



Маркет
Аналитика

РОССИЙСКИЙ РЫНОК КОРМОВ ДЛЯ ЖИВОТНЫХ. МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ И АНАЛИЗ РЫНКА

Данное маркетинговое исследование российского рынка кормов для животных подготовлено компанией «Маркет Аналитика» исключительно в информационных целях. Компания «Маркет Аналитика» не дает гарантии полноты и точности информации. Информация, содержащаяся в исследовании, не должна быть прямо или косвенно истолкована покупателем, как рекомендательная по ведению бизнеса.

Информация, представленная в данном исследовании, была получена из открытых источников, баз данных и собственного информационного архива, а также обработана и проанализирована специалистами компании «Маркет Аналитика» с помощью различных маркетинговых инструментов.

Данное исследование или его часть не может тиражироваться или распространяться третьим лицам без письменного на то разрешения компании «Маркет Аналитика»

Москва, июль 2016



СОДЕРЖАНИЕ

Содержание.....	2
I. Введение.....	6
II. Характеристика исследования.....	Ошибка! Закладка не определена.
Цель исследования	Ошибка! Закладка не определена.
Задачи исследования	Ошибка! Закладка не определена.
География исследования	Ошибка! Закладка не определена.
Метод сбора данных	Ошибка! Закладка не определена.
Методы сбора данных	Ошибка! Закладка не определена.
III. АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА КОРМОВ ДЛЯ ЖИВОТНЫХ	Общая
характеристика рынка	6
Показатели социально-экономического развития.....	6
Инфраструктура рынка	Ошибка! Закладка не определена.
Описание отрасли	9
1.5 Смежные рынки.....	9
Рынок мяса	10
Рынок рыбы	11
2. Сегментация и структура Рынка по основным видам продукции.....	14
2.1. Определение продукции	14
2.2. Сегментирование продукции по основным наименованиям.....	14
Сегментирование продукции по потребителям	14



Сегментирование продукции по технологии производства	Ошибка!	Закладка	не определена.
Ценовое сегментирование продукции	Ошибка!	Закладка	не определена.
2.3. Тенденции различных сегментах продукции			15
Тенденции в различных поребительских сегментах			15
Тенденции в ценовых сегментах	Ошибка!	Закладка	не определена.
3. Основные количественные характеристики рынка.....			16
3.1. Объем и емкость рынка			16
3.2. Темпы роста рынка.....	Ошибка!	Закладка	не определена.
4. Сбытовая структура рынка	Ошибка!	Закладка	не определена.
4.1. Цепочка движения товара	Ошибка!	Закладка	не определена.
4.2. Краткое описание основных сегментов участников рынка	Ошибка!	Закладка	не определена.
Производители продукции	Ошибка!	Закладка	не определена.
Розничный сектор	Ошибка!	Закладка	не определена.
4.3. Основные принципы ценообразования	Ошибка!	Закладка	не определена.
5. Объемы российского производства, импорта и экспорта			18
5.1. Импорт продукции			18
Объемы импорта			18
Основные страны-импортеры			18
Динамика импорта			18
Основные виды импортируемой продукции	Ошибка!	Закладка	не определена.
Соотношение объемов импорта и российского производства	Ошибка!	Закладка	не определена.



5.2. Экспорт продукции	19
Объемы экспорта	19
Основные страны-экспортеры	19
Динамика экспорта	20
Основные виды экспортируемой продукции	Ошибка! Закладка не определена.
5.3. Основные тенденции в структуре импорта-экспорта	21
6. Конкурентный анализ	22
6.1. Конкуренция между крупнейшими производителями и поставщиками продукции	22
Основные параметры конкуренции	Ошибка! Закладка не определена.
Основные производители рынка. Описание профилей крупнейших компаний	Ошибка!
Закладка не определена.	
Сравнительная характеристика крупнейших производителей по основным параметрам ..	22
6.2. Конкуренция между крупнейшими компаниями розничного сектора	22
Основные параметры конкуренции	Ошибка! Закладка не определена.
Сравнительная характеристика крупнейших продуктовых розничных компаний ..	Ошибка!
Закладка не определена.	
Сравнительная характеристика крупнейших розничных компаний по основным описательным параметрам	23
Сравнительная характеристика крупнейших специализированных розничных компаний ..	23
Сравнительная характеристика крупнейших розничных компаний по основным описательным параметрам	23
7. Анализ потребителей	25
7.1. Описание потребителей, оценка существующей и потенциальной емкости рынка	25
7.2. B2C: описание владельцев кошек и собак	25
7.3. расходы на питомцев в домохозяйствах	26



7.4. Структура потребления продукции по видам и брендам продукции **Ошибка! Закладка не определена.**

7.5. B2B покупатели кормов для животных **Ошибка! Закладка не определена.**

Зависимость спроса на продукцию или услуги от различных характеристик потребителя.

Эластичность спроса. **Ошибка! Закладка не определена.**

8. Обобщающие выводы и рекомендации..... 28

8.1. Факторы, благоприятствующие/сдерживающие развитию рынка..... 28

8.2. Риски, связанные с рынком, способы избежать рисков..... 28

8.3. Тенденции Рынка..... 29

III. Резюме по исследованию..... 30



I. ВВЕДЕНИЕ

...

III. АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА КОРМОВ ДЛЯ ЖИВОТНЫХ

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНКА

...

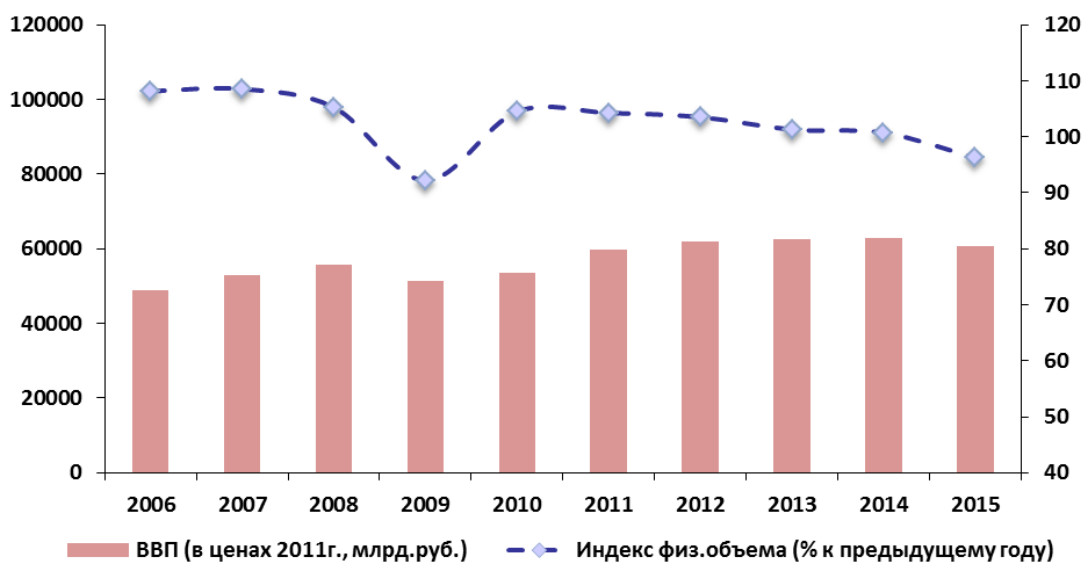
ПОКАЗАТЕЛИ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ

Внутренний валовой продукт (ВВП)

По данным «ФСГС РФ», объем **ВВП** России за 2015г. составил в текущих ценах *** млрд. руб. Индекс физического объема ВВП относительно 2014г. составил ***%. Индекс-дефлятор ВВП за 2015г. по отношению к ценам 2014г. составил ***%.

....

Диаграмма 1. Динамика ВВП за период 2006-2015гг., в ценах 2011г., млрд. руб.



Источник: ***, 2016г.

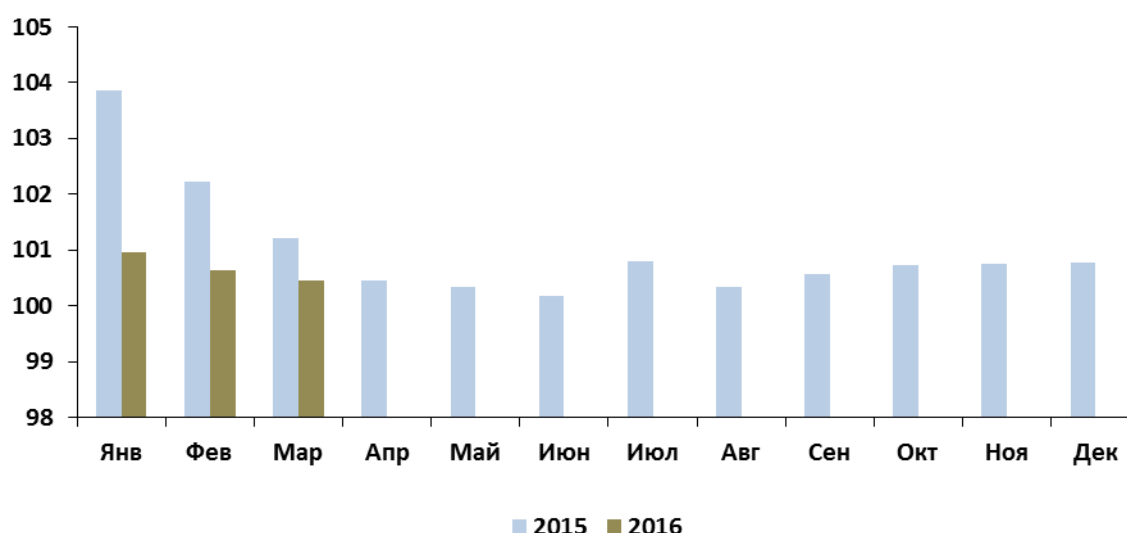
...



Уровень инфляции

Официальная статистика для определения уровня инфляции в стране использует **индекс потребительских цен (ИПЦ)**.¹ В январе 2015г. инфляция в России стала максимальной за последние 16 лет (***)....

Диаграмма 2. Индекс потребительских цен, в 2015-2016г.г., % к предыдущему месяцу



Источник: ***, 2016 г.

Уровень занятости

По итогам регулярного выборочного обследования населения по проблемам занятости, проводимого Росстатом, в 2015 году численность экономически активного населения в возрасте 15-72 лет (занятые + безработные) составила *** млн. чел., или ***% от общей численности населения страны.

При этом, в численности экономически активного населения ***% (***) млн. чел.) классифицировались как занятые и ***% (***) млн. чел.) - как безработные с применением

¹ Индекс потребительских цен рассчитывается как частное суммы произведений цен текущего года на выпуск базового года к сумме произведения уровня цен и выпуска базисного года. Вся дробь затем умножается на 100%.



критериев МОТ (т.е. не имели работы или доходного занятия, искали работу и были готовы приступить к ней в обследуемую неделю).

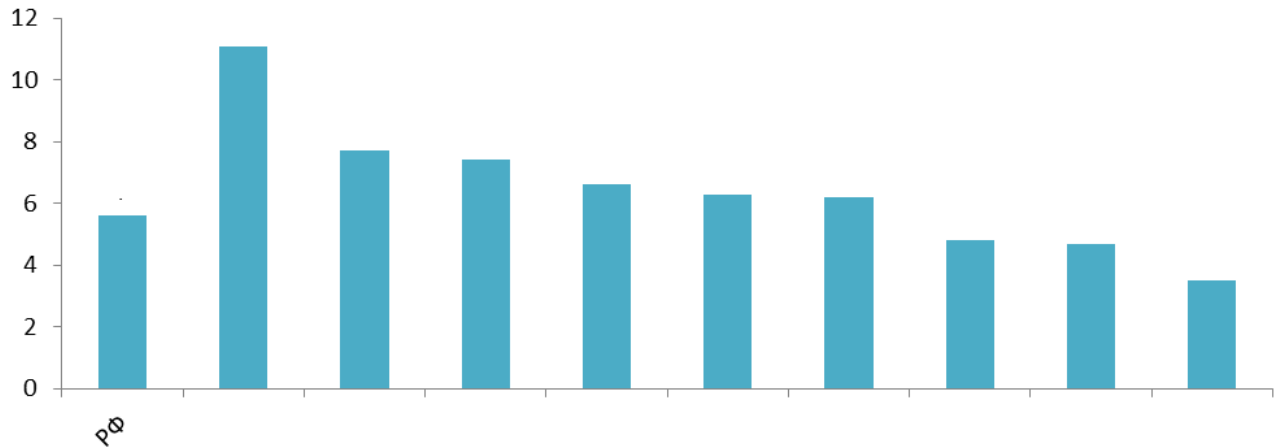
Диаграмма 3. Уровень занятости в 2015г., %



Источник: ***, 2016г.

...

Диаграмма 4. Уровень безработицы по федеральным округам на 2015г. (% от численности экономически активного населения)



Источник: ***, 2016 г.

ОПИСАНИЕ ОТРАСЛИ

Рынок товаров для животных включает в себя несколько составляющих:

- Товары для ухода (наполнители для кошачьих туалетов, товары для здоровья (противопаразитные средства и т.п.), диетические добавки, а также одежду, аксессуары, игрушки, переноски, клетки и т.п.);
- Услуги для животных (стрижка, тренировка и др.);
- Ветеринарный сегмент (лекарственные средства, ветеринарное обслуживание);
- Торговля животными;
- Корма для животных.

Корма для животных являются наиболее крупным сегментом этого рынка.

1.5 СМЕЖНЫЕ РЫНКИ

Смежными рынками рынка кормов для животных являются:

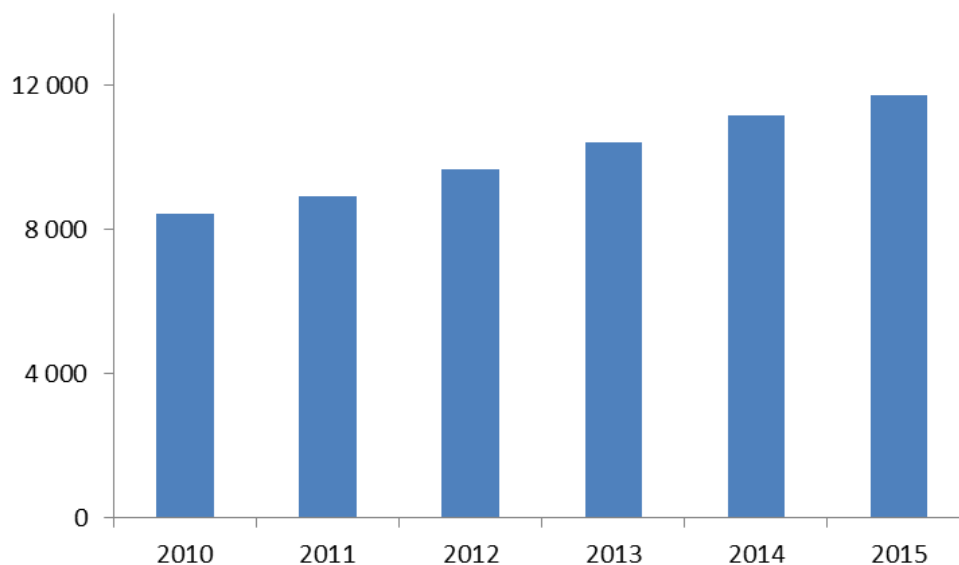


- Рынок мяса
- Рынок рыбы.

РЫНОК МЯСА

В связи с кризисом, начавшимся, в 2014 году, российская мясная промышленность испытывает на себе двоякое влияние. С одной стороны, в стране происходит экономический спад, влияющий на все сферы деятельности населения и все отрасли производства. С другой стороны, санкции дают возможность развивать отрасль, заменяя импортные товары отечественными.

Диаграмма 7. Емкость мясного рынка, тыс. тонн



*Источник: ***, 2016*

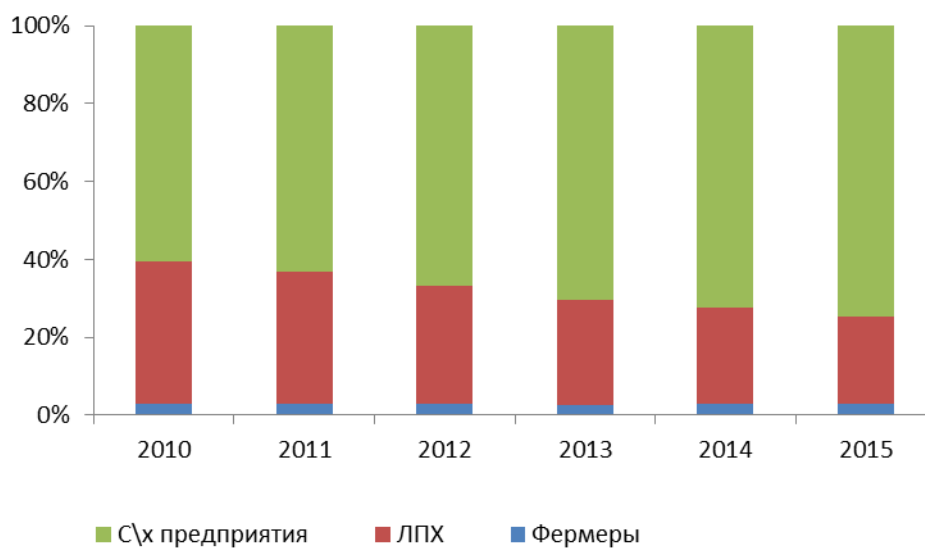
...

Основными производителями мяса всех видов в России остаются сельскохозяйственные предприятия, и их доля продолжает расти. В 2010 г. они давали ***% всего произведенного



мяса, а в 2015 г. – уже ***%. При этом доля мяса из фермерских и крестьянских хозяйств стабильна и находится на уровне ***%.

Диаграмма 9. Доли основных поставщиков мяса, %



Источник: ***, 2016

...

РЫНОК РЫБЫ

В 2014 году емкость российского рынка рыбной продукции составила *** тыс. тонн. В 2010-2013 годах добыча рыбы в России стабильно росла, но в 2014 снизилась практически до уровня 2010 года.

Потребление на душу населения демонстрирует схожий тренд: до 2014 года оно росло, но в 2014 году снизилось и составило *** кг в год.

Диаграмма 11. Добыча\производство рыбы (тыс. тонн) и потребление рыбы (кг\год на чел.)



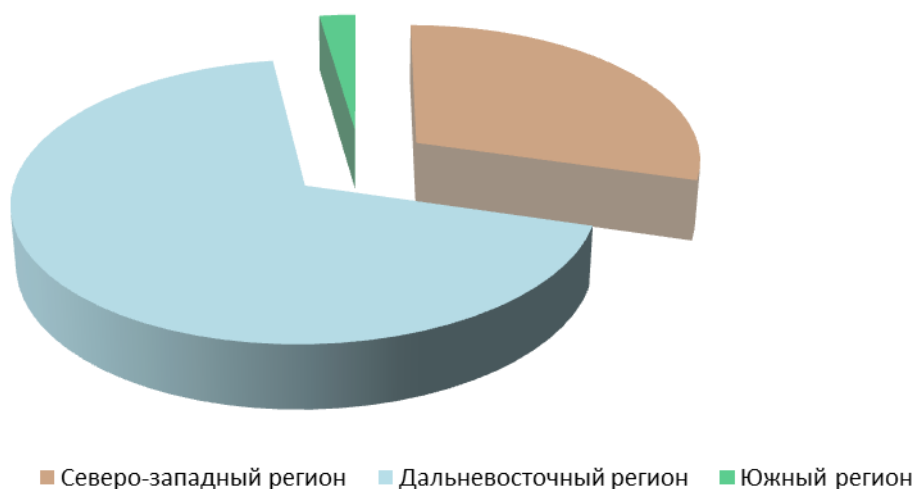
Источник: ***, 2016

...

Как сообщает ***, рыбохозяйственные организации страны в первом квартале 2015 года во всех районах Мирового океана выловили *** млн тонн рыбы и других биоресурсов, что на ***% (на 10,5 тыс. тонн) больше, чем за аналогичный период 2014 года (*** млн тонн).

Основными регионами по добыче рыбы и морепродуктов являются Дальневосточный (***%) и Северо-Западный регионы (***%).

Диаграмма 13. Вылов рыбы и морепродуктов по федеральным округам, 2015г, %





Маркет
Аналитика

Телефон: (495) 720-13-80
E-mail: info@marketanalitika.ru
www.marketanalitika.ru

*Источник : ***, 2016*



2. СЕГМЕНТАЦИЯ И СТРУКТУРА РЫНКА ПО ОСНОВНЫМ ВИДАМ ПРОДУКЦИИ

2.1. ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПРОДУКЦИИ

Под кормами для животных в отчете понимается корма промышленного производства, специально предназначенные для питания кошек и собак, как в сухой форме, так и в виде консервов.

2.2. СЕГМЕНТИРОВАНИЕ ПРОДУКЦИИ ПО ОСНОВНЫМ НАИМЕНОВАНИЯМ

СЕГМЕНТИРОВАНИЕ ПРОДУКЦИИ ПО ПОТРЕБИТЕЛЯМ

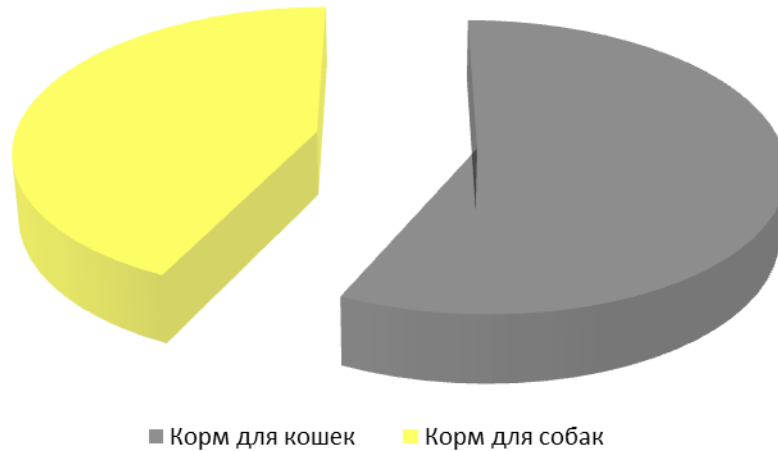
Рынок кормов для животных можно сегментировать по потребителям:

- Корм для кошек
- Корм для собак

Доля покупателей кормов для животных в зависимости от типа питомца в России стабильно уже на протяжении нескольких лет. Владельцы кошек покупают фабричные корма для питомцев чаще, чем владельцы собак. Это связано прежде всего с некоторыми особенностями российских покупателей: традиционно корм для котов готовили специально, а собакам давали еду со своего стола. Т.е., владельца кошек быстрее и с меньшим внутренним сопротивлением перешли на упакованные фабричные корма, а многие владельцы собак по-прежнему считают, что специальное питание их любимцам не нужно.

С точки зрения соотношения кормов для кошек и кормов для собак внутри категории растет доля продаж кормов для собак. Еще в 2010 году соотношение расходов на корм для кошек к расходам на корм для собак составляло ***.

Диаграмма 16. Оценка продаж кормов для домашних животных, %



*Источник: ****

...

2.3. ТЕНДЕНЦИИ РАЗЛИЧНЫХ СЕГМЕНТАХ ПРОДУКЦИИ

ТЕНДЕНЦИИ В РАЗЛИЧНЫХ ПОРЕБИТЕЛЬСКИХ СЕГМЕНТАХ

В связи с кризисом, начавшимся в 2014 году, меняется поведение покупателей – в том числе и по отношению к кормам для животных. Причем владельцы разных животных ведут себя по-разному.

По оценке экспертов ***, в 2016 году рынок кормов для кошек продолжит незначительно расти вопреки кризису (ожидается прирост около ***% в объемах и ***% в деньгах).

При этом в 2015 году рынок кормов для животных снизился относительно 2014 года как в натуральном, так и в денежном выражении (на *** и ***% соответственно).

...

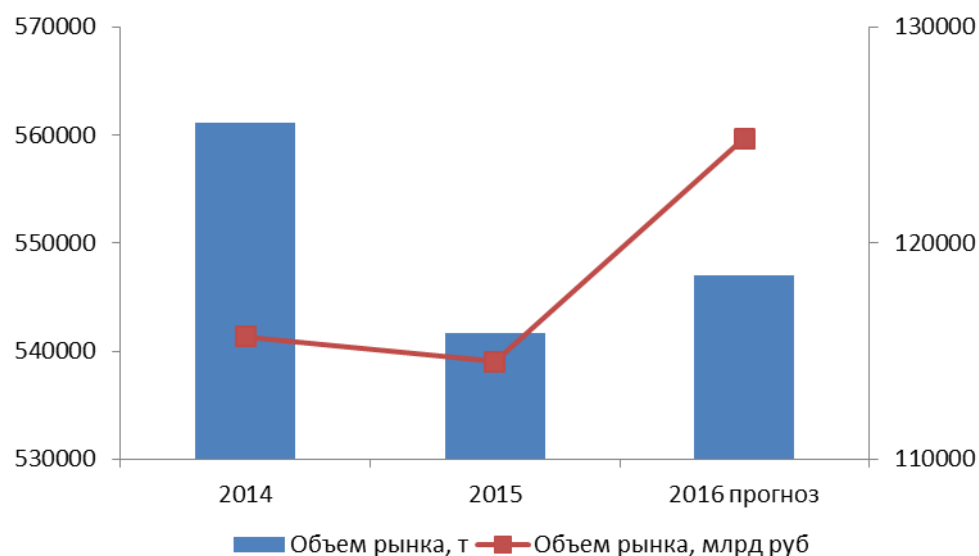


3. ОСНОВНЫЕ КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РЫНКА

3.1. ОБЪЕМ И ЕМКОСТЬ РЫНКА

По данным компании ***, российский рынок кормов для кошек и собак в 2015 году составил примерно *** тысяч тонн в год. В денежном же выражении объем рынка кормов для кошек и собак оценивается разными компаниями по-разному. Эксперты *** считают, что объем российского рынка кормов для кошек и собак составляет *** млрд руб.

Диаграмма 17. Динамика объема рынка кормов для домашних животных в натуральном и стоимостном выражениях



Источник: ***

Таблица 1. Объемы различных сегментов рынка в натуральном и денежном выражении

	Доля от общего объема продаж, %	Объем рынка, млрд. рублей
Общий объем рынка		
Корм для собак		
Корм для кошек		



Маркет
Аналитика

Телефон: (495) 720-13-80
E-mail: info@marketanalitika.ru
www.marketanalitika.ru

(«сухарики», консервы)		
------------------------	--	--

*Источник: ****

...



5. ОБЪЕМЫ РОССИЙСКОГО ПРОИЗВОДСТВА, ИМПОРТА И ЭКСПОРТА

5.1. ИМПОРТ ПРОДУКЦИИ

ОБЪЕМЫ ИМПОРТА

Объем импорта кормов для кошек и собак в 2015 году составил *** тысяч тонн, что в денежном эквиваленте составляет примерно ***млн. долларов.

ОСНОВНЫЕ СТРАНЫ-ИМПОРТЕРЫ

Наибольший объем кормов для животных в натуральном выражении ввозится в Россию из:

Таблица 2. Основные страны-импортеры кормов для животных в 2015 году

Страна происхождения	Объем в натуральном выражении, тонн	Объем в стоимостном выражении, \$ тыс.	Доля в натуральном выражении, %	Доля в стоимостном выражении, %

Южная Африка				
Новая Зеландия				
Япония				
Всего				

Источник: ***, 2015г.

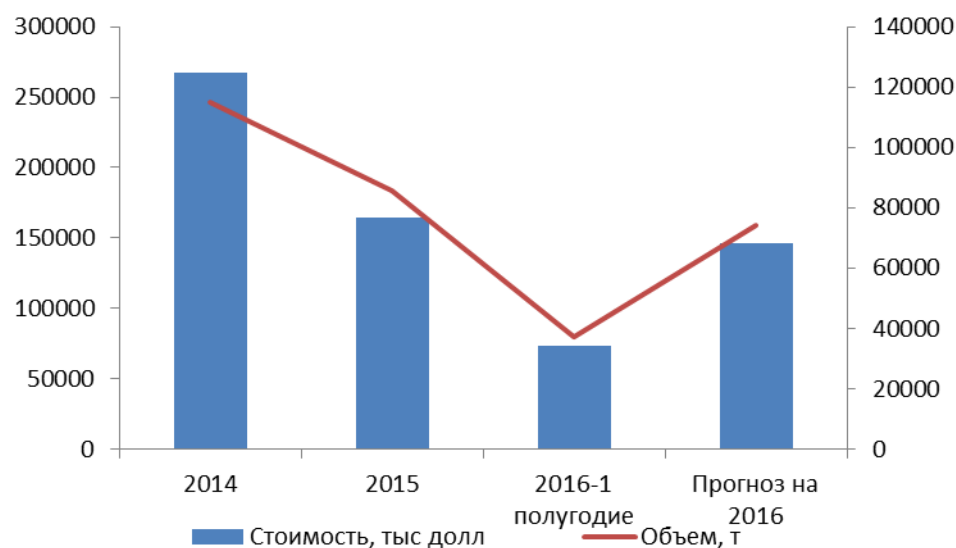
По стоимости ввозимой продукции конфигурация стран-лидеров такая же:

ДИНАМИКА ИМПОРТА

За последние 2,5 года импорт кормов для животных снизился в стоимостном и натуральном выражении ***.



Диаграмма 18. Динамика объема импорта кормов для домашних животных в натуральном и стоимостном выражениях



Прогноз на 2016 год также показывает снижение объемов закупок кормов за рубежом.

...

5.2. ЭКСПОРТ ПРОДУКЦИИ

ОБЪЕМЫ ЭКСПОРТА

Объем экспорта кормов для животных в 2015 году составил *** тысяч тонн в натуральном выражении или *** млн. долларов.

ОСНОВНЫЕ СТРАНЫ-ЭКСПОРТЕРЫ

Безусловными лидерами российского экспорта кормов для животных как в натуральном, так и в стоимостном выражении являются *** (***) и *** (***) и *** (%). Стоит отметить, что на третьем месте – пусть и с большим отрывом – находится *** (***) и *** (% соответственно).

...



Таблица 4. Основные страны, закупающие российские корма для животных в 2015 году

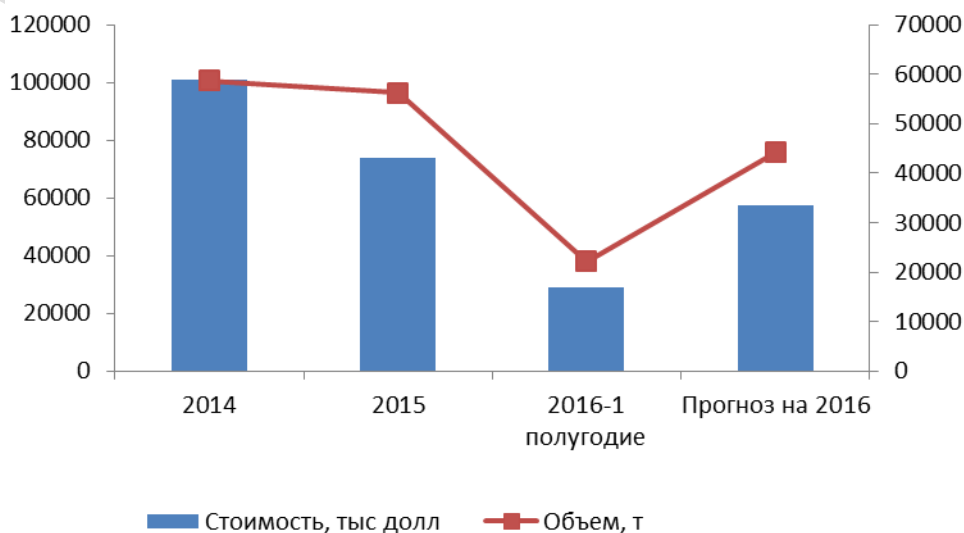
Страны-экспортеры	Объем в натуральном выражении, тонн	Объем в стоимостном выражении, \$ тыс.	Доля в натуральном выражении, %	Доля в стоимостном выражении, %
Таджикистан	73,3	92,3	0,1	0,1
Турция	39,1	76,7	0,1	0,1
Латвия	2	18,5	0,004	0,025
Всего	56276,1	73726,3	100	100

*Источник: ***, 2015г.*

Динамика экспорта

За последние 2,5 года импорт кормов для животных снизился в стоимостном и натуральном выражении почти в два раза.

Диаграмма 19. Динамика объема экспорта кормов для домашних животных в натуральном и стоимостном выражениях



На основе данных импорта и экспорта можно сделать вывод, что рынок кормов растет за счет перевода производства иностранных компаний на территорию России и роста собственного производства.

5.3. ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В СТРУКТУРЕ ИМПОРТА-ЭКСПОРТА

В последние годы иностранные производители в виду развития российского рынка кормов для животных и отсутствия на ее территории крупных производителей такого рода продукции, стали переносить свое производство на территорию России. Так территории России имеют свои заводы такие крупные игроки рынка как

- «Mars»
- «Nestle»
- «Aller».

Перенося свое производство в Россию, производители, во-первых, снижают издержки производства и транспортировки продукции, что в конечном итоге ведет к снижению стоимости продукции, во-вторых, для производителей открывается выход на рынке стран бывшего СНГ, куда они экспортируют продукцию из России, что оказывается значительно выгоднее, нежели транспортировать их с территории компании-производителя.



6. КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ

6.1. КОНКУРЕНЦИЯ МЕЖДУ КРУПНЕЙШИМИ ПРОИЗВОДИТЕЛЯМИ И ПОСТАВЩИКАМИ ПРОДУКЦИИ

...

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА КРУПНЕЙШИХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ ПО ОСНОВНЫМ ПАРАМЕТРАМ

Таблица 6. Сравнительная характеристика крупнейших производителей по основным параметрам

Компании	Торговые марки	Географический охват	Степень активности на рынке (реклама, PR)	Сила брэндов	Сильные стороны

Источник: ***

Наиболее сильные позиции на российском рынке кормов для животных занимает транснациональная компания ***, продукция которой занимает лидирующие позиции по продажам. На втором месте идет игрок также мирового масштаба – компания **. Отечественные компании занимают значительно более скромные позиции и не в силах пока конкурировать с крупными игроками.

6.2. КОНКУРЕНЦИЯ МЕЖДУ КРУПНЕЙШИМИ КОМПАНИЯМИ РОЗНИЧНОГО СЕКТОРА

...



СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА КРУПНЕЙШИХ РОЗНИЧНЫХ КОМПАНИЙ ПО ОСНОВНЫМ ОПИСАТЕЛЬНЫМ ПАРАМЕТРАМ

Таблица 7. Основные игроки рынка, 2016 год

Основные игроки	Оборот организации, млн руб	Кол-во магазинов	Темпы роста выручки, %	Формат магазина	Основные методы продвижения	Планы развития

Источник: ***, 2016 г.

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА КРУПНЕЙШИХ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫХ РОЗНИЧНЫХ КОМПАНИЙ

...

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА КРУПНЕЙШИХ РОЗНИЧНЫХ КОМПАНИЙ ПО ОСНОВНЫМ ОПИСАТЕЛЬНЫМ ПАРАМЕТРАМ

Таблица 8. Основные игроки рынка, 2016 год

Основные игроки	Кол-во магазинов	Ассортимент товаров	Формат магазина	Географическая представленность	Планы развития



Маркет
Аналитика

Телефон: (495) 720-13-80
E-mail: info@marketanalitika.ru
www.marketanalitika.ru

--	--	--	--	--	--

*Источник: ***, 2016 г.*



7. АНАЛИЗ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

7.1. ОПИСАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ, ОЦЕНКА СУЩЕСТВУЮЩЕЙ И ПОТЕНЦИАЛЬНОЙ ЕМКОСТИ РЫНКА

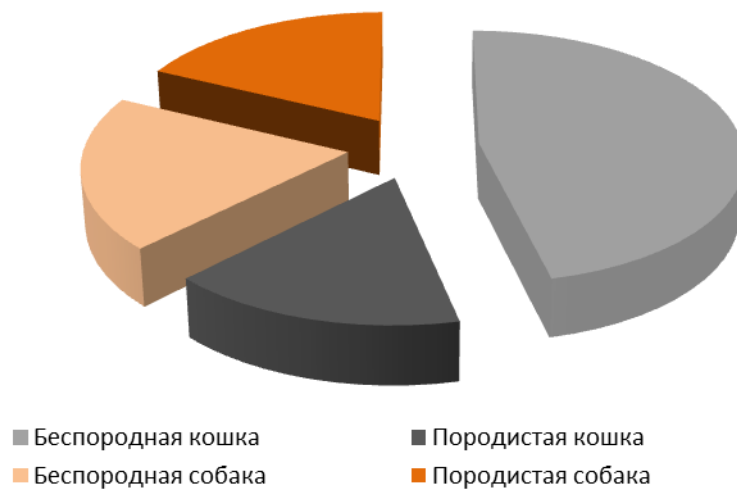
По данным компании *** у россиян живут *** млн. кошек и *** млн. собак. При этом лишь ***% владельцев кошек и ***% владельцев собак дают своим питомцам корма промышленного производства.

Рынок кормов для животных можно поделить на B2C и B2B.

7.2. B2C: ОПИСАНИЕ ВЛАДЕЛЬЦЕВ КОШЕК И СОБАК

...

Диаграмма 20. Доля породистых и беспородных домашних животных в России, %

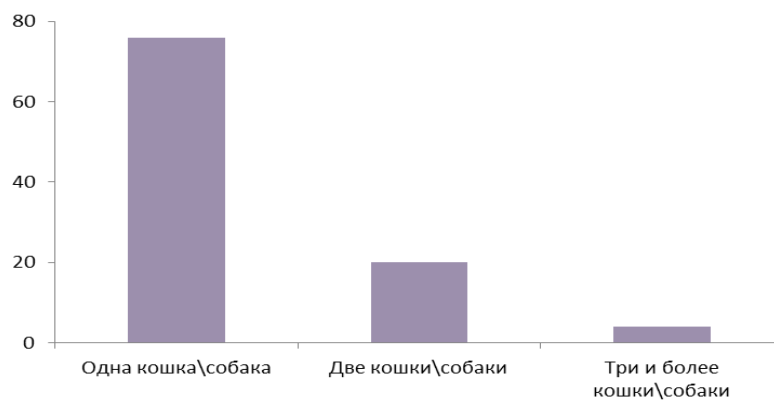


Источник: ***, 2016

...



Диаграмма 21. Количество домашних животных в домохозяйстве, %

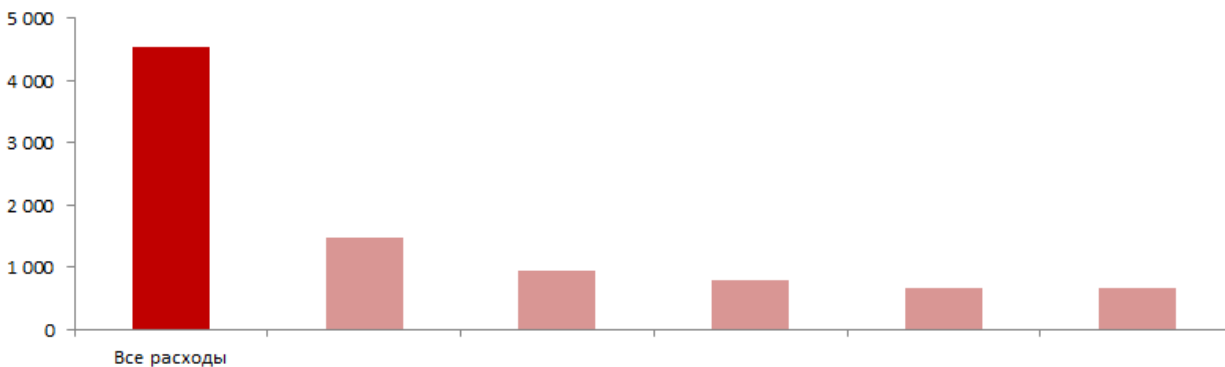


Источник: ***, 2016

7.3. РАСХОДЫ НА ПИТОМЦЕВ В ДОМОХОЗЯЙСТВАХ

В среднем на животных владельцы тратят около *** руб в месяц, при этом в 2011 году на одно животное семья тратила около *** руб. ...

Диаграмма 22. Структура расходов на домашних животных, руб.





*Источник: ***, 2016*

Кроме того, чем выше самооценка материального состояния, тем большую сумму хозяева тратят на животных.

...



8. ОБОБЩАЮЩИЕ ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ

8.1. ФАКТОРЫ, БЛАГОПРИЯТСТВУЮЩИЕ/СДЕРЖИВАЮЩИЕ РАЗВИТИЮ РЫНКА

...

Таблица 9. СТЕП-анализ

Факторы внешней среды	Степень влияния факторов
<i>Социальные</i> - Рост доходов населения России;	<i>Социальные</i> Степень влияния социальных факторов – очень высокая

Источник: ***, 2016 г.

8.2. РИСКИ, СВЯЗАННЫЕ С РЫНКОМ, СПОСОБЫ ИЗБЕЖАТЬ РИСКОВ

В бизнес-практике рассматривается большая типология рисков: политические, экономические, финансовые, производственно–технические, информационные, маркетинговые. Мы будем говорить в основном о маркетинговых рисках.

Маркетинговый риск - это риск убытков вследствие неверной стратегии или тактики на рынке сбыта.

Таблица 10. Возможные риски, связанные с рынком

Риски	Способы избежать рисков
Общая социально-экономическая ситуация, не позволяющая осуществлять прогноз на много лет вперед	Грамотное позиционирование на рынке, работа с государственными органами



*Источник: ***, 2016 г.*

8.3. ТЕНДЕНЦИИ РЫНКА

...



III. РЕЗЮМЕ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ

Рынок кормов для кошек и собак является самым крупным сегментом рынка товаров для животных. Данный рынок стал развиваться в России сравнительно не давно, с 90-х годов, однако на сегодняшний день на рынке не представлен практически ни один крупный отечественный игрок, что во многом связано с отсутствием необходимого современного оборудования на предприятиях и современных технологий. *** и *** являются самыми крупными игроками.

...