привлекательность и пустующие ниши на Рынке	21

АННОТАЦИЯ

Цель исследования

Цель исследования: анализ текущей ситуации на Рынке мороженого и тенденций его развития.

ОПИСАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Задачи исследования:

- Описать макроэкономические факторы, влияющие на Рынок
- Выделить основные сегменты Рынка
- Определить емкость и объем Рынка
- Описать особенности ценообразования на Рынке
- Кратко описать влияющие рынки
- Выявить основные тенденции рынка
- Описать объемы российского производства
- Описать структуру импорта и экспорта продукции на Рынке
- Выявить основных игроков российского Рынка
- Описать крупнейших производителей
- Определить социально-демографические характеристики потребителей
- Определить поведенческие характеристики потребителей
- Описать сбытовую структуру рынка

Кол-во страниц: 142 стр.

Язык отчета: русский

Отчет содержит: 10 диаграмм, 19 таблиц, 1 схема

ПОЛНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Введение

Методологическая часть

Описание типа исследования

Объект исследования

Цели и задачи исследования

География исследования

Время проведения исследования

Методы сбора данных

Макроэкономические факторы, влияющие на Рынок

Общая экономическая ситуация

Динамика валового внутреннего продукта

Уровень инфляции

Уровень доходов населения

Ассоциации производителей и продавцов мороженого

Союз мороженщиков России

Ассоциация Российских производителей мороженого и замороженных продуктов

Ассоциация «Столичное мороженое»

Журнал «Мороженное и замороженные продукты»

Отраслевой аналитический журнал «Империя холода»

Описание отрасли

Российский рынок продуктов питания

Рынок молочных продуктов

Описание смежных Рынков

Рынок прохладительных напитков

Рынок кондитерских изделий

Сегментация и структура Рынка по основным видам Продукции

Определение продукции

Сегментирование продукции по основным наименованиям

Сегментирование Продукции по технологии производства или потребления

Сегментирование Продукции по видам упаковки

Ценовое сегментирование Продукции

Тенденции различных сегментах Продукции
Тенденции в сегментах различных видов Продукции
Тенденции в технологических сегментах
Тенденции в сегментах упаковки
Тенденции в ценовых сегментах
Основные количественные характеристики Рынка
Объем и емкость Рынка
Объем Рынка в натуральном выражении
Объем Рынка в денежном выражении
Емкость Рынка
Темпы роста Рынка
Влияние сезонности на Рынок
Сбытовая структура Рынка
Цепочка движения товара
Краткое описание основных сегментов участников Рынка
Производители сырья
Производители Продукции
Дистрибьюторы продукции и розничный сектор
ГК «Айсберри» и ГК «Флагман».
ЗАО «Адриано»
Основные принципы ценообразования
Объемы российского производства, импорта и экспорта
Импорт продукции
Объемы импорта
Основные страны-импортеры
Основные компании-импортеры
Основные виды импортируемой продукции
Российское производство
Объемы российского производства
Основные российские компании-производители
Экспорт продукции
Объемы экспорта
Основные страны-экспортеры

Основные компании-экспортеры

Основные виды экспортируемой Продукции

Соотношение экспорта и импорта

Основные тенденции в структуре импорта-экспорта

Конкурентный анализ

Конкуренция между крупнейшими производителями и поставщиками Продукции

Основные параметры конкуренции

Основные производители Рынка. Описание профилей крупнейших компаний

Инмарко

ТАЛОСТО

АЙСБЕРРИ

Сравнительная характеристика крупнейших производителей по основным параметрам

Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими производителями Продукции

Конкуренция между крупнейшими сетевыми продуктовыми розничными сетями

Основные параметры конкуренции

Описание профилей крупнейших компаний

X5 Retail Group («Пятерочка», «Перекресток»)

Metro Group (Торговая сеть «Metro Cash&Carry», «Real»)

ОАО «Магнит» (Торговая сеть «Магнит»)

ООО «Ашан» (Торговая сеть «Ашан»)

ООО «Лента» (Торговая сеть «Лента»)

ОАО «ДИКСИ Групп» (Торговые сети «Дикси», «Мегамарт», «Минимарт»)

ОАО «ТД «Копейка» (Торговая сеть «Копейка»)

ОАО «Седьмой континент» (Торговая сеть «Седьмой континент»)

ГК «Виктория» (Торговая сеть «Виктория», «Квартал», «Дешево»)

ООО «О'КЕЙ» (Торговые сети «О'КЕЙ» «О'КЕЙ - Экспресс»)

ООО «Рамэнка» (Торговая сеть «Рамстор»)

ООО «Омега-97» (Торговая сеть «Патэрсон»)

ЗАО «Мосмарт» (Торговая сеть «Мосмарт»)

Холдинг Марта (Торговая сеть «Billa», «Гроссмарт»)

Сравнительная характеристика крупнейших сетевых розничных компаний по

основным описательным параметрам и стратегии их развития

Анализ потребителей

Предпочитаемые формы упаковки мороженого в зимнее время

Зависимость спроса на Продукцию от различных характеристик потребителя.

Эластичность спроса.

Обобщающие выводы и рекомендации

Факторы, благоприятствующие развитию Рынка

Сдерживающие факторы Рынка/анализ рисков

Инвестиционная привлекательность и пустующие ниши на Рынке

Тенденции Рынка

Тенденции в ассортименте Продукции

Тенденции в ценовых сегментах

Тенденции по основным количественным показателям Рынка

Тенденции в потребительском сегменте

Общие выводы по отчету

Приложение 1.

Приложение 2.

СПИСОК ДИГРАММ

Диаграмма 1. Динамика и прогноз ВВП РФ за 2003-2007 г.г., %

Диаграмма 2. Уровень инфляции и прогноз 2003 – 2008 г., %

Диаграмма 3. Динамика реально располагаемых денежных доходов населения, в процентах к соответствующему периоду предыдущего года

Диаграмма 4. Рост цен на отдельные продукты питания в январе-ноябре 2007 года

Диаграмма 5. Доля различных групп продуктов на рынке молока

Диаграмма 6. Динамика объема импортируемого мороженого в Россию в натуральном выражении, тыс. тонн

Диаграмма 7. Динамика объема импортируемого мороженого в Россию в натуральном выражении, тыс. тонн

Диаграмма 8. Доля рынка 10 ведущих производителей мороженого, июль-август 2007 год

Диаграмма 9. Объем экспортируемого мороженого из России в натуральном выражении, тыс. тонн

Диаграмма 10. Основные страны-экспортеры российского мороженого, 2007 год в натуральном и стоимостном выражении.

СПИСОК ТАБЛИЦ

Таблица 1. Структура рынка упакованных продуктов питания и напитков

Таблица 2. Производство молочной продукции в РФ в 2006 и 2007 годах

Таблица 3. Доля основных производителей на российском рынке молочных продуктов в натуральном и стоимостном выражении за 2007 год, % от объема рынка

Таблица 4. Объемы рынка мороженого России

Таблица 5. ТОП-10 наиболее крупных предприятий-производителей

Таблица 6. Структура продаж мороженого в Москве

Таблица 7. Основные страны-поставщики мороженого в Россию, 2007 году, в стоимостном выражении

Таблица 8. Основные страны-поставщики мороженого в Россию, 2007 год, в натуральном выражении

Таблица 9. Основные страны-производители (в денежном выражении)

Таблица 10. Основные страны-производители (в натуральном выражении)

Таблица 11. Основные компании-импортеры мороженого, 2007 год, в стоимостном выражении

Таблица 12. Основные компании-импортеры мороженого в натуральном выражении

Таблица 13. Основные производители мороженого России по итогам 2007 года

Таблица 14. Основные страны-экспортеры российского мороженого, 2007 год в натуральном и стоимостном выражении.

Таблица 15. Основные российские компании-экспортеры, в натуральном выражении.

Таблица 16. Основные российские компании-экспортеры, в стоимостном выражении

Таблица 17. Соотношение экспорта и импорта мороженого, 2007 год

Таблица 18. Сравнительная характеристика крупнейших производителей по основным параметрам

Таблица 19. Основные сетевые розничные компании

Схема 1. Цепочка движения товара.



ВЫДЕРЖКИ ИЗ ИССЛЕДОВАНИЯ

ОБЪЕМ РЫНКА В НАТУРАЛЬНОМ ВЫРАЖЕНИИ

Объем российского рынка мороженого в 2006 году, по оценкам экспертов, составил порядка ... тыс. тонн. Прирост рынка в натуральном выражении по сравнению с 2005 годом – 2-3%. Доля импорта на российском рынке в 2006 не превышала ... тыс. тонн.

Объем производства мороженого в России **по итогам 2007 года** в натуральном выражении увеличился на ... % по сравнению с 2006 годом и составил ... т.

По расчетам экспертов, объем российского рынка мороженого в 2007 г. в стоимостном выражении составил ...млрд. руб.

ОБЪЕМ РЫНКА В ДЕНЕЖНОМ ВЫРАЖЕНИИ

ТАБЛИЦА 1. ОБЪЕМЫ РЫНКА МОРОЖЕНОГО РОССИИ

	Объемы рынка	
	В денежном выражении, \$	В натуральном выражении, тыс. тонн
2006 год		
Прирост за год		
2007 год		

Источник: данные Союза мороженщиков России

ЕМКОСТЬ РЫНКА

Рынок мороженого относят к зрелым, имея в виду, что приобретенные с детства большей частью населения привычки потребления мороженого позволяют говорить о том, что все кто мог бы потреблять мороженое, уже его потребляют. В целом, по оценкам экспертов, принявшим участие в опросе отраслевых агентств, насыщенность рынка мороженого в России составляет порядка ...%.

В то же время объем потребляемого мороженого средним россиянином в 2005-2006 годах приблизительно равнялся ... кг в год, что существенно меньше аналогичных показателей по Европе и США (там, по разным оценкам,



потребляется в среднем 7-15 и 14-22 кг в год соответственно). Помимо фактора социально-экономического положения российских потребителей, эта ситуация обусловлена и тем, что подавляющая часть продаж мороженого в России приходится на **импульсные покупки**, следствием которых является **ярко выраженная сезонность** потребления. Кроме этого, в отличие от Европы и США, где мороженое стоит на первом месте по предпочтениям потребителей среди всех **товаров-заменителей**, рынок мороженого в России в настоящее время испытывает серьезное давление со стороны своих конкурентов (слабоалкогольных и безалкогольных напитков, кондитерских изделий и снежков), которые ведут активную маркетинговую и рекламную активность. Таким образом, дальнейший рост рынка и уменьшение влияния сезонности продаж возможны за счет развития в России культуры домашнего потребления мороженого, а так же увеличения активности производителей мороженого на рекламном поле.

ТЕМПЫ РОСТА РЫНКА

В течение 3-х лет после кризиса 1998 года объем рынка мороженого в натуральном выражении снижался. В 1999 году его объем оценивался в **367,1 тыс. тонн**. В 2000 же, по данным Госкомстата, российские предприятия выпустили - 338 тыс. тонн мороженого, таким образом, учитывая размеры экспорта и импорта за этот год, объем рынка составил порядка **331 тыс. тонн**. В первой половине 2001 объемы производства и потребления продолжали снижаться. Среди основных причин стагнации рынка в послекризисный период эксперты называют, прежде всего, **падение покупательной способности россиян**, наблюдавшейся в этот период, а так же вытеснение мороженого с рынка **товарами-заменителями**.

Однако уже по итогам всего 2001 года рынок мороженого начал демонстрировать рост, который составил около **4,9%** в натуральном выражении. В 2002 году был зафиксирован самый высокий темп роста рынка за послекризисный период до настоящего времени – порядка **6,4%**. В последующие годы 2003 - 2007 рынок демонстрировал стабильный рост в ...%. Объем производства мороженого в

России по итогам 2007 года в натуральном выражении увеличился на ... % по сравнению с 2006 годом и составил ... т. В 2006 году объем производства мороженого равнялся 401851 т. Более 90% всего мороженого в России пока производят местные компании.

Стабилизация темпов роста позволяет говорить о наступлении стадии насыщения рынка мороженого в России. Хотя объем потребления мороженого средним россиянином, как отмечалось выше, по-прежнему существенно ниже, чем в Европе и США.

Согласно данным экспертов, большинство производителей для реализации мороженого используют **киоски и ларьки**. На втором месте - **супермаркеты**, на третьем - **минимаркеты и универсамы**. Реже используются такие торговые каналы, как **магазины "у дома"**, **морозильные лари на улице** и **кафе-рестораны**. При этом за последние три года в реализации мороженого возросла доля супермаркетов и универсамов.

По данным исследований потребительского рынка мороженого на 2007 год потребители чаще всего покупают мороженное в обычных небольших продуктовых магазинах рядом с домом. 17% - в специализированных киосках (но в городах миллионниках это основное место покупки мороженого уже трети потребителей). И 10% потребителей назвали основным местом покупки мороженого супермаркеты и гипермаркеты. Это означает, что для большинства потребителей мороженное является повседневным продуктом, а не «праздничным». Теперь производителям остается добиться того, чтобы мороженное постоянно присутствовало в «обычных» местах продажи.

ДИСТРИБЬЮТОРЫ ПРОДУКЦИИ И РОЗНИЧНЫЙ СЕКТОР

Одной из основных тенденций на рынке мороженого, является его консолидация. Крупные игроки рынка скупают заводы других производителей, тем самым, стараясь увеличить свою долю на рынке. Процесс консолидации рынка мороженого проявляется так же и в покупке крупных дистрибьюторов ведущими

компаниями-производителями. Более того, розничный (специализированные киоски «мороженое») так же практически полностью принадлежит производителям-лидерам рынка. Это является следствием не только последних слияний, но и тем, что многие сегодняшние производители выросли из компаний, изначально занимающихся торговлей мороженого с уличных киосков. Таким образом, сегодняшние крупные игроки на российском рынке мороженого являются и производителями, и оптовиками и розничными сетями одновременно.

Так, 55-60% рынка уличных столичных киосков в Москве контролируется ТД «Рамзай» (входящим в ГК «Айсберри»). Сеть "Русский холод" (250 киосков) – дочернее предприятие ООО "Алтайхолод", занимающегося производством и дистрибуцией мороженого в Сибири. Остальные крупные сбытовые сети также подконтрольны дистрибьюторам: сеть "Галион-М", имеющая около 150 киосков, принадлежит крупной оптовой компании "Флагман" (сегодня входит в состав ГК «Айсберри»), а одним из совладельцев сети "Интер-айс" (включает около 100 точек) является компания "Альтервест", так же ранее известная как дистрибьютор.

Еще несколько лет назад рынок мороженого характеризовался сильной зависимостью производителей продукции от дистрибьюторов. Эта ситуация была обусловлена тем, что основные средства аккумулируются именно в торговле в киосках (так, если рентабельность производства мороженого составляет от 20 до 40%, то рентабельность розничной торговли может достигать 200-300%). Поэтому, чтобы ослабить диктат со стороны дистрибьюторов, последние несколько лет производители активно занимаются созданием собственных сетей сбыта, поглощением крупнейших компаний-дистрибьюторов и розничных сетей (специализированных киосков «мороженое»).

Что касается особенностей реализации мороженого в 2007 году, то здесь необходимо отметить укрупнение торговых сетей: «Русский холод» на сегодняшний день имеет 1000 киосков (из них 400 – только в Москве), «Айсберри» - около 800, «Инмарко» - 600, «АльтерВЕСТ» – примерно 200.

По показателям дистрибуции по 16 крупнейшим городам в 2007 году лидирующая тройка выглядит следующим образом: ГК «Талосто» - 63,7%; Nestle – 49,1%, «Айсберри» - 43,4%, ГК «Инмарко» занимает 4-ое место с показателем 39,6%.

Согласно мнению экспертов, чаще всего производители мороженого в реализации продукта используют киоски и ларьки, на втором месте находятся супермаркеты, на третьем – мини-маркеты и универсамы, затем магазины шаговой доступности, морозильные лари на улице и кафе/рестораны. Эта ситуация значительно изменяется в зависимости от сезона: зимой практически исчезают с улиц прилавки, в то же время увеличивается объем продаж в магазинах. За последние три года возросла доля супермаркетов и универсамов в реализации мороженого. К сожалению, не велика доля продаж в системе HoReCa.

В Москве ситуация выглядит иначе - основная доля продаж приходится на магазины и павильоны у дома - от 40 до 50%, через киоски реализуется 20-25%, в летний период до 15% мороженого продается через прилавки на улицах, в крупных торговых центрах продается от 10 до 15%

ОБЪЕМЫ ИМПОРТА

По данным экспертов, в 2004 году объем импорта составил порядка 4,5-5,5 тыс. тонн, в 2005 г. он вырос до 7,6 тыс тонн., а в 2006 снова сократился до 5-6 тыс. тонн в связи с ограничением поставок молочной продукции с Украины. В **2007 году** объем импорта составил тонн.

В стоимостном выражении в **2007 году** иностранными компаниями было поставлено мороженого в Россию на сумму \$... млн.

ТАБЛИЦА 2. ОСНОВНЫЕ СТРАНЫ-ПОСТАВЩИКИ МОРОЖЕНОГО В РОССИЮ, 2007 ГОДУ, В СТОИМОСТНОМ ВЫРАЖЕНИИ

№	Страна	В стоимостном выражении (\$)	%
1	Литва		
4	Швейцария		

2	Германия		
3	Латвия		
5	Греция		
6	Финляндия		
7	Франция		
8	Украина		
9	Норвегия		
10	Китай		
11	Другое		
	Итого		

Источник: таможенная база РФ за 2007 год

Другие страны-импортеры мороженого в Россию: США, Италия, Нидерланды, Бельгия, Испания, Дания, Соединенное Королевство.

ОСНОВНЫЕ КОМПАНИИ-ИМПОРТЕРЫ

Под основными компаниями-импортерами мы подразумеваем компании, находящиеся на территории России и занимающиеся поставками импортной продукции из других стран.

ТАБЛИЦА 3. ОСНОВНЫЕ КОМПАНИИ-ИМПОРТЕРЫ МОРОЖЕНОГО, 2007 ГОД, В СТОИМОСТНОМ ВЫРАЖЕНИИ

№	Компания	В стоимостном выражении (\$)	%
1	ООО «НЕСТЛЕ РОССИЯ»		
2	ООО «КЕМПИТ»		
3	ООО «ПРОИМПОРТ 05»		
4	ООО «ФРОЙЗЕН ФУД»		
5	ООО «ШЕЛЛЕР АЙСКРИМ»		
6	ДРУГИЕ		
7	ООО «АЛЬФ»		
8	ООО «ВИКТОРИЯ»		
9	ООО «РУССКАЯ ЛАСУНКА		
10	ЗАО «ЭМБОРГА.О»		
11	ООО «МИТ И КО»		
12	ООО «ТРАФФИК»		
13	ООО «ШЕРК»		
14	ООО «ТОРГОВАЯ КОМПАНИЯ ДИРЕКС»		

15	ООО «АЛЬТЕРВЕСТ-БАЛТИЯ»		
16	ООО «ЛУПИЧЕВ И К»		
17	ООО «ОСНОВА-ЦЕНТР»		
18	Итого		

Источник: таможенная база РФ за 2007 год

Главной компанией-импортёром в стоимостном выражении является компания Нестле (...%), а в натуральном – Кемпит (...%).

РОССИЙСКОЕ ПРОИЗВОДСТВО

ОБЪЕМЫ РОССИЙСКОГО ПРОИЗВОДСТВА

На сегодняшний день на рынке мороженого в России работает порядка **250 производителей**. Общие мощности по производству мороженого в России составляют более **тонн в год**.

Объем производства мороженого в России по итогам 2007 года в натуральном выражении увеличился на ... % по сравнению с 2006 годом и составил ... т. В 2006 году объем производства мороженого равнялся ... т. Более ...% всего мороженого в России пока производят местные компании. Наибольший прирост производства отмечался в Приволжском округе, Сибирском и Центральном – Крупные компании, такие как «Талосто», «Инмарко», «Русский холод» и другие, имеют прирост производства от 20 до 30%.

Усиливается конкуренция между производителями. В результате крупные, эффективно работающие предприятия становятся еще более мощными, а мелкие, слабо оснащенные закрываются либо скупаются. Это привело к сокращению числа производителей мороженого, по оценкам Союза мороженщиков России - до 250 (десять лет назад их число достигало 350). Их можно объединить в три группы: фабрики мороженого на хладокомбинатах – 60; фабрики мороженого на молочных и других пищевых предприятиях – 180; новые фабрики, построенные специально для производства мороженого – 10.

Для крупных компаний характерна инновационная активность. Так, в числе новых

предприятий можно назвать фабрики мороженого «Русский холод» (Московская обл.), «Талосто» (г. Шахты Ростовской обл.). Компания «Калинов мост» (Нижегородская обл.) завершает строительство новой фабрики и холодильника, запущен новый холодильник компанией «Инмарко» в г. Омске. В перспективе «Инмарко» предполагает построить фабрику мороженого в Туле производительностью 45-50 тысяч тонн в год, вложив в нее около \$ 50 млн; компания «Бородино» планирует инвестировать \$ 8-10 млн в развитие производства мороженого.

ЭКСПОРТ ПРОДУКЦИИ

ОБЪЕМЫ ЭКСПОРТА

В 1998 году Россия экспортировала 5,8 тыс. тонн мороженого, в 1999 г. - 8,9 тыс. тонн, в 2000 г. - 10,2 тыс. тонн, в 2001 г. - 11,1 тыс. тонн.

Объем экспортных поставок в 2004 году составил 13,3 тыс. тонн, в 2005 – 15,3 тыс. тонн, а в 2006 возрос до 18-20 тыс. тонн. В **2007 году** объем экспорта составил ... **ТЫС. ТОНН.**

В стоимостном выражении **объем экспортируемого мороженого** из России составил \$... **млн.**

ТАБЛИЦА 4. ОСНОВНЫЕ СТРАНЫ-ЭКСПОРТЕРЫ РОССИЙСКОГО МОРОЖЕНОГО, 2007 ГОД В НАТУРАЛЬНОМ И СТОИМОСТНОМ ВЫРАЖЕНИИ.

№	Страна	Объем экспорта (кг)	%	Объем экспорта (\$)	%
1	Другое				
2	КАЗАХСТАН				
3	МОНГОЛИЯ				
4	УКРАИНА				
5	ГРУЗИЯ				
6	АЗЕРБАЙДЖАН				
	Общий итог				

Источник: таможенная база РФ за 2007 год

Другие страны-экспортеры российского мороженого: Эстония, Соединенные Штаты Америки, Киргизия

ОСНОВНЫЕ КОМПАНИИ-ЭКСПОРТЕРЫ

ТАБЛИЦА 5. ОСНОВНЫЕ РОССИЙСКИЕ КОМПАНИИ-ЭКСПОРТЕРЫ, В НАТУРАЛЬНОМ ВЫРАЖЕНИИ.

№	Компания	Объем экспорта (кг)	%
1	ООО "ИНМАРКО-ТРЕЙД"		
2	ФИЛИАЛ ЗАО "ФИРМА "ГТК-СЕРВИС"		
3	ООО ТД "НОВОСИБХОЛОД"		
4	ОАО "НОВОКУЗНЕЦКИЙ ХЛАДОКОМБИНАТ"		
5	ОАО "АЛАБУГА СОТЕ"		
6	Другие		
	Итого		

Источник: таможенная база РФ за 2007 год

ТАБЛИЦА 6. ОСНОВНЫЕ РОССИЙСКИЕ КОМПАНИИ-ЭКСПОРТЕРЫ, В СТОИМОСТНОМ ВЫРАЖЕНИИ

№	Компания	Объем экспорта (\$)	%
1	ООО "ИНМАРКО-ТРЕЙД"		
2	ФИЛИАЛ ЗАО "ФИРМА "ГТК-СЕРВИС"		
3	ООО "ТОРГОВЫЙ ДОМ "ТАЛОСТО"		
4	ООО ТД "НОВОСИБХОЛОД"		
5	ОАО "НОВОКУЗНЕЦКИЙ ХЛАДОКОМБИНАТ"		
6	Другие		
	Итого		

Источник: таможенная база РФ за 2007 год

Таким образом, абсолютным лидером по экспорту российского мороженого является компания «Инмарко», поставляющая за рубеж мороженого более чем на \$... млн, что составляет около ... % от общего объема экспортируемого российского мороженого.

ОСНОВНЫЕ ВИДЫ ЭКСПОРТИРУЕМОЙ ПРОДУКЦИИ

Основной объем экспортируемого мороженого из России приходится на так называемые «ностальгические» марки – марки, популярные в советское время (вафельные стаканчики, эскимо и т.д).

СООТНОШЕНИЕ ЭКСПОРТА И ИМПОРТА

Сумма внешнеэкономической деятельности России по направлению мороженое в 2007 году составила \$... млн. Доля экспорта в ней – ... %, импорта - ...%. Основной объем импортного мороженого поставляется в Россию из Европы, экспорт осуществляется преимущественно в страны ближнего зарубежья и СНГ.

ТАБЛИЦА 7. СООТНОШЕНИЕ ЭКСПОРТА И ИМПОРТА МОРОЖЕНОГО, 2007 ГОД

	Объем, в кг	Объем, в \$ млн	кг-%	\$-%
Импорт				
Экспорт				
Всего				

Источник: таможенная база РФ за 2007 год

Важно отметить, что средняя цена импортируемого и экспортируемого мороженого одинакова – ... \$/кг.

ФАКТОРЫ, БЛАГОПРИЯТСТВУЮЩИЕ РАЗВИТИЮ РЫНКА

- Рост доходов населения России
- Рост закупочных цен
- Введение ГОСТа, которое сможет улучшить качество производимого мороженого в России и вернуть лояльность потребителей к этому продукту в целом



- Объем потребления мороженого на человека в России остается по-прежнему существенно меньше, чем в Европе и США, и с изменением потребительской культуры российских покупателей мороженого возможен существенный рост объема рынка.

ИНВЕСТИЦИОННАЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ И ПУСТУЮЩИЕ НИШИ НА РЫНКЕ

Среди перспективных сегментов рынка, эксперты называют, прежде всего, ненасыщенный сегмент развесного мороженого премиум класса и мягкого мороженого для предприятий общественного питания. Так же предлагается увеличивать ряд «ностальгических» марок, которых на сегодняшний день недостаточно, учитывая, наличие спроса на них.

Группа Компаний Step by Step работает на рынке 7 лет, осуществляет полный комплекс консалтинговых и маркетинговых услуг, создавая возможность поддержки управленческих решений и развития бизнеса своих клиентов в следующих областях:

- Управленческий и маркетинговый консалтинг
- Брендинг
- Маркетинговые исследования
- Исследования и консалтинг в недвижимости

В состав Группы Компаний Step by Step входят такие подразделения, как:

- Step by Step Консалтинг
- Step by Step Исследования



- Step by Step Недвижимость
- Аналитический центр SbS Аналитика
- Call-центр MarketPhone

Ведущие специалисты Группы Компаний Step by Step состоят в таких профессиональных организациях, как Международная Ассоциация Профессионалов в области исследований общественного мнения и маркетинга (ESOMAR), НГПК (Национальная Гильдия Профессиональных Консультантов), Гильдия Маркетологов, РАРИ (Российская Ассоциация Рыночных Исследований), Московская ТПП.

На сегодняшний день в портфеле Группы Компаний Step by Step более 300 реализованных проектов. Мы гордимся сотрудничеством с такими организациями, как ОАО "Связьинвест", РАО "ЕЭС РФ", "АйТи", Компания "Русский бисквит", ТД "Снежная королева", кофейни "Мокко", ЗАО RENOVA, группа компаний РБК, группа компаний ТЕКОН, HITACHI Ltd, Honeywell, ассоциации экспортеров Бразилии (APEX), ЗАО «Детский мир», Blackwood, Система Галс.