

РОССИЙСКИЙ РЫНОК КОРМОВ ДЛЯ ДОМАШНИХ ЖИВОТНЫХ (собак и кошек)

Евгения ПАРМУХИНА

руководитель департамента маркетинговых исследований Research.Techart.

В России, по разным оценкам, насчитывается 25—30 млн домашних кошек и ~ 20 млн собак. Существенный прирост численности домашних любимцев наблюдался в нашей стране в начале 2000-х годов. Если в 2000 году животных содержали около 33% семей, то в 2002 году этот показатель увеличился до ~ 45%. В последние годы количество домашних животных практически не меняется и остается на уровне 41—44%. При этом, по данным «Комкон», в каждой третьей российской семье живет кошка (32%), в каждой пятой – собака (17.5%). Чаще всего животных держат в больших семьях: по данным ROMIR Monitoring, домашнее животное есть у 50—60% граждан с семьей из 3—5 и более человек.

Российский рынок товаров для животных, по оценкам Research.Techart, прирастает на 20—30% в год, в 2 раза быстрее, чем за рубежом. Его объем в настоящее время оценивается в ~ 2 млрд долл. Подавляющая часть всех средств, которые владелец затрачивает на своего питомца в течение его жизни, приходится на долю кормов.

Промышленными (готовыми) кормами своих домашних животных кормят около 30% владельцев. По Москве этот показатель достигает 60%. При этом чаще готовые корма покупают владельцы кошек (около 65—75% от общего объема продаж).

В докризисный период российский рынок профессиональных кормов для домашних животных развивался достаточно динамично. По оценкам Research.Techart, его объем в 2008 году достиг 913 млн долл., увеличившись на 22% по сравнению с предыдущим годом. Средний темп прироста рынка за период с 2003 по 2008 годы составил около 21% (см. график 1).

График 1. Динамика рынка кормов для домашних животных (собак и кошек) в России в 2003—2008 годах

(источник: оценка Research.Techart)



Замедление темпов роста рынка кормов в 2006 году, по мнению Research.Techart, было связано, главным образом, с перенасыщением сегмента кормов для кошек (в том числе за счет появления на рынке большого количества российских производителей недорогих кошачьих кормов). Так, падение темпов роста объема рынка в натуральном выражении с 2003 по 2006 годы составило около 15%. Объем рынка в денежном выражении в 2005—2006 годах увеличивался преимущественно за счет роста потребления профессиональных дорогих кормов.

Высокие темпы роста рынка в 2007 году (25%) обусловлены планомерным улучшением благосостояния населения, а также с усилением конкуренции в связи с активизацией российских производителей и поставщиков импортной продукции, что привело к увеличению рекламных бюджетов, введению различных клиентских программ, ценовому демпингу и т.д. Снижение темпов роста продаж кормов для домашних животных в 2008 году стало результатом влияния на рынок экономического кризиса (сокращение доходов населения).

По предварительным итогам 2009 года, несмотря на увеличение объема потребления готовых кормов для собак и кошек в натуральном выражении (на ~ 4% до 695 тыс. тонн), объем рынка в денежном выражении сократился на 4% и составил около 880 млн долл. Это связано, прежде всего, со снижением цен на корма российского производства (около 9% в долларовом выражении).

Основную долю на российском рынке кормов для домашних животных занимает продукция, произведенная внутри страны. Доля импорта постепенно снижается. В 2009 году она составила около 14% и 28% от общего объема в натуральном и денежном выражениях соответственно.

Среди производителей готовых кормов для домашних животных, работающих в России, можно выделить следующие типы компаний:

- зарубежные компании, располагающие собственным производством на территории РФ (ООО «Аллер Петфуд», ООО «Марс», ООО «Провими», Nestle Purina);

- отечественные компании, самостоятельно выпускающие продукт (ЗАО «Алейскзернопродукт», «Русская Кормовая Компания», ООО «Платан», «Ассортимент-Агро» и др.);

- мясокомбинаты, выпускающие консервы (ОАО «Великоновгородский мясной двор», ООО «Екатеринбургский мясокомбинат» и др.);

- отечественные компании, размещающие заказы на производство продукта под собственной торговой маркой (privat label) на чужих заводах (например, сети «Пятерочка», «Магнит», «Metro», «Лента», «Мосмарт»). Направление privat label в России считается весьма перспективным. Рост продаж в этом сегменте в последние годы составлял ~ 20%.

По подсчетам Research.Techart, до 90% российского рынка готовых кормов для животных контролируют зарубежные компании. Ведущими игроками здесь являются транснациональные корпорации. Совокупная доля Mars (включая Royal Canin) и Nestle (включая Purina) составляет около 85%. Причем 80% продаваемых кормов эти компании производят на своих заводах в России.

Безоговорочным лидером отечественного рынка кормов для животных с колоссальным отрывом является Mars — на долю продукции данного производителя приходится более 60% продаж.

Корма для кошек и собак, представленные на российском рынке, можно разделить на сухие и консервированные. В целом, сухие рационы такого же уровня обходятся дешевле, чем влажные, а их доля в общем объеме продаж достигает 80% (см. график 2).

В ассортименте сухих кормов для собак и кошек обычно выделяют четыре ценовые категории:

- экономичный продукт;
- мидл-продукт;
- премиум-продукт;
- суперпремиум-продукт.

При этом иногда корма эконом- и мидл-классов выделяют в одну группу — бакалейные корма; премиум- и суперпремиум продукты могут объединять в группу «корма высокой ценовой категории».

Корма эконом- и мидл-класса (до ~ 150 руб./кг) наиболее широко представлены на российском рынке: на них приходится свыше 70% продаж.

Премиальные корма отличаются широким ассортиментом, наличием линеек для разных возрастов и пород животных, специальных диет и лечебного питания. В этом сегменте, по мнению экспертов, представлена продукция только зарубежных производителей.

По мнению зарубежных аналитиков, российский рынок кормов для домашних животных, несмотря на снижение темпов его роста в натуральном и сокращение объема в денежном выражении по итогам прошлого года, является в значительной степени перспективным.

Одной из предпосылок дальнейшего роста рынка зоокормов в России является разница между затратами на содержание животного средним европейцем (2—3 тыс. долл. в год) и средним россиянином (по данным опросов, около 500 долл. в год).

Однако, по мнению Research.Techart, спрос на готовые корма для домашних животных в России приближается к насыщению, вследствие чего темпы роста рынка в ближайшем будущем будут заметно ниже, чем в докризисный период. По предварительным прогнозам, после выхода страны из кризиса (не ранее 2011 года) объем продаж промышленных кормов для кошек и собак будет увеличиваться на 10—15% ежегодно.

Этому в большей степени будет способствовать не столько рост числа домашних животных, сколько увеличение количества владельцев, использующих готовые корма для кормления кошек и собак, а также рост доли кормов премиум- и суперпремиум-класса в общем объеме продаж. Кроме того, необходимо отметить, что большими перспективами с точки зрения высоких темпов роста обладает рынок кормов для собак, который по сравнению с сегментом кормов для кошек менее насыщен.

График 2. Структура продаж кормов для домашних животных (собак и кошек) по видам, %

(источник: оценка Research.Techart)



Статья подготовлена Research.Techart
(www.research.techart, (495) 790-75-91 доб.124)
на основании исследований рынка кормов для домашних животных
www.research-techart.ru/report/pets-food-dogs-cats.htm

techart
Research.Techart
Маркетинговые исследования
www.research-techart.ru