



МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ РОССИЙСКОГО РЫНКА МОРОЖЕНОГО



Работу выполнил
студент группы ЭЗ-3:
Гридин Сергей



ЛАБОРАТОРНАЯ РАБОТА

- ВСТУПЛЕНИЕ;
- ХАРАКТЕРИСТИКА РОССИЙСКОГО РЫНКА МОРОЖЕНОГО;
 - ОСНОВНЫЕ БРЕНДЫ;
 - ГРАФИКИ;
- ОПРОС В АНКЕТНОЙ ФОРМЕ;
 - ПРОГРАММА ПРОВЕДЕНИЯ;
 - СОДЕРЖАНИЕ АНКЕТЫ;
 - РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРОСА;
- ЗАКЛЮЧЕНИЕ.



«СОДЕРЖАНИЕ» СОДЕРЖИТ
АКТИВНЫЕ ГИПЕРССЫЛКИ





○ **Цель исследования:**

- ❖ Описать нынешнее состояние рынка мороженого в России, определить спрос и предложение на нем и дать соответствующее заключение.

○ **Задачи исследования:**

- ❖ Проанализировать российский рынок мороженого по всем ключевым показателям и на основе полученных данных сделать соответствующие выводы о рентабельности данной продукции в России;
- ❖ Выявить действующие бренды-производители мороженого и проанализировать текущую конкурентную среду на этом рынке;
- ❖ Исследовать активность потребителей и производителей мороженого, сопоставить существующий спрос и предложение на рынке;
- ❖ Изучить поведение потребителей мороженого – их реакцию на конкретные товары по мороженой тематике;
- ❖ Изучить влияющие на потребление мороженого факторы;
- ❖ Проанализировать конъюнктуру рынка.

○ **Метод сбора информации:**

- ❖ Кабинетный метод исследования через вторичные источники информации (статистические данные) и первичные источники информации (опрос на основе разработанной анкеты).

○ **Характеристика основных источников вторичной информации:**

- ❖ Официальные данные компаний по производству мороженого;
- ❖ Результаты маркетинговых исследований различных компаний.

○ **Организация сбора первичной информации:**

- ❖ Данная информация будет собираться непосредственно у потребителей посредством опроса через специально разработанную анкету.



ХАРАКТЕРИСТИКА РОССИЙСКОГО РЫНКА МОРОЖЕНОГО



ОСНОВНЫЕ БРЕНДЫ



МММ...
Так много мороженого...

Наименование бренда	Наименование линеек мороженого
Unilever / Инмарко	Магнат, Экзо, Корнетто, Золотой стандарт, Carte d'Or
Айсберри	Филевский, Ленинградское, Вкусландия
Nestle	48 копеек, Extreme, Maxibon
Русский холод	Лакомка, СССР, Смешарики
Талосто	Золотой слиток, Крутышка, Ля-Фам



График №1

Объем производства (тыс. тонн)

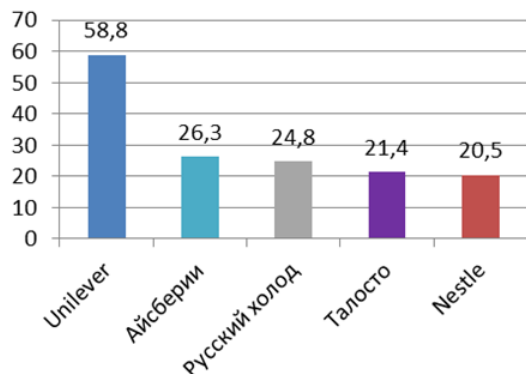
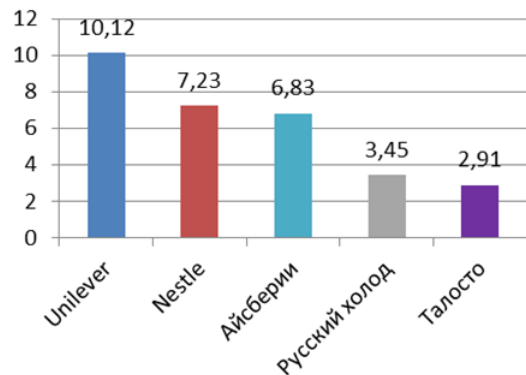
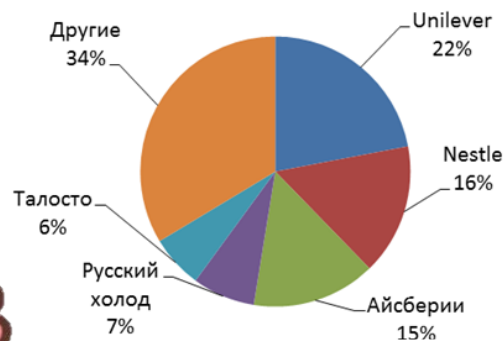


График №2

Объем продаж (млрд. рублей)



Доля рынка мороженого по продажам у компаний



Доли российского рынка мороженого у компаний исходя из объема их производства

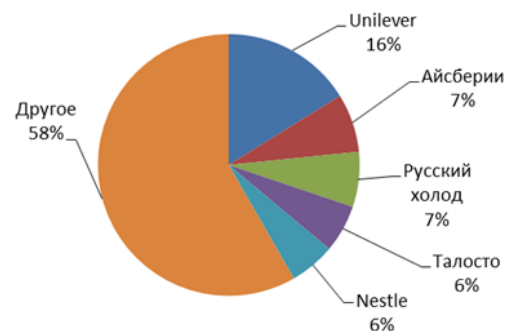
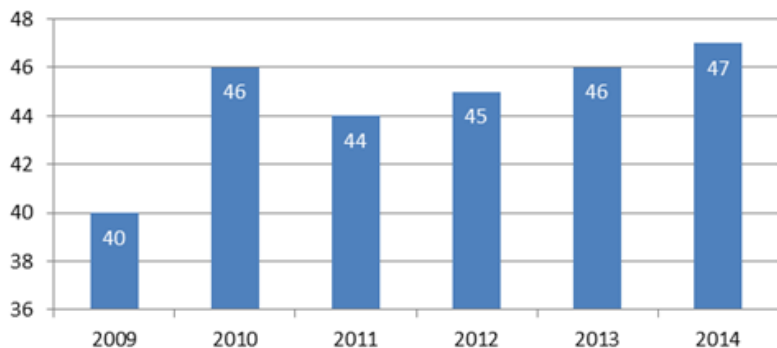


График №3

График №4



Объем российского рынка мороженого, млрд. руб



Объем российского рынка мороженого, в тыс. тонн

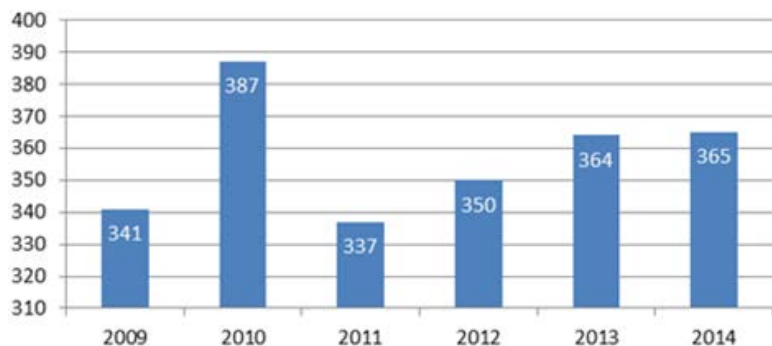


График №5 и №6



График 1. Динамика объема российского рынка мороженого в 2006-2012 гг., т

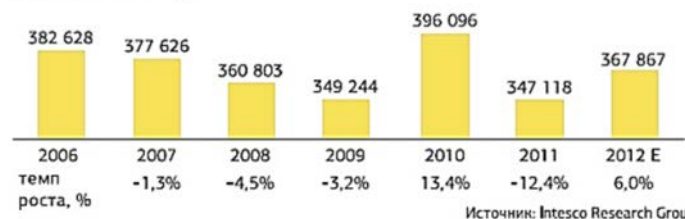


График 2. Динамика розничных цен на сливочное мороженое по месяцам в 2010-2012 гг., руб./кг

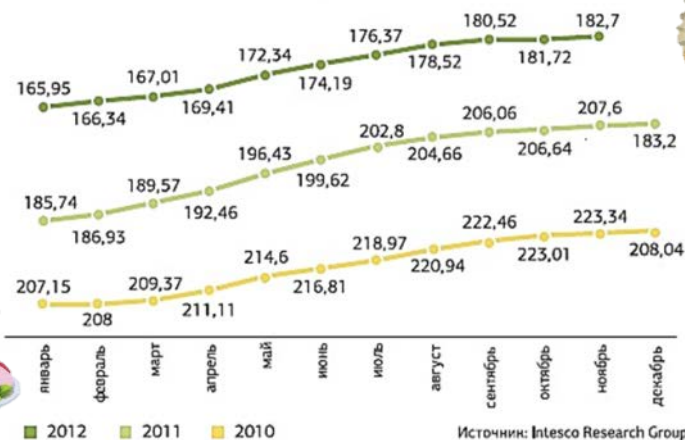
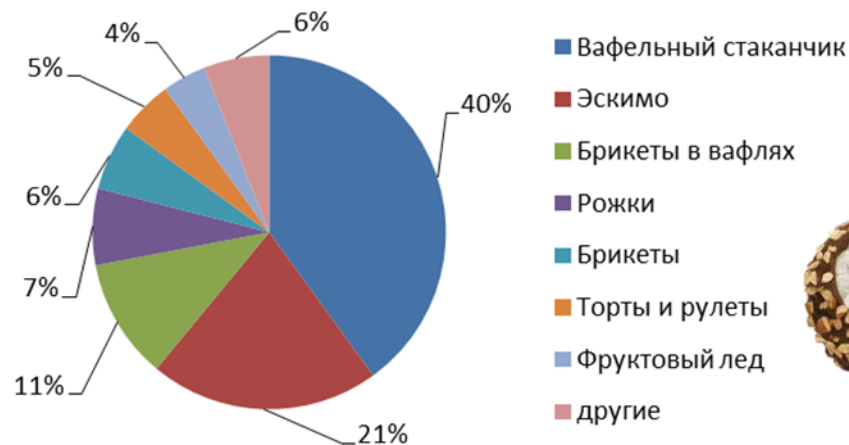


График №7



График №8

Основные категории мороженого на российском рынке



Цены на мороженое на российском рынке за 2013 год:

- Средняя цена 1 кг мороженого – 205,7 руб;
- Самый дорогой вид мороженого – сэндвич (323 руб. за кг.);
- Самый дешевый вид мороженого – фруктовый лед (170 руб. за кг.).

График №9



ОПРОС В АНКЕТНОЙ ФОРМЕ



○ Цель опроса:

- ❖ Определить нынешнее состояние рынка мороженого в России;
- ❖ Определить предпочтения потребителей отдельным категориям товаров и брендов-производителей мороженого;
- ❖ Определить факторы, влияющие на выбор и объем потребления мороженого.

○ Рабочие гипотезы:

- ❖ Дети и подростки являются более активными потребителями мороженого, нежели чем взрослые;
- ❖ Люди отдают предпочтение при выборе мороженого наиболее известным и хорошо разрекламированным брендам-производителям.

○ Численность и состав опрошенных:

- ❖ Для более точного результата опрошенных должно быть порядка 100 человек любого возраста, как мужчины, так и женщины, со всеразличными родами занятий.

○ Способ связи с аудиторией:

- ❖ Опрос будет производиться посредством социальных медиа, так как это наименее энергоемкий и наиболее быстрый способ выделить нужных нам людей для опроса и связаться с ними.

○ Способы отбора опрашиваемых лиц:

- ❖ В произвольном порядке.





Уважаемый респондент!

Наша организация проводит маркетинговое исследование с целью выявления предпочтений покупателей в выборе и покупке мороженого. Просим Вас принять участие в опросе и ответить на поставленные в анкете вопросы.

Анкета анонимная, фамилию, имя и отчество указывать не следует.

Заранее благодарим Вас за помощь!



1. Считаете ли вы себя любителем мороженого?

☒ да ☐

☒ нет ☐

2. Как часто вы покупаете мороженое?

	Летом	Осенью	Зимой	Весной
Не покупаю совсем (0 кг*)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Покупаю очень редко (до 0,5 кг)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Покупаю редко (до 2 кг)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Покупаю в умеренном количестве (до 6,5 кг)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Покупаю часто (до 10 кг)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Покупаю очень часто (от 11 кг)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

*Вес в килограммах указан в качестве измерителя потребления мороженого одной семьей за указанный временной сезон.

**Как пример, масса нетто одной упаковки Maxibon – 105 грамм, среднее масса нетто одной упаковки мороженого в пластиковом контейнере – 520 грамм.



3. Какую марку мороженого Вы предпочитаете?

- Unilever/Инмарко: (Магнат, Экзо, Корнетто, Золотой стандарт, Carte d'Or) ☐
- Айсберри: (Филевский, Ленинградское, Вкусландия) ☐
- Nestle: (48 копеек, Extreme, Maxibon) ☐
- Русский холод: (Лакомка, СССР, Смешарики) ☐
- Талосто: (Золотой слиток, Крутышка, Ля-Фам) ☐
- Другое _____

4. Какой вид(ы) мороженого Вы предпочитаете?

- Вафельный стаканчик ☐
- Эскимо ☐
- Рожки ☐
- Брикеты ☐
- Торты и рулеты ☐
- Фруктовый лед ☐
- В лотках и ведерках ☐
- Другое _____



5. Где Вы предпочитаете покупать мороженое?

- Специализированные киоски ☐
- Уличные торговцы ☐
- Супермаркеты ☐
- Продуктовые магазины ☐
- Минимаркеты ☐
- Рестораны, кафе, бары ☐

6. Где Вы предпочитаете есть мороженое?

- На улице ☐
- Дома ☐
- В ресторанах, кафе, барах и т.д. ☐
- Другое _____

7. Какой вкус мороженого Вы предпочитаете?

8. Сколько, примерно, составляют Ваши ежемесячные затраты на мороженое летом и зимой?

- Летом: _____ руб.
- Зимой: _____ руб.



9. Что оказывает на Вас наибольшее влияние при покупке мороженого (если на прилавке только мороженое нужного Вам вкуса и одинакового размера)?

- Цена (чем меньше, тем лучше) ☐
- Цена (чем больше, тем лучше) ☐
- Известность, репутация марки ☐
- Реклама ☐
- Внешний вид упаковки ☐
- Текущая акция от производителя мороженого ☐
- Другое _____



10. Если Вы не покупаете мороженое, то по какой причине Вы этого не делаете?



11. Ваш пол: муж. ☐; жен. ☐

12. Ваш возраст _____ полных лет.

13. Ваш среднемесячный доход (в тыс. руб.):

- До 20 ☐
- От 20 до 30 ☐
- От 30 до 40 ☐
- От 40 до 60 ☐
- Свыше 60 ☐



Некоторые сведения об
опрашиваемом.

14. Количество человек в Вашей семье: _____

15. Ваш род занятий:

- Служащий ☐
- Предприниматель ☐
- Рабочий ☐
- Студент ☐
- Социальный работник ☐
- Учащийся ☐
- Домохозяйка ☐
- Пенсионер ☐



Социально-демографические признаки опрошенных	Удельный вес в общем объеме выборки, %
Пол – итого:	
Мужчины	41%
Женщины	59%
Возраст – итого:	
До 10 лет	2%
11 – 15	16%
16 – 20	41%
21 – 25	24%
25 – 30	13%
31 – 40	3%
41 – 50	1%
От 50	0%
Среднемесячный доход опрашиваемого (в тыс. руб.)	
– итого:	54%
До 20	18%
От 20 до 30	11%
От 30 до 40	7%
От 40 до 60	10%
Свыше 60	
Ваш род занятий:	
Служащий	14%
Предприниматель	4%
Рабочий	5%
Студент	53%
Социальный работник	6%
Учащийся	4%
Домохозяйка	14%
Пенсионер □	0%



Общее описание генеральной совокупности:

В ходе кабинетного исследования, была проанализирована вторичная информация о пяти основных конкурентах в сфере производства мороженого, а также был проведен опрос мнений потребителей в форме анкетирования.

Размер и характер выборки:

В качестве объектов для исследования были выбраны пять наиболее известных производителей мороженого. Полевое исследование имело достаточно массовый характер, было опрошено 100 человек, которые в виду отсутствия четких границ целевой аудитории выбирались случайным образом.

Фактические результаты:

- Был проанализирован российский рынок мороженого по ключевым показателям;
- Были выявлены действующие бренды-производители мороженого и проанализирована текущая конкурентная среда на этом рынке;
- Была исследована активность потребителей и производителей мороженого и были сопоставлены текущий спрос и предложение на рынке;
- Изучено поведение потребителей мороженого – их реакция на конкретные товары по мороженой тематике;
- Изучены факторы, способствующие увеличению продаж;
- Изучена конъюнктура рынка.

РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРОСА

	Среднемесячный доход опрашиваемого					Σ чел.
	До 20 тыс. руб.	От 20 до 30 тыс. руб.	От 30 до 40 тыс. руб.	От 40 до 60 тыс. руб.	Свыше 60 тыс. руб.	
Unilever/Инмарко	20	6	4	6	1	37
АйсБерри	7	4	0	0	1	12
Nestle	19	2	5	0	2	28
Русский холод	3	4	0	0	1	8
Талосто	4	2	2	1	1	10
Другое	1	0	0	0	4	5
Σ чел.	54	18	11	7	10	100

	Количество лет опрашиваемому					Σ чел.
	До 10	11 – 15	16 – 20	21 – 25	От 25	
Unilever/Инмарко	0	7	17	9	4	37
АйсБерри	1	1	2	2	6	12
Nestle	0	6	15	5	2	28
Русский холод	1	1	2	4	0	8
Талосто	0	1	4	3	2	10
Другое	0	0	1	1	3	5
Σ чел.	2	16	41	24	17	100



Производители мороженого	Колич. опрош. человек	Места для покупки мороженого						Счит. себя любит. мороже- ного		Предпоч- тения в месте потреблен. мороже- ного			Предпочтит. виды мороженого								Как часто Вы покупаете мороженое в течение года					
		Спец. киоски	Уличные торговцы	Супермаркеты	Продукт. магазины	Минимаркеты	Рестор., кафе, бары																			
								Число чел.	В проц. соотн.	На улице	Дома	Рестор., кафе	Вафельный стаканчик	Эскимо	Рожки	Брикеты	Торты и рулеты	Фруктовый лед	В лотке и ведерке	Другое	Не покупаю совсем	Покупаю очень редко	Покупаю редко	Покупаю в умер. кол.	Покупаю часто	Покупаю очень часто
Unilever/Инмарко	37	20	0	7	6	4	0	32	86%	29	8	0	8	5	3	6	3	1	9	2	1	10	18	2	4	2
АйсБерри	12	1	0	2	6	3	0	4	33%	3	9	0	1	2	1	1	3	0	1	3	1	3	6	1	1	0
Nestle	28	13	0	10	4	1	0	24	85%	14	14	0	2	9	6	4	0	3	2	2	0	3	15	4	5	1
Русский холод	8	0	0	1	2	5	0	6	75%	2	6	0	1	3	2	1	0	0	1	0	1	1	3	2	0	1
Талосто	10	0	0	0	8	2	0	9	9%	10	0	0	1	4	1	1	1	0	2	0	0	0	8	1	1	0
Другое	5	0	0	1	0	0	4	1	2%	0	1	4	4	1	0	0	0	0	0	0	0	1	3	1	0	0
Σ	100	34	0	21	26	15	4	76		58	38	4	17	24	13	13	7	4	15	7	3	18	53	11	11	4

Анализ рынка мороженого показал, что

- Данный рынок на сегодня в достаточной мере удовлетворяет существующий спрос;
- Наблюдается некая стагнация – рынок не растет и не сокращается, существуют незначительные колебания в объеме производства и продаж.
- Существует сильная конкуренция среди известных брендов-производителей мороженого заставляет их проводить активные рекламные кампании, чтобы увеличить спрос на их продукцию.
- Лидером по продажам и производству мороженого в России является британско-голландской компании «Unilever», которая в 2010 году поглотила лидирующую на российском рынке компанию «Инмарко».
- Спрос достаточно большой на все виды мороженого разной ценовой категории.
- Также были подтверждены гипотезы, касающиеся того, что дети и подростки являются наиболее активными потребителями мороженого и что люди отдают предпочтение при выборе мороженого наиболее известным и хорошо разрекламированным брендам-производителям.



СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ

