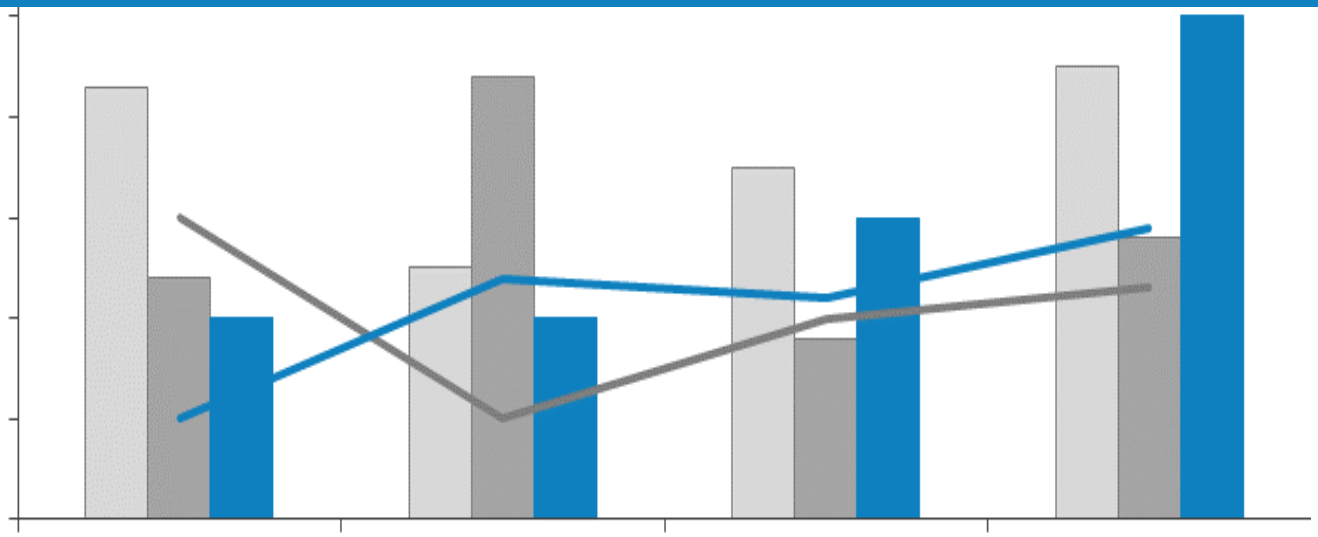
Аналитический отчет

DISCOVERY RESEARCH GROUP

Рынок товаров для домашних животных



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 малопригодной 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 анализируем 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 Компания, Профиль, Рбк-Daily, Секрет фирмы 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 10
Глава 1. Технологические характеристики исследования 11
Цель исследования 11
Задачи исследования 11
Объект исследования 11
Метод сбора и анализа данных 11
Источники получения информации 11
Объем и структура выборки 13
Глава 2. Мировой рынок товаров для домашних животных 14
Глава 3. Объем и темпы роста рынка и сегментов рынка товаров для домашних животных в России 19
Глава 4. Каналы сбыта 21
Глава 5. Тенденции и перспективы развития рынка товаров для домашних животных 23
Глава 6. Прогноз развития рынка товаров для домашних животных до 2020 г. 24

Список таблиц и диаграмм

Отчет содержит 7 таблиц и 6 диаграмм.

Таблицы:

Таблица 1. Объем мирового рынка товаров для домашних животных по странам в 2010-2015 гг., млн долл. США, по ценам 2015 года.....14
Таблица 2. Объем мирового рынка товаров для домашних животных по странам мира на домохозяйство в 2011-2015гг., долл. США, по ценам 2015 года.....16
Таблица 3. Объём российского рынка товаров для домашних животных по категориям в стоимостном выражении в России в 2010-2015 гг., млн. руб. 20
Таблица 4. Дистрибуция товаров для домашних животных по форматам торговли в России в 2015-2019 гг., %.....21
Таблица 5. Дистрибуция товаров для домашних животных по форматам торговли и категориям продуктов в России в 2015 г., % 21
Таблица 6. Прогноз объёма рынка товаров и кормов для домашних животных по категориям в стоимостном выражении в России в 2015-2020 гг., млн. руб. ..... **Ошибка! Закладка не определена.**
Таблица 7. Прогноз объёма рынка товаров для домашних животных в стоимостном выражении по категориям в России в 2015-2020 гг., млн. руб. 25

Диаграммы:

Диаграмма 1. Объем и темпы прироста мирового рынка товаров для домашних животных в 2001 - 2015 гг., млрд долл., %. 14
Диаграмма 2. Прогноз объемов и темпов прироста мирового рынка товаров для домашних животных в 2016 - 2020 гг., млрд. долл, %.....18
Диаграмма 3. Объем и темпы прироста российского рынка товаров для домашних животных в 2010 – 2015 гг. в ценах 2014 года с фиксированным обменным курсом, млн руб. и %. 19
Диаграмма 4. Структура объема российского рынка товаров для домашних животных в разрезе по категориям в 2015 г., млн руб и %.....20
Диаграмма 5. Прогноз объема и темпов прироста российского рынка кормов и товаров для домашних животных в 2016-2020 гг., млн руб. и %.**Ошибка! Закладка не определена.**
Диаграмма 6. Прогноз объема и темпов прироста российского рынка кормов для собак в 2016-2020 гг., млн руб. и %. 24

Резюме

В апреле 2016 года маркетинговое агентство DISCOVERY Research Group завершило исследование российского рынка товаров для домашних животных.

Объем российского рынка товаров для домашних животных в 2015 году составил 14 600,4 млн. руб., что на 3,6% выше аналогичного показателя рынка за 2014 год. Однако за последние 3 года наблюдается сокращение темпа прироста рынка. Данный спад обусловлен снижением покупательской способности населения России ввиду инфляционного роста и введенных санкций и антисанкций как со стороны европейских и западных стран, так и России.

По категориям продуктов товары для домашних животных делятся на 4 сегмента: гигиенический наполнитель для кошачьих туалетов, лекарства и медицинские препараты, пищевые добавки и другие товары. Наибольшую долю в структуре рынка товаров для домашних животных занимает первая категория.

Прогнозируется, что объем рынка товаров для домашних животных продолжит испытывать незначительный рост в период с 2016 по 2020 гг.

Глава 1. Технологические характеристики исследования

Цель исследования

Охарактеризовать текущее состояние и перспективы развития рынка товаров для домашних животных в России.

Задачи исследования

1. Определить объем, темпы роста и динамику развития мирового рынка товаров для домашних животных в 2013-2015 гг.
2. Определить объем и темпы роста рынка товаров для домашних животных в России в 2013-2015 гг.
3. Выделить и описать основные сегменты рынка товаров для домашних животных в России.
4. Составить различные сценарии прогноза ключевых показателей рынка товаров для домашних животных в России до 2020 г. в стоимостном выражении.
5. Определить ключевые тенденции и перспективы развития рынка товаров для домашних животных в России в ближайшие несколько лет.
6. Определить ключевые факторы, определяющие текущее состояние и развитие рынка товаров для домашних животных в России.
7. Определить факторы, препятствующие росту рынка товаров для домашних животных в России.

Объект исследования

Рынок товаров для домашних животных в России.

Метод сбора и анализа данных

Мониторинг документов.

В общем виде целью кабинетного исследования является проанализировать ситуацию на рынке товаров для домашних животных 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.

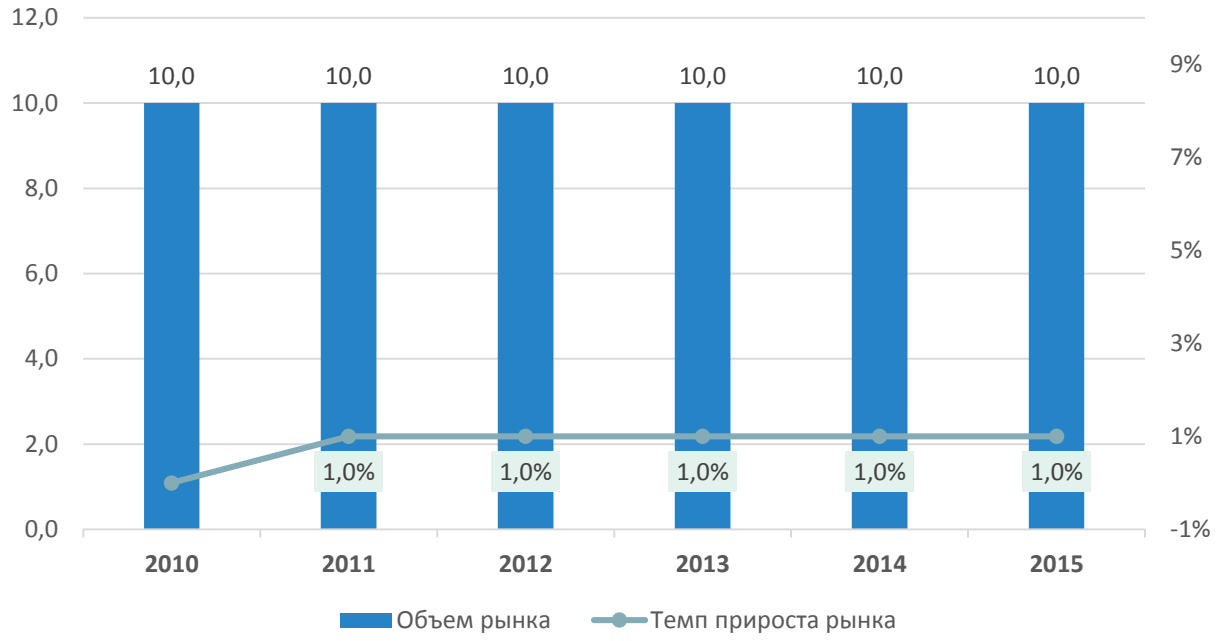
Объем и структура выборки

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

Глава 2. Мировой рынок товаров для домашних животных

Что касается объемов и темпов прироста мирового рынка товаров для домашних животных, то в 2015 году объем мирового рынка данного сегмента составил … млрд долл., что на … показателя 2014 года. Стоит отметить, что в течение последних 3 лет наблюдается …

Диаграмма 1. Объем и темпы прироста мирового рынка товаров для домашних животных в 2001 - 2015 гг., млрд долл., %.



С точки зрения объемов продаж на конец 2015 года, явным лидером по объему рынка товаров для домашних животных на мировом рынке являются ... В 2015 году объем продаж товаров для домашних животных в этой стране составил … млн долл. США. Второе место в мировом рынке с сильным отставанием занимает …, в которой объём рынка составил … млн долл. США.

Таблица 1. Объем мирового рынка товаров для домашних животных по странам в 2010-2015 гг., млн долл. США, по ценам 2015 года.

Страны	2010	2011	2012	2013	2014	2015

125438, Москва, ул. Михалковская 63б, стр. 4, этаж 5
Телефон: +7 (495) 601-91-49; +7 (495) 968-13-14. Факс: +7 (495) 601-91-49
www.drgroup.ru, research@drgroup.ru

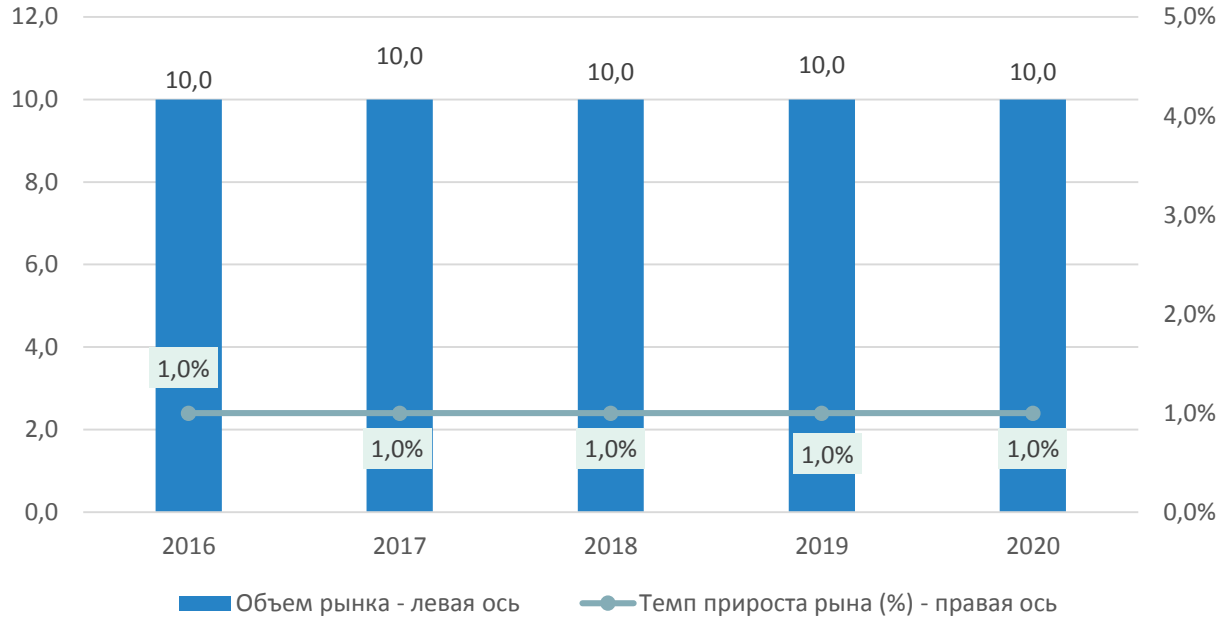
Наибольший объем потребления товаров для домашних животных на домохозяйство приходится на …. В 2015 году объем потребления товаров для домашних животных на домохозяйство в данных странах составил … долл. на одно домохозяйство соответственно.

Таблица 2. Объем мирового рынка товаров для домашних животных по странам мира на домохозяйство в 2011-2015гг., долл. США, по ценам 2015 года.

Страны	2010	2011	2012	2013	2014	2015

Согласно данным некоторых экспертов, прогнозные значения объема мирового рынка товаров для домашних животных в 2016 и 2017 годах составляют соответственно … и … млрд долл. Предполагается, что темпы прироста рынка … В 2016 году темп прироста рынка составит …, а в 2017 г. прирост ожидается на уровне … к 2016 году.

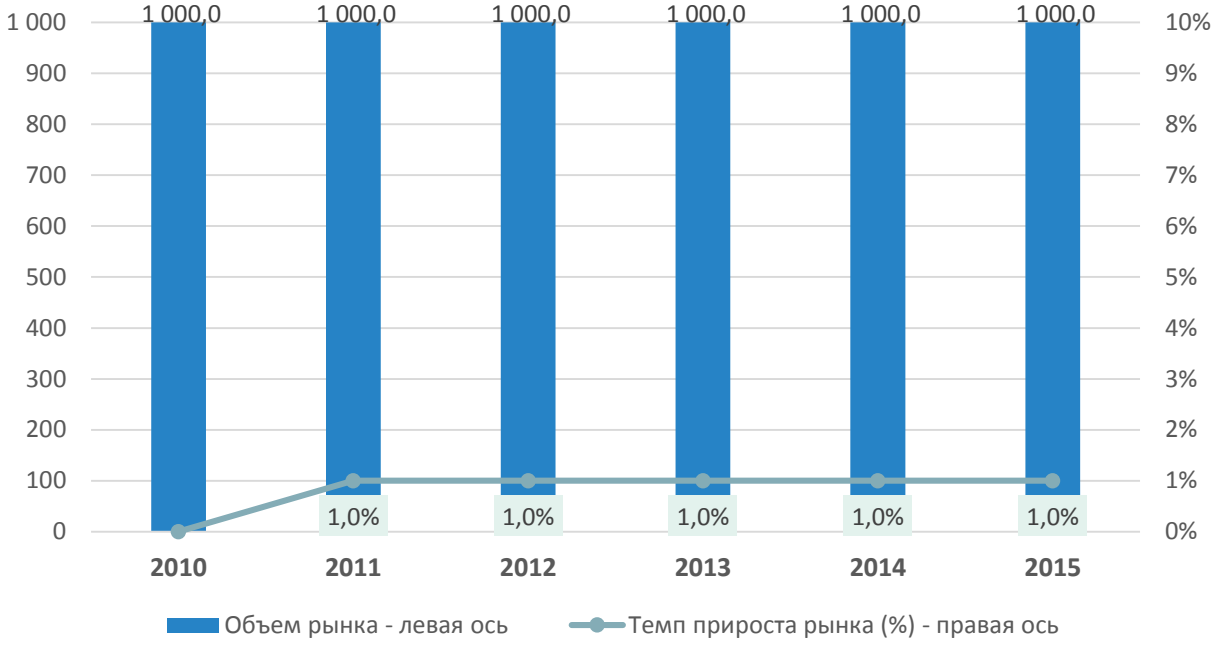
Диаграмма 2. Прогноз объемов и темпов прироста мирового рынка товаров для домашних животных в 2016 - 2020 гг., млрд. долл, %.



Глава 3. Объем и темпы роста рынка и сегментов рынка товаров для домашних животных в России

Объем российского рынка товаров для домашних животных в 2015 году составил …млн. руб., что на … выше аналогичного показателя рынка за 2014 год. Однако за последние 3 года наблюдается …

Диаграмма 3. Объем и темпы прироста российского рынка товаров для домашних животных в 2010 – 2015 гг. в ценах 2014 года с фиксированным обменным курсом, млн руб. и %.

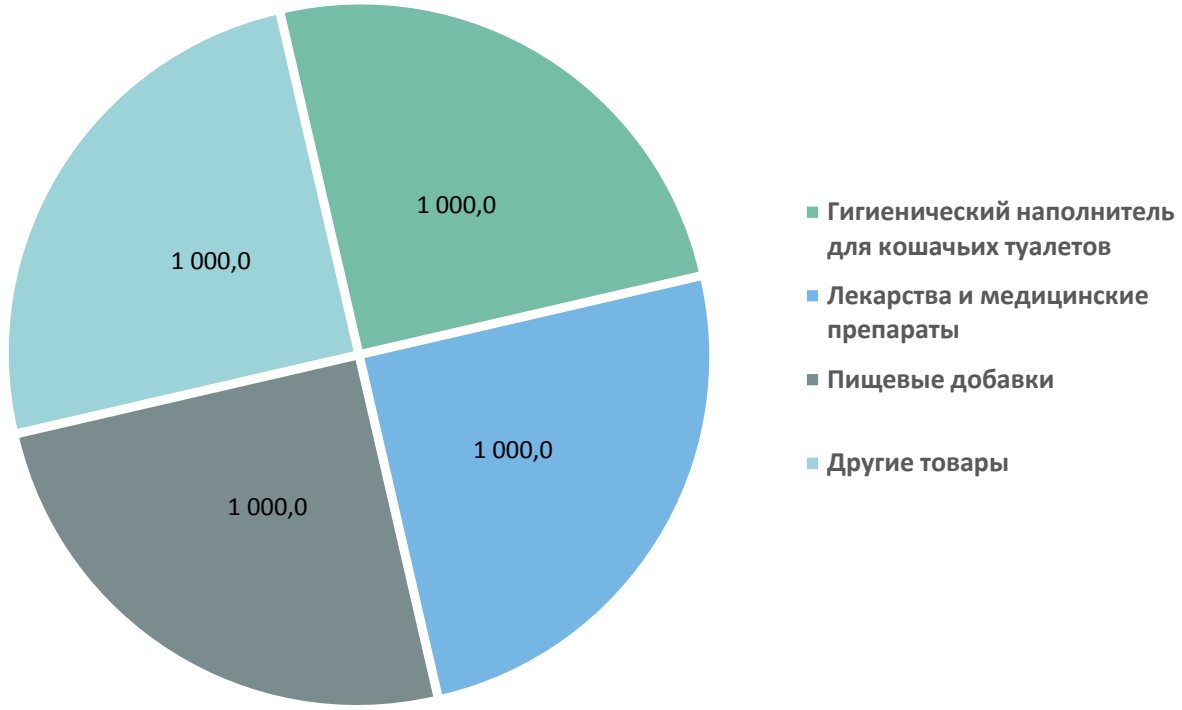


По категориям продуктов товары для домашних животных делятся на 4 сегмента: гигиенический наполнитель для кошачьих туалетов, лекарства и медицинские препараты, пищевые добавки и другие товары. Наибольшую долю в структуре рынка товаров для домашних животных занимает …. В 2015 году в стоимостном выражении доля этого сегмента составила … Меньше всего на данном рынке занимают …

Таблица 3. Объём российского рынка товаров для домашних животных по категориям в стоимостном выражении в России в 2010-2015 гг., млн. руб.

Категории	2010	2011	2012	2013	2014	2015

Диаграмма 4. Структура объема российского рынка товаров для домашних животных в разрезе по категориям в 2015 г., млн руб и %.



Глава 4. Каналы сбыта

… являются основным каналом сбыта на рынке кормов для кошек. Их основные преимущества перед конкурентами – …. Тем не менее, ….

Стоит отметить, что из-за ….

Во время кризиса большую популярность обретает … Согласно данным маркетологов, …

Таблица 4. Дистрибуция товаров для домашних животных по форматам торговли в России в 2015-2019 гг., %

Тип торговой точки	2010	2011	2012	2013	2014	2015

Таблица 5. Дистрибуция товаров для домашних животных по форматам торговли и категориям продуктов в России в 2015 г., %

Тип торговой точки	2015

Глава 5. Тенденции и перспективы развития рынка товаров для домашних животных

• …препятствуют развитию рынка товаров для домашних животных в России. Несмотря на то, что… В то же время потребители стали …

• По причине …. В то же время …

• В 2015 году на российском рынке товаров для домашних животных наблюдался …, что является результатом …. Тем не менее, …

• На основании имеющихся данных … объема рынка товаров для домашних животных в 2015 году составило …. Несмотря на то, что …

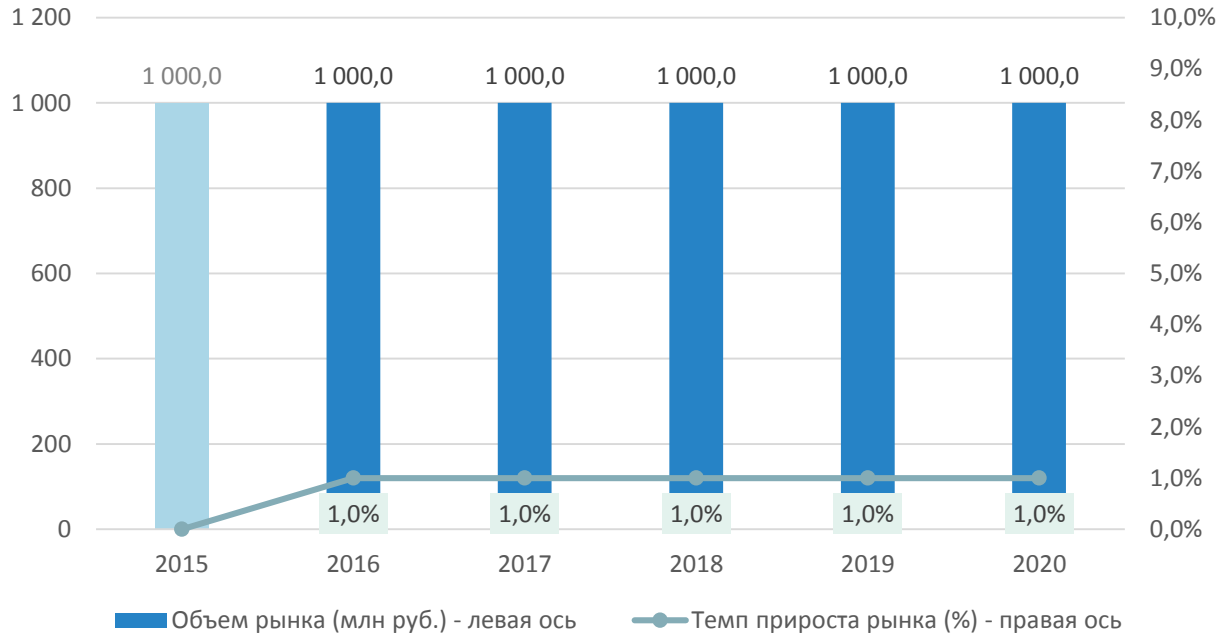
• Общий рост объем рынка товаров для домашних животных составил … в 2015 году. Объем рынка лекарств и медицинских препаратов…

• Всё более распространяющийся городской стиль жизни повлиял на возросшую популярность кошек среди россиян. Сейчас стало больше владельцев кошек, которые покупают готовые продукты для своих питомцев. В течение рассматриваемого периода был обнаружен … объема рынка наполнителей для кошачьих туалетов: он достиг … мил. руб. за 2015 год.

• Объем рынка пищевых добавок для домашних животных … за 2015 год. Потребление пищевых добавок был …

Глава 6. Прогноз развития рынка товаров для домашних животных до 2020 г.

Диаграмма 5. Прогноз объема и темпов прироста российского рынка кормов для собак в 2016-2020 гг., млн руб. и %.



Согласно данным некоторых экспертов, объем рынка товаров для домашних животных … в период с 2016 по 2020 гг.

Несмотря на то, что темпы прироста рынка в течение 2015 года были, в целом, …, прогнозируемый … в 2016 году будет вызван …. В то же время потребители станут более образованными и рациональными и будут искать продукты в соответствии с наилучшим соотношением цены и качества.

Таблица 6. Прогноз объёма рынка товаров для домашних животных в стоимостном выражении по категориям в России в 2015-2020 гг., млн. руб.

Категории	2015	2016	2017	2018	2019	2020

Агентство маркетинговых исследований

DISCOVERY RESEARCH GROUP

125438, Москва, ул. Михалковская 63Б, стр. 4, этаж 5

БЦ «Головинские пруды»

Тел. +7 (495) 601-91-49, (495) 968-13-14

Факс: +7 (495) 601-91-49

e-mail: research@drgroup.ru

www.drgroup.ru

Схема проезда