

Маркетинговое исследование рынка кормов для домашних животных готовые промышленные корма для собак и кошек

09.02.2010, Версия 2

17 900 руб.



Аналитический отчет (PDF) – 103 страницы



База данных (CHM) – 74 компании

Описание отчета



Российский рынок товаров для животных прирастает на 20-30% в год, в 2 раза быстрее, чем за рубежом. В нашей стране, по разным оценкам, насчитывается 25-30 млн. домашних кошек и ~ 20 млн. собак. И 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).

Преимущественную часть потребления обеспечивают заводы иностранных компаний на территории РФ и российские производители. Импорт с каждым годом уменьшается и в настоящее время не превышает **15%**.

Наибольший спрос на готовые рационы наблюдается в столице и крупных городах, что обусловлено изменением стиля жизни людей, а также повышением доверия к "покупным" кормам.

Вторая редакция отчета содержит обновленные и расширенные данные о текущем состоянии российского рынка промышленных кормов, его динамике и структуре, тенденциях и перспективах, факторах, влияющих на развитие рынка. Также представлены результаты конкурентного анализа участников рынка. Приведена информация о российских заводах, выпускающих сухие и консервированные корма для животных: их расположении, мощности, производимой продукции, системе работы (собственные предприятия владельцев торговых марок либо OEM-производство), планах. Кроме того, рассмотрена структура рынка по производителям и торговым маркам кормов. Отдельно проанализирована система сбыта кормов – сети зоомагазинов, продуктовая розница, специализированные несетевые точки продаж, распространение в ветеринарных клиниках и питомниках собак и кошек. Большое внимание уделено спросу на промышленные рационы: предпочтения потребителей, особенности совершения покупки, чувствительность к изменению цен и т.д.

К отчету прилагается **база данных производителей** готовых кормов для домашних животных (собак и кошек).

Исследование **ориентировано** на производителей и поставщиков готовых кормов для кошек и собак, а также инвесторов, и призвано решать **три основные группы задач**:

- анализ текущего состояния и перспектив рынка;
- анализ деятельности конкурентов и сбытовой сети;
- анализ предпочтений потребителей и корректировка ассортиментной, ценовой и маркетинговой политики.

Методы исследования и источники информации

- Анализ первичной информации
- Экспертные опросы
- Мониторинг СМИ
- Специализированные базы данных
- Мониторинг официальной статистики
- Специальные и отраслевые издания
- Материалы конференций
- Собственные базы знаний группы

Содержание отчета

Введение

1. Владение домашними животными в России
2. Общие сведения о российском рынке кормов для домашних животных (собак и кошек)
 - 2.1. Текущее состояние и динамика развития
 - 2.2. Соотношение объемов производства, импорта и экспорта в 2007-2009 годах
 - 2.3. Внешняя торговля
 - 2.3.1. Импорт
 - 2.3.2. Экспорт
 - 2.4. Факторы, влияющие на развитие рынка
 - 2.5. Прогноз развития рынка. Тенденции
3. Конкурентный анализ
 - 3.1. Зарубежные производители
 - 3.2. Соотношение российских и зарубежных производств на территории России
 - 3.3. Дистрибьюторы зарубежных производителей
 - 3.4. Типы российских компаний-производителей
 - 3.4.1. Производители
 - 3.4.2. Private Label
 - 3.4.3. OEM-производство
 - 3.4.4. Мясокомбинаты
 - 3.5. География производителей
 - 3.6. Производственные мощности
 - 3.7. Структура рынка по производителям
 - 3.8. Ассортиментная политика
 - 3.8.1. Виды готовых кормов, представленные на рынке
 - 3.8.2. Торговые марки кормов зарубежного производства
 - 3.8.3. Торговые марки кормов российского производства
 - 3.8.4. Структура рынка по торговым маркам
 - 3.9. География продаж
 - 3.10. Каналы сбыта для российских производителей
 - 3.11. Дистрибьюторская политика
 - 3.12. Реклама кормов различных классов
 - 3.13. Выход на рынок
4. Организация сбыта
 - 4.1. Схема реализации
 - 4.2. Дистрибьюторы, импортеры и представители зарубежных компаний
 - 4.3. Розничная торговля
 - 4.3.1. Типы розничных торговых точек
 - 4.3.2. Места приобретения кормов
 - 4.3.3. Ассортимент торговых точек
 - 4.3.4. Положение на рынке
 - 4.3.5. Маркетинг
 - 4.3.6. Московские сети зоомагазинов
 - 4.3.7. Региональные сети
5. Маркетинг
 - 5.1. Традиционный маркетинг
 - 5.1.1. СМИ
 - 5.1.2. Участие в специализированных выставках
 - 5.2. Работа с потребителями
 - 5.2.1. Работа с клубами, заводчиками, питомниками
 - 5.2.2. Работа с ветеринарными пунктами
 - 5.2.3. Организация и спонсирование выставок собак/кошек и рингов
 - 5.2.4. Работа с конечными потребителями
 - 5.3. Нетрадиционная реклама
6. Предложение
 - 6.1. Ассортимент
 - 6.2. Упаковка и фасовка продукции
 - 6.2.1. Сухой корм для собак
 - 6.2.2. Сухой корм для кошек
 - 6.2.3. Консервированный корм для собак и кошек

6.3. Ценовой анализ

- 6.3.1. Сухой корм для собак
- 6.3.2. Сухой корм для кошек
- 6.3.3. Консервированный корм для собак
- 6.3.4. Консервированный корм для кошек

7. Спрос

7.1. Предпочтения владельцев собак и кошек относительно готовых кормов

- 7.1.1. Особенности потребителей и критерии выбора кормов
- 7.1.2. Структура спроса
- 7.1.3. Потребление промышленных рационов для кормления собак и кошек
- 7.1.4. Места покупки готовых кормов для животных
- 7.1.5. Особенности потребления готовых кормов для кошек
- 7.1.6. Особенности потребления готовых кормов для собак
- 7.1.7. Отношение к маркам готовых кормов
- 7.1.8. Покупка некоторых торговых марок готового корма для кошек
- 7.1.9. Покупка некоторых торговых марок готового корма для собак
- 7.1.10. Источники информации о готовых кормах для животных

7.2. Рекомендации профессионалов

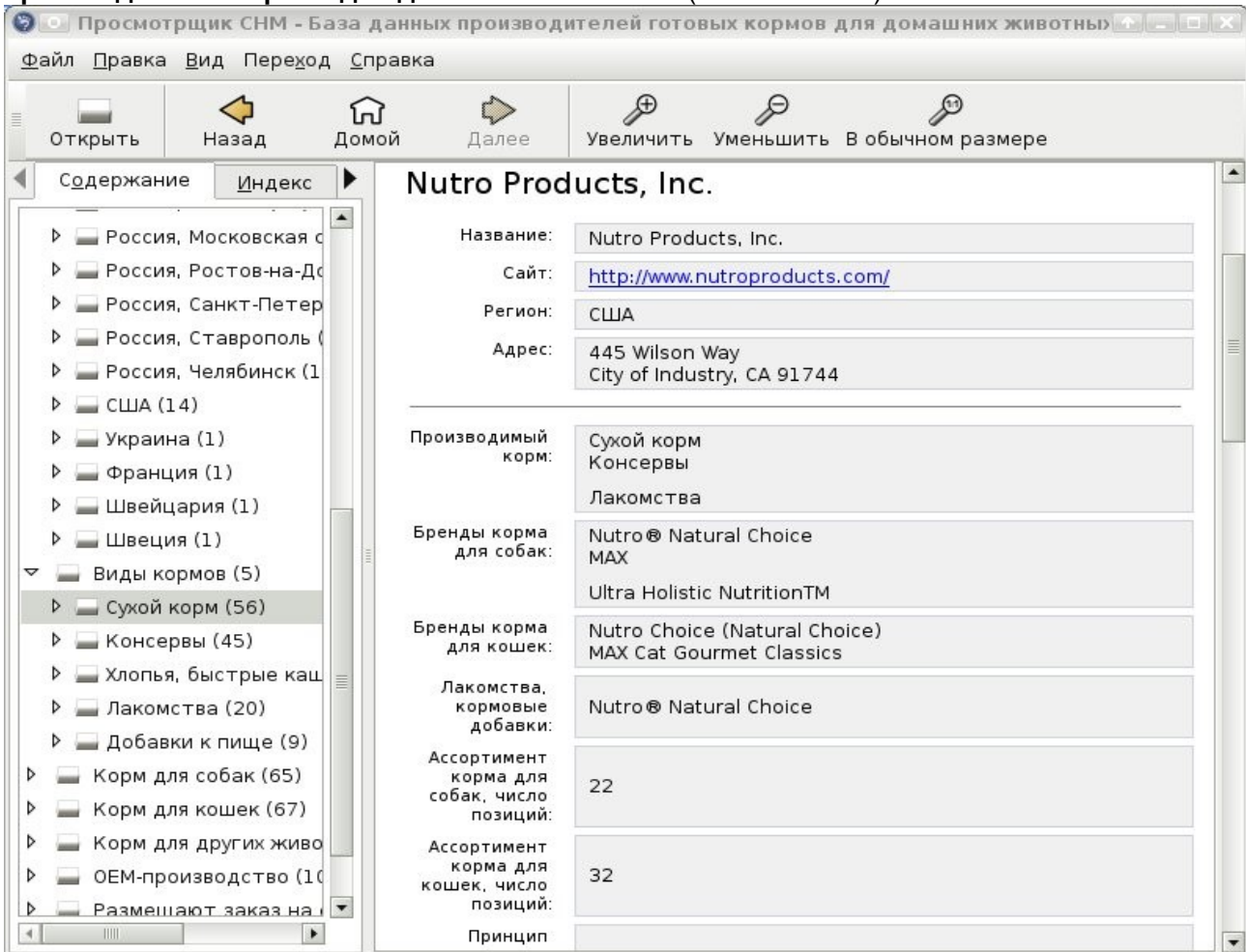
Выводы

Приложения

1. База данных производителей готовых кормов для домашних животных (собак и кошек)
2. Российские производители кормов для собак и кошек: факты о компаниях и доли рынка
3. Торговые марки готовых кормов для домашних питомцев, представленные на российском рынке
4. Специализированные сети зоомагазинов

База данных

Приложением к отчету является база данных (chm), содержащая подробные сведения о **74 производителях кормов для домашних животных (собак и кошек)**.



Формат базы данных – файл CHM (специально разработанный Microsoft формат данных для поддержки гипертекстовых справочных систем, он **не требует каких-либо средств для просмотра**, поскольку все необходимые модули уже встроены в операционную систему Windows).

Каждая компания описана следующим набором реквизитов:

- Название
- Сайт
- Регион
- Контактная информация
-
- Вид производимого корма (сухой, консервы, хлопья, быстрые каши, лакомства, добавки к пище)
- Бренды корма для собак
- Бренды корма для кошек
- Корма для других животных
- Лакомства, кормовые добавки
- Ассортимент корма для собак, число позиций
- Ассортимент корма для кошек, число позиций
- Принцип различия кормов для собак

В базе данных предусмотрен ряд выборок:

- выборка по региону: зарубежные производители сгруппированы по странам, отечественные – по городам России;
- сегментация по виду выпускаемого корма: сухой, консервы, хлопья, быстрые каши, лакомства, добавки к пище;
- сегментация по виду животных: корм для собак, корм для кошек, корм для других животных;
- выборка по наличию OEM-производства;
- выборка по наличию "private label" без собственных производственных мощностей.

Отдельно можно просмотреть информацию о крупных

- Принцип различия кормов для кошек

 - О компании
 - Факты о компании
 - Количество и месторасположение производств
 - Наличие OEM-производства
 - Размещение производства кормов под частными марками

 - Каналы сбыта
 - Дилеры
 - География продаж
 - Маркетинг
 - Примечания
- розничных сетях, продающих через свои торговые точки корма для домашних животных под собственной торговой маркой. По каждой выборке указывается количество найденных компаний.

Маркетинговое исследование рынка кормов для домашних животных - готовые корма для собак и кошек

09.02.2010, Версия 2

17 900 руб.

Аналитический отчет – 103 стр.,
 База данных (chm) – 74 компании

Специальные скидки	30%	Покупателям предыдущей версии отчета.
Скидки	5%	Вы уже покупали наши исследования или являетесь клиентом МГ «Текарт»
	5%	Вы одновременно покупаете свыше 3 <u>любых отчетов</u> Research.Techart.
	10%	Вы одновременно покупаете свыше 5 <u>аналитических отчетов</u> Research.Techart.

Как приобрести отчет

1. Заполните форму "[Заказ отчета](#)" на сайте или пришлите реквизиты на почту research@techart.ru или sale@research-techart.ru.
 Необходимые реквизиты:
 - для юридического лица: название компании, ИНН и КПП, а также контактное лицо, e-mail, телефон и полный адрес для отправки закрывающих документов;
 - для частного лица: фамилия, имя и отчество полностью, а также контактный телефон и e-mail.
2. При необходимости заключения договора, просьба указать это в заявке и выслать полные реквизиты компании (в т.ч. данные о руководителе и реквизиты банка).
3. Мы отправляем отчет и базу данных только в электронном виде на адрес e-mail. Если Вы хотите получить также печатную версию отчета и CD-диск, укажите это при оформлении заказа. Стоимость печатной версии – 200 рублей.
4. После поступления оплаты от Вас на наш счет, мы высылаем отчет в электронном (адаптированном для отправки on-line) виде на e-mail.
5. Если отчет необходим срочно, то мы можем отправить его по копии платежного поручения (Внимание! Платежка должна быть заверена банком!)
6. Если после прочтения отчета у Вас останутся вопросы о рынке, то Вы можете подготовить запрос для наших аналитиков (только в письменной форме, по телефону мы никаких консультаций не даем). Мы ответим на Ваше письмо или факс в кратчайшие сроки.
7. Если вы хотите подписаться на обновление данного отчета или на новые работы, посвященные рынку пищевых продуктов, сельского хозяйства, сообщите об этом менеджеру по продажам.



МАРКЕТИНГОВАЯ ГРУППА "ТЕКАРТ"

Research.Techart. Контактная информация

Тел./факс: (495) 663-32-62 – **отдел продаж**; вопросы, касаемые способов оплаты, заключения договоров, формы предоставления отчетов, получения оплаченных отчетов, закрывающих документов и т.п.

Тел./факс: (495) 790-75-91 # 124, 145 – **отдел готовой аналитики**; вопросы касаемые содержания отчетов, обновления или расширения отчетов.

Тел./факс: (495) 790-75-91 # 124 – вопросы сотрудничества, участия в экспертных программах, заказ индивидуальных исследований.

Дополнительные услуги

1. Обновление отчета об исследовании на текущий момент времени – дополнительно 30 000 рублей к цене отчета при обновлении с сохранением структуры исследования или от 60 000 до 120 000 рублей с расширением исследования по Вашему техническому заданию.
2. Написание бизнес-плана по теме отчета – от 60 000 рублей. При заказе обязательно указывать характеристики проекта и орган, в который подается бизнес-план – это учитывается при расчете стоимости работ.
3. Подготовка презентации по теме отчета на русском и / или английском языках – от 10 000 рублей.
4. Перевод отчета на английский язык – дополнительно 30 000 рублей к цене отчета.
5. Дополнительные сведения об импорте-экспорте – от 10 000 рублей за 1 товарную группу.
6. Создание баз данных компаний на основании Вашего запроса (например, данные о потенциальных потребителях, по трейдерам, поиск партнеров и т.п.) - от 20 000 рублей.
7. Проведение маркетинговых исследований по Вашему ТЗ – от 120 000 рублей.
8. Подготовка плана маркетинга, плана стратегического развития и прочие услуги маркетингового консалтинга – от 60 000 рублей.
9. Прочие услуги по проведению исследований рынка и консультационные услуги по развитию бизнеса – цены по запросу research@techart.ru
10. Услуги [комплексного маркетингового сопровождения бизнеса](#) (outsourcing маркетинговой службы или функции директора по маркетингу) – цены по запросу info@techart.ru