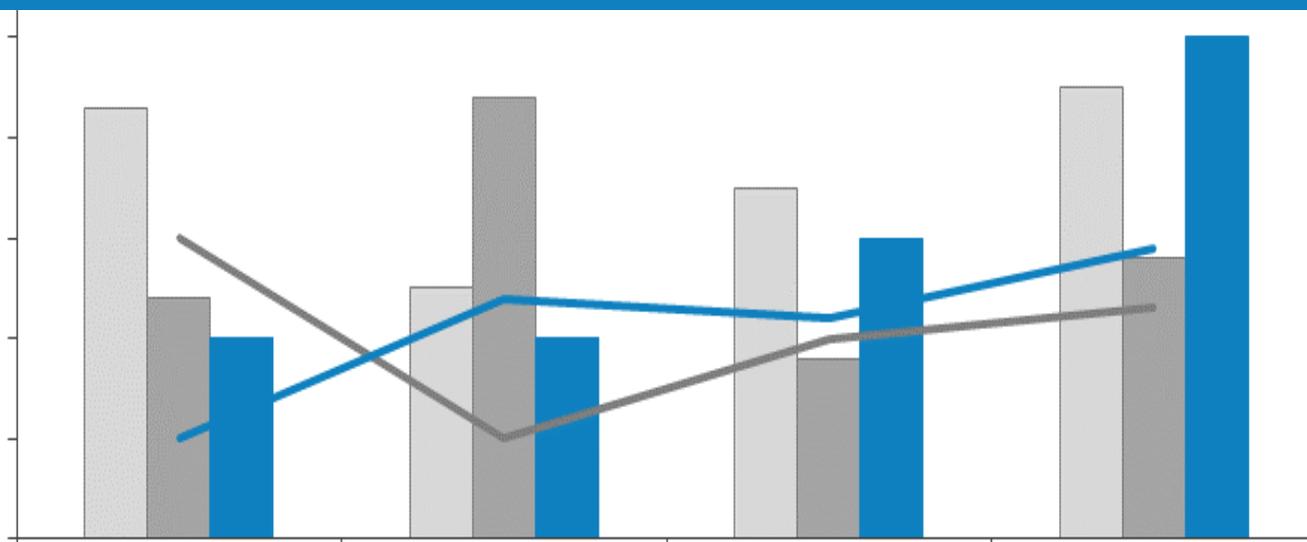




Аналитический отчет DISCOVERY RESEARCH GROUP

Анализ рынка детского питания в Узбекистане



Этот отчет был подготовлен **DISCOVERYResearch 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 мнения 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 Adhoc исследования, которое в полной мере будет соответствовать потребностям бизнеса.

Основное направление деятельности **DISCOVERY Research Group** – проведение маркетинговых исследований полного цикла в Москве и регионах **Узбекистане**, 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.

В конце 2006 г. создана компания **DISCOVERY Leasing Advisory Services**, основной деятельностью которой стало оказание маркетинговых, консалтинговых, информационных и лоббистских услуг лизинговым компаниям в Узбекистане.

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 SmartMoney, Бизнес, Ведомости, Волга-Пресс, Желтые Страницы, Издательский Дом «Ансар», Итоги, Коммерсантъ, Компания, Новые Известия, Олма Медиа Групп, Профиль, РБК-Daily, РДВ-Медиа-Урал, Секрет, Эксперт, Build Report, Строительный бизнес.

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

Сотрудники агентства **DISCOVERY Research Group** выполняли проекты для ведущих российских и зарубежных компаний, среди которых:

Автомобили

Audi
Baw Motor Corporation
Bmw
Hino
Hyundai
Isuzu
Iveco
John Deere
Man
Mercedes Benz
Porsche
Scania
Setra
Skoda
Toyota
Volkswagen
Автомобили и Моторы Урала
Автоцентр Пулково
БелАЗ
Белрусавто
Вега
ГАЗ
Камаз
Северсталь-Авто
Сим-Авто-Плутон
Торговый Дом Уралавто
УАЗ

Автомобильные масла

Shell
Роснефть

Грузоперевозки / Логистика

Евротранс
Почтовая Экспедиционная Компания
Трейд Лоджистик Компани
Фм Ложистик Восток

Гостиничный бизнес

Holiday Inn
Гостиница Москва
Интурист Отель Групп
Русские Отели

Недвижимость

Rdi Group
АК Барс Девелопмент
Главстрой
Кonti и К
Ренова-Стройгруп
Русская Инвестиционная Группа
Строительная Компания «Люксора»

Киноиндустрия

Гемини Энтертейнмент
Инвесткинопроект
Каро Фильм

Автомобильные шины

ExxonMobil
Shell
Роснефть
Bridgestone
Continental
Cordiant
Goodyear
Hankook
Michelin
Nokian
Pirelli
Sumitomo
Yokohama
Алтайский Шинный Комбинат
Белшина
Востокшинторг
Днепрошина
Мво-Столица
Нижнекамскшина

Строительные и отделочные материалы

Caparol
Cersanit
Estima
Henkel
Ideal Standard-Vidima
Kleo
Lasselsberger
Rockwool
Saint Gobain Isover
Swisscolor
Tarkett
Terracco
Tikkurila
Trale
Ursa Евразия
Wienberger
Ангарский Керамический Завод
Армавирский Керамический Завод
Бентонит
Бийский Завод Стеклопластиков
Гранит Кузнецкое
Евротизол
Керама Центр
Кератон
Лспр
Минвата
Оптимист
Промстройматериалы
Ратм Цемент Холдинг
Русплит
Самарский Стройфарфор
Санитек
Сибирь-Цемент-Сервис
Старатели
Топкинский Цемент
Уфимский Фанерно-Плитный
Комбинат
Эмпилс
Юнис
Ярославские краски

Промышленные рынки

ABB
Alcoa
BASF
Dupont
Mitsui
Schneider Electric
Siemens
Sojitz Corporation
Xerox
Агромашхолдинг
Альта Виста
Байкальская Лесная Компания
Батис
Волжский Оргсинтез
Воткинский Завод
Газпром
Газпром Нефть
Евроцемент
Завод Чистящих и моющих средств
Завод Сварочного Оборудования
Искра
Илим Палп
Интерстекло
Керамир
Кубаньгрузсервис
Лебедянский Гок
Моспромстрой
Рао Эс Узбекистане
Роснефть
Русал
Русский Пластик
Салаватстекло
Северсталь
Сибирский Цемент
Содовая Компания
Сургутнефтегаз
Татлесстрой
ТНК-ВР
Топкинский цемент
Трансстрой
Уралавтостекло
Уралхим
Уралхимпласт
Элопак

Мебель

Ромул
Соло
Фабрика «8 марта»
Феликс

СМИ

Ведомости
Итоги
Коммерсантъ
Компания
Профиль
РБК
Секрет фирмы
Эксперт

Аудитиконсалтинг

Bain&Company
Boston Consulting Group
Deloitte&Touche
Ernst&Young
Interbrand
J'Son & Partners Consulting
KPMG
Marshall Capital Partners
Price Waterhouse Coopers
Roland Berger Strategy Consultants
Wolk&Partner
Бдо Юникон
Косалтингстройинвест
Северо-Западный Юридический
Центр
Стратегика
Фонд Центр Стратегических
Разработок Северо-Запад
Экопси Консалтинг

Страхование

Гута-Страхование
Ингосстрах
Наста
Ренессанс Страхование

IT / Телевидение

HewlettPackard
Intel
Microsoft
Sitronics
Арктел
Ассоциация Кабельного Телевидения
РФ
Группа Компаний Вид
Дальневосточная Компания
Электросвязи
Зебра Телеком
Новосибирский Городской Сайт
Опытный Завод Микрон
Ренова-Медиа
Ростелеком
Сибирьтелеком
Спутниковое Мультимедийное
Вещание
Центральный Телеграф

Бытовая техника

Bosch
Electrolux
Whirlpool
Атлант

Банки и финансовые компании

DeutscheBank
Raiffeisen
Russia Partners Management Llc.
Абсолютбанк
Ак Барс Банк
Альфа Банк
Банк Москвы
Банк Тураналем
ВТБ
Газпромбанк
Дельтакредит
Евразийский Банк Развития
Еврофинанс Моснарбанк
Запсибкомбанк
ИФД Капиталь
Ифк Алемар
Камчатпрофитбанк
Кмб-Банк
Левобережный
Металлинвестбанк
Москоммерцбанк
Пробизнесбанк
Промсвязьбанк
Ренессанс Капитал
Ренова-Финанс
Российский Банк Развития
Русский Стандарт
Русфинанс Банк
Сбербанк
Славпромбанк
Солид Инвест
Тройка Диалог
Финансбанк
Центральный Банк Российской
Федерации

Реклама

News Outdoor
Video International
Агентство Массовых Коммуникаций
АК.М
Арс Кьюмюникейшнс
Северная Медиа Группа

Ресторанный бизнес

Картофельный Папа
Ресторатор
Росинтер Ресторантс
Солнце Мехико

Розничная торговля

Domo
Ашан
М Видео
Мир
Перекресток
Эльдорадо

Продукты питания

Mars
Pepsi-Cola
Tchibo
Unilever
Айс-Фили
Волгоградские Водки
Вто Эрконтпродукт
Лебедянский
Минводопищепродукт
Минеральные Воды Кавказа
Нижегородский Масло-Жировой
Комбинат
Русский Винный Трест
Русский Продукт
Фабрика Мороженого Престиж

Киноиндустрия

Гемини Энтертейнмент
Инвесткинопроект
Каро Фильм
СТС-Медиа

Одежда и Обувь

Ессо
Savage
Белвест
Глория Джинс
Диском
Обувь Узбекистане
Три Толстяка

Парфюмерия и косметика

BeiersdorfAg
Procter&Gamble
Splat
YvesRocher
Л' Этуаль
Невская Косметика

Образование

Государственная Публичная Научно-
Техническая Библиотека Со Ран
ГУ Высшая Школа Экономики
Новосибирский Государственный
Университет

Содержание

Содержание	6
Список таблиц и диаграмм	7
Таблицы:	7
Диаграммы:	7
Резюме	9
Глава 1. Технологические характеристики исследования.....	11
Цель исследования	11
Задачи исследования.....	11
Метод анализа данных.....	12
Объем и структура выборки.....	12
Глава 2. Объем и темпы роста рынка детского питания в Узбекистане	13
В стоимостном выражении	13
В натуральном выражении	16
Сегмент Сухое детское питание.....	19
Сегмент Готовое детское питание	19
Сегмент Молочные смеси	20
Глава 3. Каналы сбыта	21
Глава 4. Тенденции и перспективы развития рынка детского питания в Узбекистане	22
Глава 5. Конкурентный анализ рынка детского питания в Узбекистане	23
Рыночные доли компаний	23
Рыночные доли брендов.....	25
Глава 6. Прогноз развития рынка детского питания до 2021 г.	27
Рынок детского питания	27
В стоимостном выражении	27
В натуральном выражении	27
Рождаемость	27
Среднее потребление молочных смесей детьми до 1,5 лет	27

Список таблиц и диаграмм

Отчет содержит 11 таблиц и 22 диаграммы.

Таблицы:

Таблица 1. Объем рынка детского питания по сегментам в Узбекистане, млрд. узб. сум.

Таблица 2. Темп прироста рынка детского питания по сегментам в Узбекистане в стоимостном выражении, %.

Таблица 3. Объем рынка детского питания по сегментам в Узбекистане, тонн.

Таблица 4. Темп прироста рынка детского питания по сегментам в Узбекистане в натуральном выражении, %.

Таблица 5. Дистрибуция детского питания по формату торговли в Узбекистане в стоимостном выражении, %.

Таблица 6. Доли производителей в объеме рынка детского питания в Узбекистане, % от стоимостного объема рынка.

Таблица 7. Доли брендов в объеме рынка детского питания в Узбекистане, % от стоимостного объема рынка.

Таблица 8. Прогноз объема рынка детского питания по сегментам в Узбекистане, млрд. узб. сум.

Таблица 9. Прогноз темпов прироста объема рынка детского питания по сегментам в Узбекистане в 2017-2021 гг. в стоимостном выражении, %.

Таблица 10. Прогноз объема рынка детского питания по сегментам в Узбекистане, тонн.

Таблица 11. Прогноз темпов прироста объема рынка детского питания по сегментам в Узбекистане в 2017-2021 гг. в натуральном выражении, %.

Диаграммы:

Диаграмма 1. Объем и темпы прироста рынка детского питания в Узбекистане, млрд. узб. сум., %.

Диаграмма 2. Доли сегментов в общем объеме рынка детского питания в Узбекистане в 2016 г., % от стоимостного объема рынка.

Диаграмма 3. Объем сегментов рынка детского питания в Узбекистане, млрд. узб. сум.

Диаграмма 4. Объем и темпы прироста рынка детского питания в Узбекистане, тн, %.

Диаграмма 5. Доли сегментов в общем объеме рынка детского питания в Узбекистане в 2016 г., % от стоимостного объема рынка.

Диаграмма 6. Объем сегментов рынка детского питания в Узбекистане, тонн.

Диаграмма 7. Объем и темпы прироста сегмента рынка «Сухое детское питание», млрд. узб. сум., %.

Диаграмма 8. Объем и темпы прироста сегмента рынка «Сухое детское питание», тн, %.

Диаграмма 9. Объем и темпы прироста сегмента рынка «Готовое детское питание», млрд. узб. сум., %.

Диаграмма 10. Объем и темпы прироста сегмента рынка «Готовое детское питание», тонн., %.

Диаграмма 11. Объем и темпы прироста сегмента рынка «Молочные смеси», млрд. узб. сум., %.

Диаграмма 12. Объем и темпы прироста сегмента рынка «Молочные смеси», тонн., %.

Диаграмма 13. Доли производителей в объеме рынка детского питания в Узбекистане в 2016 г., % от стоимостного объема рынка.

Диаграмма 14. Доли брендов в объеме рынка детского питания в Узбекистане, % от стоимостного объема рынка.

Диаграмма 15. Прогноз объема и темпов прироста рынка детского питания в Узбекистане, млрд. узб. сум.

Диаграмма 16. Прогноз объема сегментов рынка детского питания в Узбекистане, млрд. узб. сум.

Диаграмма 17. Прогноз объема и темпов прироста рынка детского питания в Узбекистане, тонн.

Диаграмма 18. Прогноз объема сегментов рынка детского питания в Узбекистане, тонн.

Диаграмма 19. Число родившихся в Узбекистане в период 1991 – 2015 гг., тыс. чел, %.

Диаграмма 20. Прогнозируемый общий коэффициент рождаемости в Узбекистане в период 2010-2030 гг., число детей на женщину.

Диаграмма 21. Прогноз общего коэффициента рождаемости в Узбекистане в период 2015 – 2025 гг., рождений на 1 000 населения.

Диаграмма 22. Среднее потребление молочных смесей в Узбекистане в год за период 2011-2015 гг., кг/ребенок.

Резюме

В декабре 2016 г. DISCOVERY Research Group завершило исследование рынка детского питания в Узбекистане.

По расчетам DiscoveryResearchGroup, в 2015 г. объем рынка детского питания в Узбекистане составил 385-387 млрд. узб. сум, что эквивалентно 5 700 тоннам.

Рынок детского питания состоит из четырех сегментов: «молочные смеси», «сухое детское питание», «готовое детское питание» и другие виды детского питания. К наиболее крупному сегменту рынка относятся «молочные смеси». Объем сегмента «молочные смеси» в 2016г. предположительно составит 360-363 млрд. узб. сум. По сравнению с 2015 г. объем сегмента вырастет.

К наиболее крупному сегменту рынка детского питания в натуральном выражении также относятся «молочные смеси».

Наибольший темп прироста рынка детского питания в стоимостном и натуральном выражении в 2016 г. будет наблюдаться в категории «Сухое детское питание».

Проведен мониторинг объемов продаж детского питания в различных сегментах по каналам продаж. Так, магазинная торговля останется наиболее важным каналом дистрибуции продуктов детского питания в Узбекистане в 2016 г. Современная розница увеличит свою долю продаж на 7,32% в 2016 г. Также значительное увеличение доли рынка продемонстрируют прочие продавцы бакалейными товарами, их доля вырастет на 3,36%. Доля продаж в специализированных магазинах и у ретейлеров, специализирующихся на продаже косметики и средств личной гигиены, сократится на 1%. Индивидуальные предприниматели снизят долю продаж на 0,5%. Остальные каналы дистрибуции не изменят своих позиций на рынке детского питания в 2016 г.

Рынок детского питания достаточно фрагментирован благодаря присутствию на рынке большого количества компаний.

На всем рассматриваемом периоде наибольшую долю рынка детского питания в стоимостном выражении будет занимать производитель Nestle. В 2016 г. рыночная доля этого производителя в Узбекистане составит порядка 31-33%.

Наиболее популярными брендами в 2016 г. по объему продаж в Узбекистане на рынке детского питания станут Nestle, Hipp, Nutricia.

В целом продажи продуктов детского питания в Узбекистане имеют тенденцию к росту. Наиболее важными факторами, оказавшими положительное влияние на рынок детского питания, являются успех в широком распространении товара и рекомендации врачей, которые улучшили осведомленность потребителей о пользе кормления детей детским питанием. Однако в Узбекистане женщины все еще отдают предпочтение грудному вскармливанию.

Глава 1. Технологические характеристики исследования

Цель исследования

Охарактеризовать текущее состояние и перспективы развития рынка детского питания в Узбекистане.

Задачи исследования

1. Определить объем, темпы роста и динамику развития рынка детского питания в Узбекистане по сегментам рынка:
 - Молочные смеси
 - Сухое детское питание
 - Готовое детское питание
2. Выделить и описать основные сегменты рынка детского питания в Узбекистане.
3. Определить рыночные доли компаний и брендов на рынке детского питания.
4. Охарактеризовать конкурентную ситуацию на рынке детского питания в Узбекистане.
5. Определить основные каналы сбыта продукции на рынке детского питания.
6. Определить ключевые тенденции и перспективы развития рынка детского питания в Узбекистане в ближайшие несколько лет.
7. Составить прогноз объема рынка детского питания в Узбекистане до 2021 г. в натуральном и стоимостном выражении.

Объект исследования

Рынок детского питания в Узбекистане.

Метод сбора и анализа данных

Мониторинг документов.

В общем виде целью кабинетного исследования является проанализировать ситуацию на рынке детского питания и получить (рассчитать) показатели, характеризующие его состояние в настоящее время и в будущем.

Метод анализа данных

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 Узбекистане 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. Объем и темпы роста рынка детского питания в Узбекистане

В стоимостном выражении

Объем рынка детского питания в Узбекистане в 2016 г. предположительно составит ... млрд. узб. сум.

Рынок детского питания состоит из четырех сегментов: «молочные смеси», «сухое детское питание», «готовое детское питание» и другие виды детского питания. К наиболее крупному сегменту рынка относятся Объем сегмента ... в 2016 г. предположительно составит ... млрд. узб. сум. По сравнению с 2015 г. объем сегмента вырастет на ... млрд. узб. сум.

Объем сегмента «сухое детское питание» в 2016 г. предположительно составит ... млрд. узб. сум. По сравнению с 2015 г. объем сегмента вырастет на ... млрд. узб. сум.

Таблица 1. Объём рынка детского питания по сегментам в Узбекистане в 2011-2016 гг., млрд. узб. сум.

Категория	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Сухое детское питание						
Готовое детское питание						
Другие виды детского питания						
Молочные смеси						
- Начальные						
- Последующие						
- Для старших возрастов						
- Специальные детские молочные смеси						
Всего						

Диаграмма 1. Объем и темпы прироста рынка детского питания в Узбекистане в 2011 – 2016 гг., млрд. узб. сум., %.

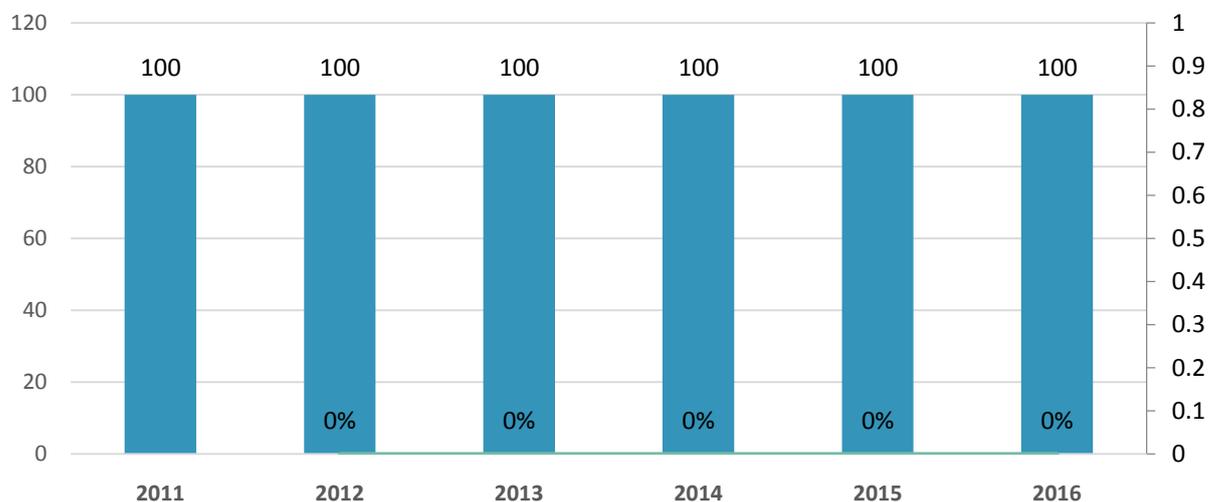


Диаграмма 2. Доли сегментов в общем объеме рынка детского питания в Узбекистане в 2016 г., % от стоимостного объема рынка.

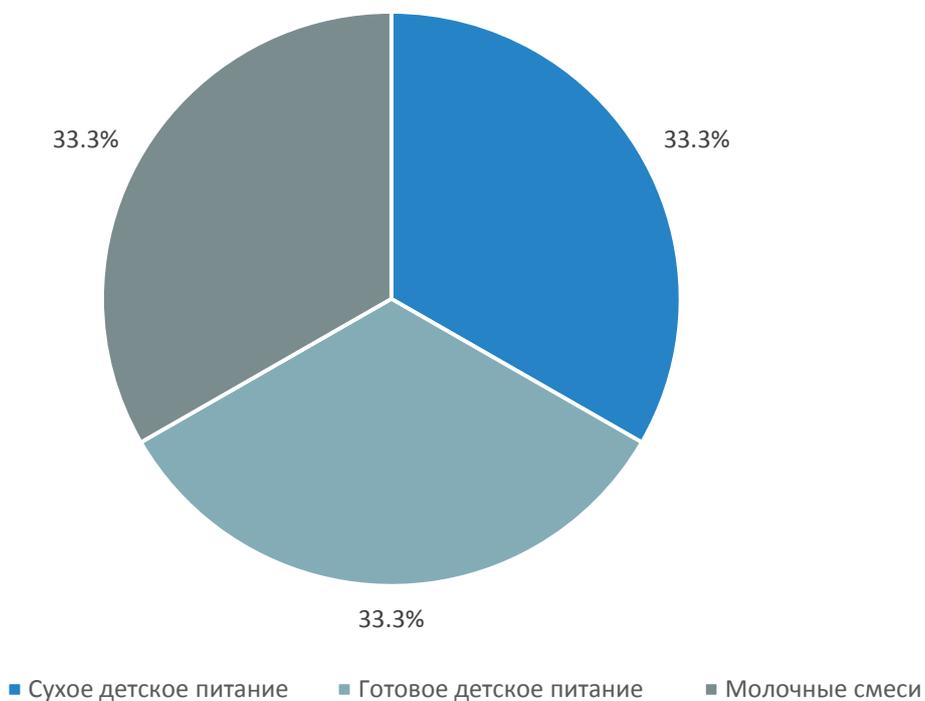
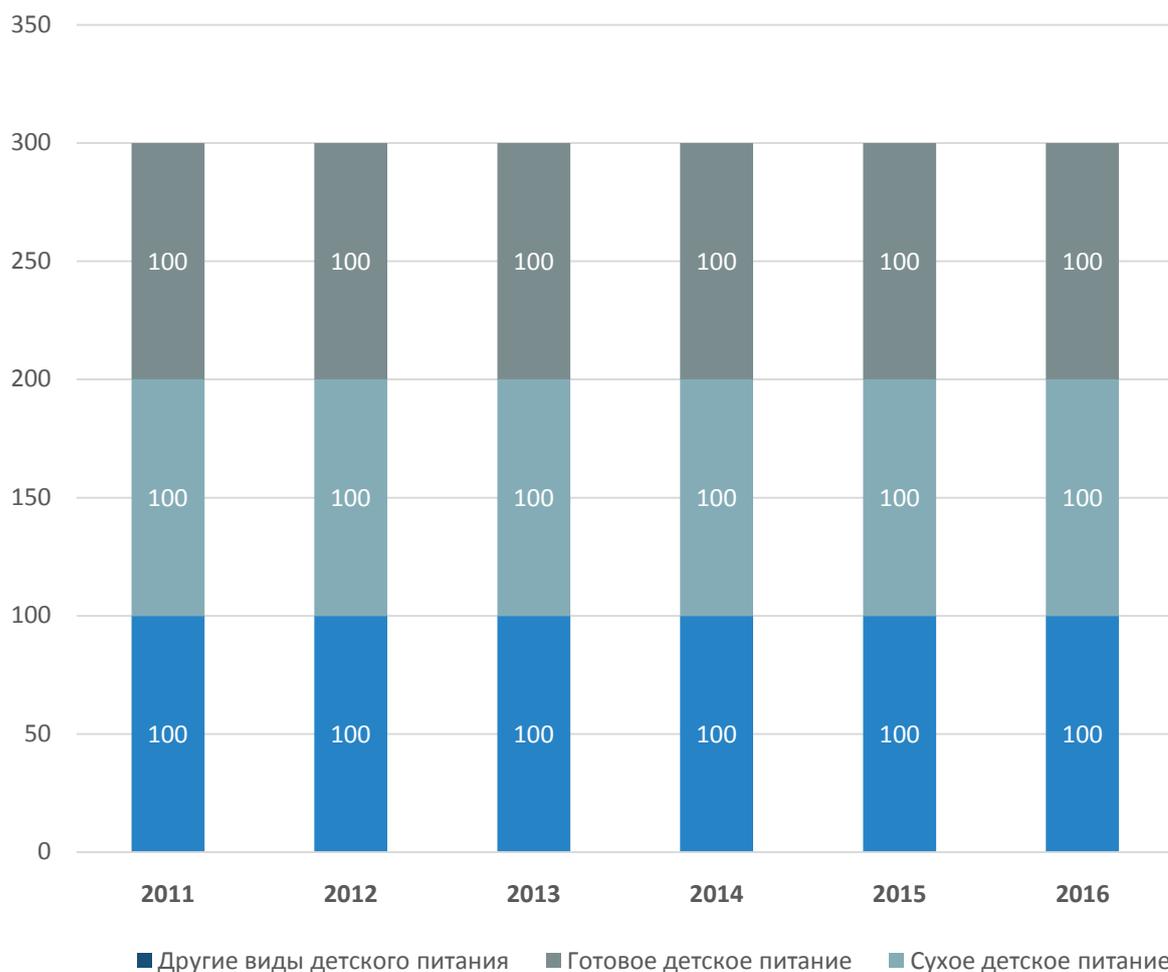


Диаграмма 3. Объем сегментов рынка детского питания в Узбекистане в 2011 – 2016 гг., млрд. узб. сум.



Наибольший темп прироста рынка детского питания в стоимостном выражении в 2016 г. будет наблюдаться в категории «.....».

Таблица 2. Темп прироста рынка детского питания по сегментам в Узбекистане в 2012-2016 гг. в стоимостном выражении, %.

Категория	2011/2012	2012/2013	2013/2014	2014/2015	2015/2016
Сухое детское питание					
Готовое детское питание					
Другие виды детского питания					
Молочные смеси					
- Начальные					
- Последующие					
- Для старших возрастов					
- Специальные детские молочные смеси					
Всего					

В натуральном выражении

Объем рынка детского питания в Узбекистане в 2016 г. предположительно составит... тонн.

К наиболее крупному сегменту рынка детского питания в натуральном выражении относятся «.....». Объем сегмента «.....» в 2016 г. достигнет значения... тонн. По сравнению с 2015 г. объем сегмента сократится на ... тонн.

Второе место по объему рынка в натуральном выражении занимает сегмент «.....». Объем сегмента «.....» в 2016 г. предположительно составит... тонн. По сравнению с 2015 г. объем сегмента вырастет на ... тонн.

Таблица 3. Объём рынка детского питания по сегментам в Узбекистане в 2011-2016 гг., тонн.

Категория	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Сухое детское питание						
Готовое детское питание						
Другие виды детского питания						
Молочные смеси						
- Начальные						
- Последующие						
- Для старших возрастов						
- Специальные детские молочные смеси						
Всего						

Диаграмма 4. Объем и темпы прироста рынка детского питания в Узбекистане в 2011 – 2016 гг., тонн., %.

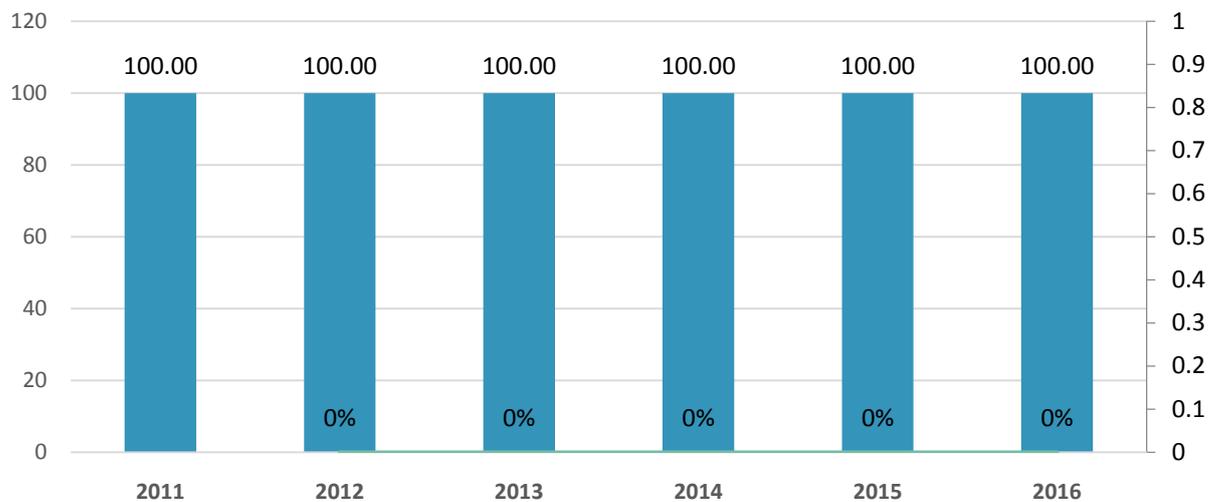


Диаграмма 5. Доли сегментов в общем объеме рынка детского питания в Узбекистане в 2016 г., % от стоимостного объема рынка.

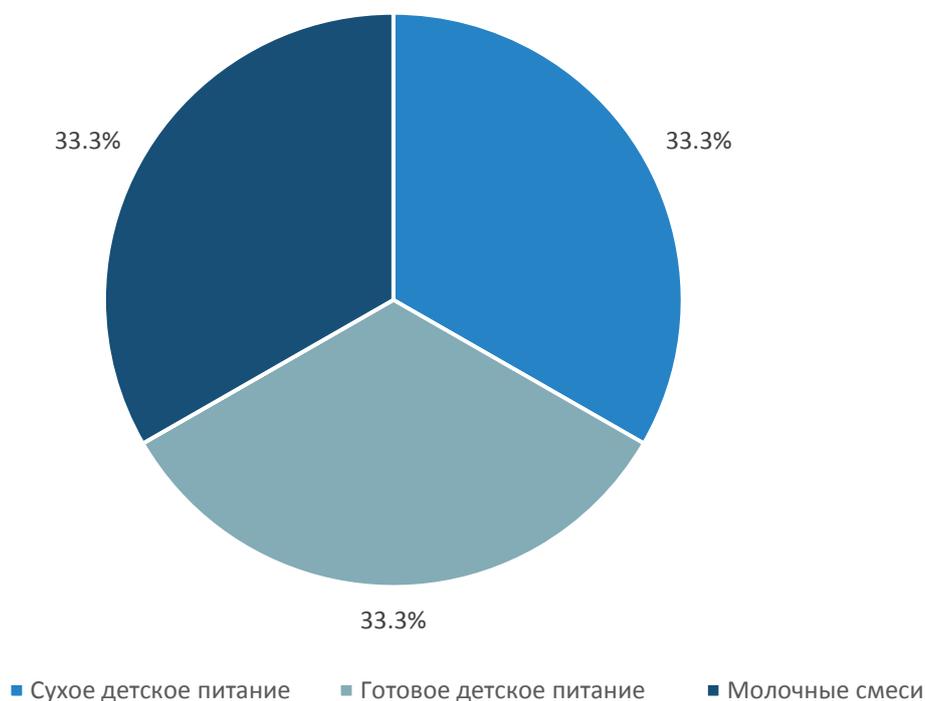
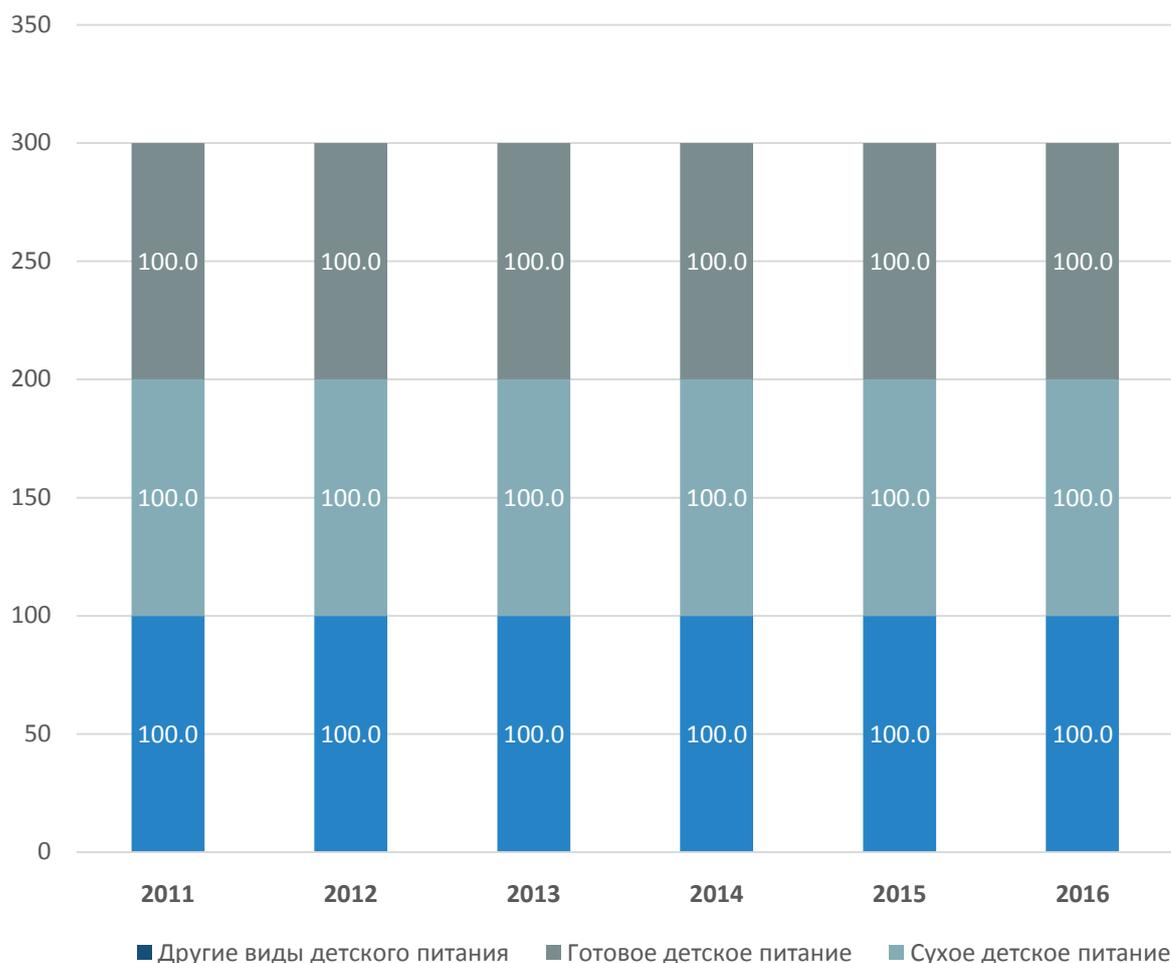


Диаграмма 6. Объем сегментов рынка детского питания в Узбекистане в 2011 – 2016 гг., тонн.



Наибольший темп прироста рынка детского питания в натуральном выражении в 2016 г. будет наблюдаться в категории «.....». В остальных сегментах прирост оказался отрицательным.

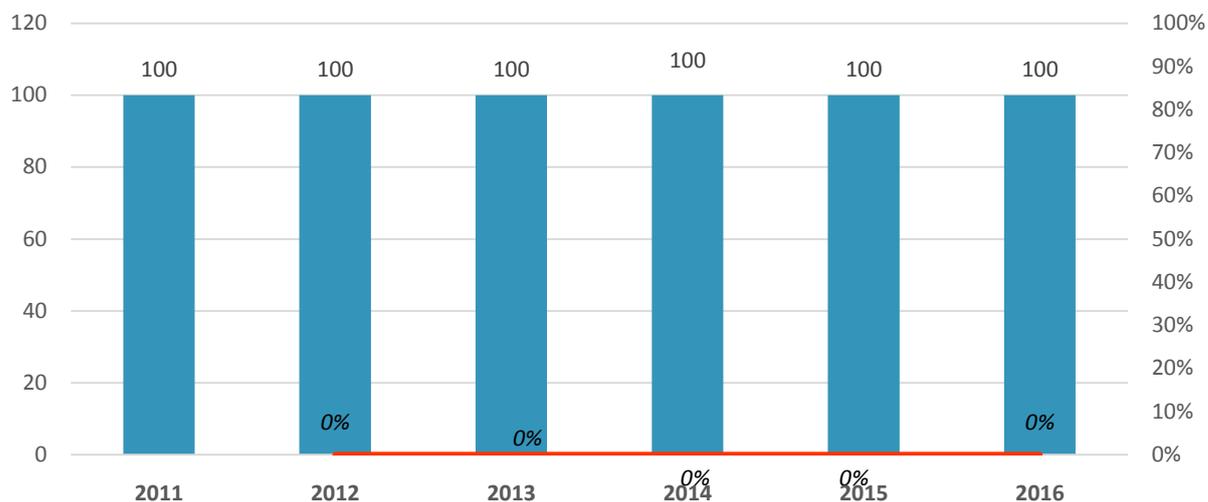
Таблица 4. Темп прироста рынка детского питания по сегментам в Узбекистане в 2012-2016 гг. в натуральном выражении, %.

Категория	2011/2012	2012/2013	2013/2014	2014/2015	2015/2016
Сухое детское питание					
Готовое детское питание					
Другие виды детского питания					
Молочные смеси					
- Начальные					
- Последующие					
- Для старших возрастов					
- Специальные детские молочные смеси					
Всего					

Сегмент Сухое детское питание

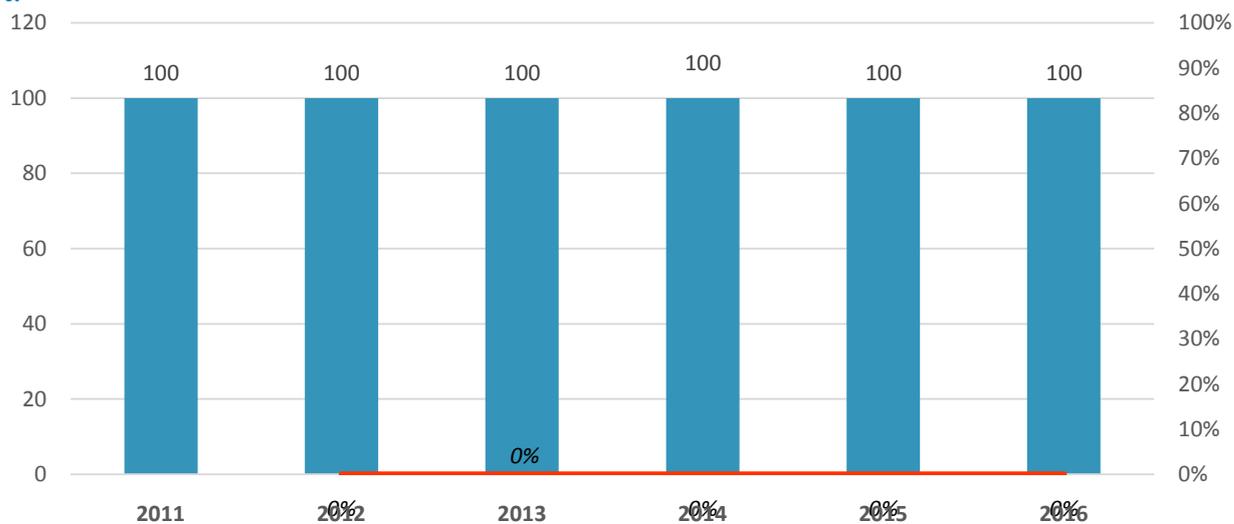
В 2016 г. в сегменте «Сухое детское питание» будет наблюдаться..... объема в денежном выражении. Темпы прироста на уровне г.

Диаграмма 7. Объем и темпы прироста сегмента рынка «Сухое детское питание» в 2011 - 2016 гг., млрд. узб. сум., %.



В 2016 г. в сегменте «Сухое детское питание» будет наблюдаться..... объема в натуральном выражении. Темпы прироста на уровне г.

Диаграмма 8. Объем и темпы прироста сегмента рынка «Сухое детское питание» в 2011 - 2016 гг., тонн, %.



Сегмент Готовое детское питание

Сегмент Молочные смеси

Глава 3. Каналы сбыта

Магазинная торговля останется наиболее важным каналом дистрибуции продуктов детского питания в Узбекистане в 2016 г. Современная розница увеличит свою долю продаж на ... в 2016 г. Также значительное увеличение доли рынка продемонстрируют прочие продавцы бакалейными товарами, их доля вырастет наДоля продаж в специализированных магазинах и у ретейлеров, специализирующихся на продаже косметики и средств личной гигиены, сократится на Индивидуальные предприниматели снизят долю продаж на Остальные каналы дистрибуции не изменят своих позиций на рынке детского питания в 2016 г.

Таблица 5. Дистрибуция детского питания по формату торговли в Узбекистане в 2011-2016 гг. в стоимостном выражении, %.

Категория	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Внутримагазинная розница						
- Бакалейная розница						
--- Современная розница						
--- Мини-маркет						
--- Дискаунтеры						
--- АЗС						
--- Гипермаркеты						
--- Супермаркеты						
--- Традиционная розница						
--- Продавцы еды/напитков/табака						
--- Индивидуальные предприниматели						
--- Прочие продавцы бакалейными товарами						
- Специализированные магазины						
--- Ретейлеры, специализирующиеся на продаже косметики и средств личной гигиены						
--- Другие продуктовые специализированные магазины						
--- Магазины с комплексным ассортиментом						
Розница, осуществляющаяся вне помещения						
- Вендинг						
- Магазин-на-диване						
- Интернет розница						
- Прямые продажи						
Всего						

Глава 4. Тенденции и перспективы развития рынка детского питания в Узбекистане

- В Узбекистане женщины все еще отдают предпочтение грудному вскармливанию. Исключение составляют случаи, когда женщина должна вернуться на работу сразу после рождения ребенка или если ее здоровье не позволяет грудное вскармливание. В иных ситуациях детское питание даже не рассматривается как способ кормления ребенка. Кроме того, детское питание не принимается женщинами в старшем возрасте. Родственники также как правило настаивают на грудном вскармливании, по крайней мере, в течение первого года жизни ребенка. Однако если кормление детской смесью неизбежно, родители стараются выбрать лучший продукт. Особое внимание при выборе детского питания уделяется улучшению пищеварения, укреплению иммунной системы и организма в целом

Глава 5. Конкурентный анализ рынка детского питания в Узбекистане

Рыночные доли компаний

Рынок детского питания достаточно фрагментирован благодаря присутствию на рынке большого количества компаний.

На всем рассматриваемом периоде наибольшую долю рынка детского питания занимает производитель Nestle. В 2016 г. рыночная доля этого производителя в Узбекистане составит...%. Лидирующее положение производителя связано с его давним присутствием на рынке. Благодаря этому и широкому распространению производящихся продуктов потребители проявляют высокий уровень доверия и лояльности к компании.

Также крупными производителями детского питания являются компании Nutricia и Hipp, которые разделили второе место. Рыночная доля данных компаний в стоимостном выражении в 2016 г. составит...% и ...% соответственно.

Таблица 6. Доли производителей в объёме рынка детского питания в Узбекистане в 2012-2016 гг., % от стоимостного объёма рынка.

Производитель	2012	2013	2014	2015	2016
Nestle					
Nutricia					
Hipp					
Infaprim					
Всего					

Продажи производителя достигли своего максимального роста на ...% в 2015 г. Основной причиной роста продаж является широкое распространение в Узбекистане бренда

Однако уже в 2016 г. самый большой прирост продаж будет наблюдаться у Рост продаж составит ...%. Основой для роста продаж у этого производителя станет

Диаграмма 9. Доли производителей в объеме рынка детского питания в Узбекистане в 2016 г., % от стоимостного объема рынка.

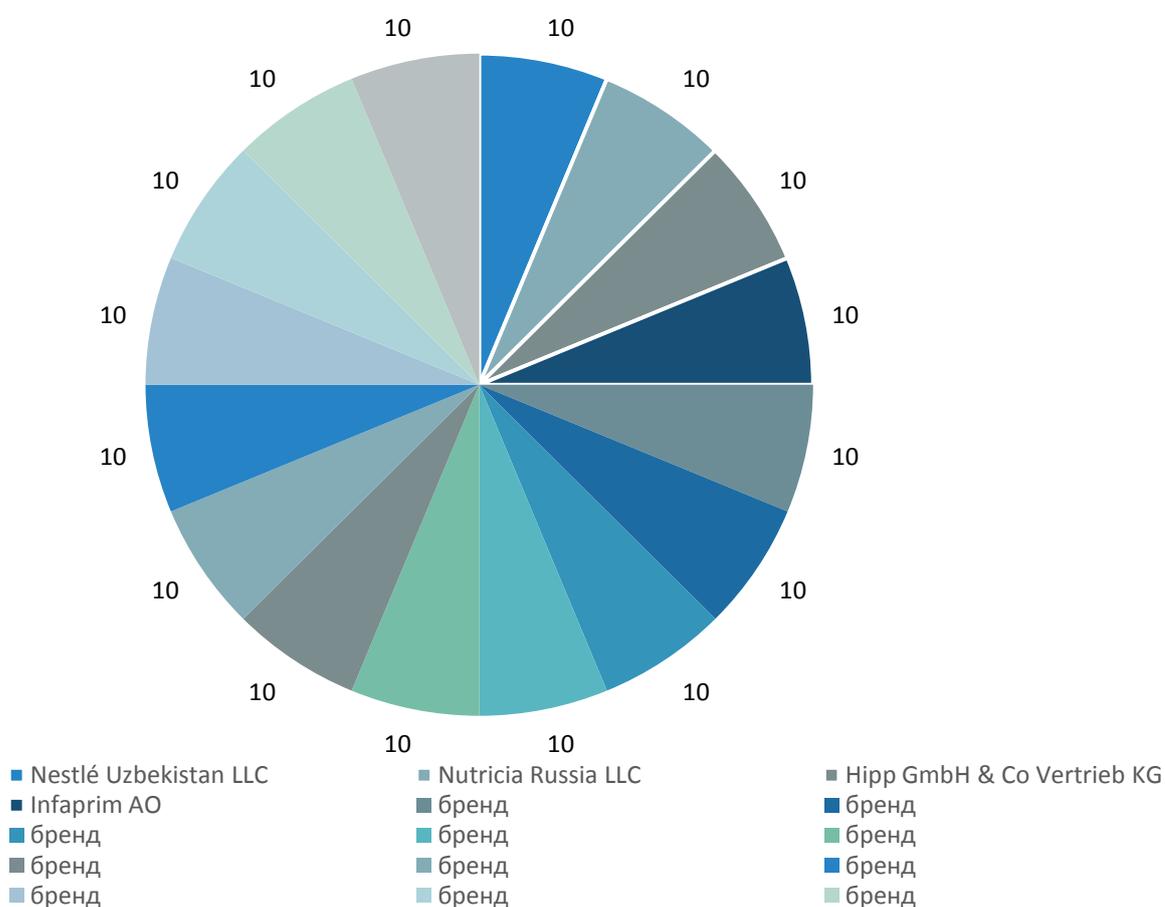
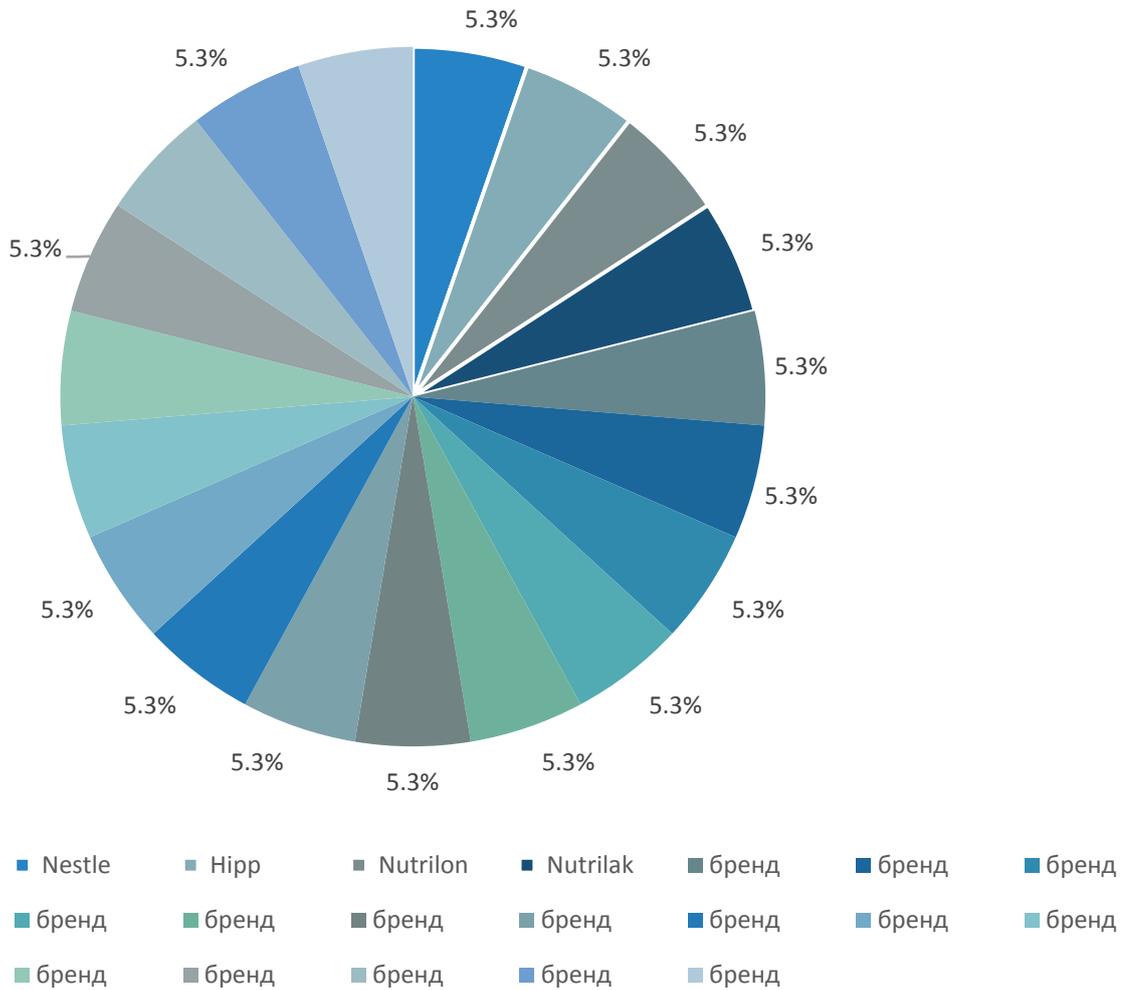


Диаграмма 10. Доли брендов в объеме рынка детского питания в Узбекистане в 2016 г., % от стоимостного объема рынка.



Глава 6. Прогноз развития рынка детского питания до 2021 г.

Рынок детского питания

В стоимостном выражении

В натуральном выражении

Рождаемость

Среднее потребление молочных смесей детьми до 1,5 лет

Агентство маркетинговых исследований

DISCOVERYRESEARCHGROUP

125448, Москва, ул. Михалковская 63Б, стр. 4, этаж 5

БЦ «Головинские пруды»

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

e-mail: research@drgroup.ru

www.drgroup.ru

Схема проезда

