БизнесСтат

ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ТОВАРЫ · РОССИЯ

# Анализ рынка аксессуаров для ванной комнаты и туалета в России

демонстрационная версия отчета

# Параметры исследования

**Цель исследования**

Проанализировать ключевые параметры рынка аксессуаров для ванной комнаты и туалета, подготовить прогноз динамики рынка и определить потенциал дальнейшего развития.

**Объект исследования**

Аксессуары для ванной комнаты и туалета – мелкие бытовые изделия для хранения принадлежностей в ванной комнате и туалете, которые крепятся к стенам или ставятся на поверхности. По назначению выделяют держатели для полотенец, мыльницы, полочки и ерши для унитаза. Как правило, изготавливаются из пластика, нержавеющей стали, керамики или стекла. Реализуются частным покупателям и компаниям через магазины товаров для дома и маркетплейсы.

**Особенности рынка**

- доминирование импорта
- высокая конкуренция, диверсификация предложений
- развитие онлайн-продаж

**Основные аспекты исследования**

- драйверы, барьеры и тренды рынка
- объем и оборот рынка, его динамика, тенденции и сценарии развития
- рейтинги производителей
- средняя цена реализации
- уровень конкуренции и инвестиционная привлекательность рынка

## Сегментация рынка

**Виды в продажах:**

- наборы аксессуаров для ванной комнаты
- мыльницы
- дозаторы для жидкого мыла
- стаканы для зубных щеток
- ершики для унитаза
- держатели для туалетной бумаги

**Каналы продаж:**

- HoReCa
- корпоративные закупки
- онлайн-продажи
- физическая розница

## Источники

- законодательные акты
- корпоративная отчетность
- информационно-аналитические материалы Росстата
- оценки экспертов
- отраслевые издания

**Методы исследования**

- Поиск и анализ доступной статистики: сбор данных из публичных и ведомственных источников информации.
- Категоризация и аудит рыночной номенклатуры: систематизация рынка по классификаторам ОКПД2, ОКВЭД, ТНВЭД с одновременным сбором сведений о ценах и ассортименте.
- Экспертно-сравнительный анализ: изучение ретроспективных данных и текущих рыночных факторов (драйверов, барьеров, макроэкономического фона), а также сопоставление динамики рынка с аналогичными кейсами в смежных отраслях и других странах.

**Период исследования**

- 2021-2025 гг, прогноз на 2026-2030 гг

**География исследования**

- Россия

## Для кого предназначен отчет

- участники рынка: оценка емкости рынка, анализ положения компании, сценарное планирование развития, прогнозирование динамики рынка
- дистрибьюторы и ритейл: выявление потенциала спроса, оптимизация ассортиментной политики, оценка рыночных перспектив
- инвесторы и банки: оценка инвестиционной привлекательности отрасли, анализ перспектив развития сегмента
- поставщики сырья и оборудования: оценка объемов производства, прогнозирование потребности в сырье и комплектующих
- корпоративные покупатели: анализ конкурентной среды, определение оптимальных стратегий закупок

## О компании

БизнесСтат — автор готовых исследований рынков. В портфеле компании более 5 тыс выпущенных обзоров в 150 категориях товаров и услуг:

- широкий географический охват: Россия, ЕАЭС и СНГ, Индия, Китай и другие страны
- аналитика сложных рынков: хайтек и IT, услуги для бизнеса, медицина и биотехнологии, логистика, недвижимость, промышленное оборудование
- исследования с прогнозом на 5 лет и сценариями развития отрасли

БизнесСтат занимается исследованиями рынков с 2006 г. В компании работает команда аналитиков с многолетним опытом углубленного изучения своих отраслей.

# Резюме исследования

Динамика и ключевые тренды рынка аксессуаров для ванной комнаты и туалета в России в 2021-2025 гг.

...

...

...

...

...

...

# Содержание

**Определение рынка аксессуаров для ванной комнаты и туалета**

**Продажи аксессуаров для ванной комнаты и туалета**

- Объем рынка
- Оборот рынка
- Цена продаж

**Конкурентная среда**

- Рейтинг производителей аксессуаров для ванной комнаты и туалета (юрлиц)
- Финансовые показатели производителей аксессуаров для ванной комнаты и туалета (юрлиц)

**Профили ведущих предприятий отрасли**

- ООО «...»
- ООО «...»
- ООО «...»
- ООО «...»
- ООО «...»

**Экономические показатели отрасли**

**Выводы и прогнозы**

- Рыночные драйверы и барьеры
- Тренды и сценарии развития рынка
- Инвестиционная привлекательность рынка

**Методика исследования рынка**

# Список таблиц и диаграмм

## ТАБЛИЦЫ

Таблица 1. Продажи аксессуаров для ванной комнаты и туалета в России в 2021-2025 гг (шт)
Таблица 2. Прогноз продаж аксессуаров для ванной комнаты и туалета в России в 2026-2030 гг (шт)
Таблица 3. Продажи аксессуаров для ванной комнаты и туалета по видам в России в 2021-2025 гг (шт)
Таблица 4. Прогноз продаж аксессуаров для ванной комнаты и туалета по видам в России в 2026-2030 гг (шт)
Таблица 5. Продажи аксессуаров для ванной комнаты и туалета по каналам реализации в России в 2021-2025 гг (шт)
Таблица 6. Прогноз продаж аксессуаров для ванной комнаты и туалета по каналам реализации в России в 2026-2030 гг (шт)
Таблица 7. Оборот рынка аксессуаров для ванной комнаты и туалета в России в 2021-2025 гг (млрд руб)
Таблица 8. Прогноз оборота рынка аксессуаров для ванной комнаты и туалета в России в 2026-2030 гг (млрд руб)
Таблица 9. Оборот рынка аксессуаров для ванной комнаты и туалета по видам в России в 2021-2025 гг (млрд руб)
Таблица 10. Прогноз оборота рынка аксессуаров для ванной комнаты и туалета по видам в России в 2026-2030 гг (млрд руб)
Таблица 11. Оборот рынка аксессуаров для ванной комнаты и туалета по каналам реализации в России в 2021-2025 гг (млрд руб)
Таблица 12. Прогноз оборота рынка аксессуаров для ванной комнаты и туалета по каналам реализации в России в 2026-2030 гг (млрд руб)
Таблица 13. Цена продаж по видам аксессуаров для ванной комнаты и туалета в России в 2021-2025 гг (руб за шт)
Таблица 14. Прогноз цены продаж по видам аксессуаров для ванной комнаты и туалета в России в 2026-2030 гг (руб за шт)
Таблица 15. Цена продаж по каналам реализации аксессуаров для ванной комнаты и туалета в России в 2021-2025 гг (руб за шт)
Таблица 16. Прогноз цены продаж по каналам реализации аксессуаров для ванной комнаты и туалета в России в 2026-2030 гг (руб за шт)
Таблица 17. Рейтинг предприятий отрасли по выручке (млн руб)
Таблица 18. Выручка предприятий отрасли (млн руб)
Таблица 19. Прибыль от продаж предприятий отрасли (млн руб)
Таблица 20. Рентабельность продаж предприятий отрасли (%)
Таблица 21. Выручка от продаж в 2021-2025 гг (млрд руб)
Таблица 22. Коммерческие и управленческие расходы в 2021-2025 гг (млрд руб)
Таблица 23. Себестоимость в 2021-2025 гг (млрд руб)
Таблица 24. Прибыль от продаж в 2021-2025 гг (млрд руб)
Таблица 25. Инвестиции в отрасль в 2021-2025 гг (млрд руб)
Таблица 26. Численность работников отрасли в 2021-2025 гг (чел)
Таблица 27. Средняя зарплата в отрасли в 2021-2025 гг (руб в год)

## ДИАГРАММЫ

Диаграмма 1. Динамика продаж аксессуаров для ванной комнаты и туалета в России в 2021-2025 гг
Диаграмма 2. Динамика продаж аксессуаров для ванной комнаты и туалета по видам в России в 2021-2025 гг
Диаграмма 3. Структура оборота рынка аксессуаров для ванной комнаты и туалета по видам в России в 2025 г
Диаграмма 4. Методика анализа рынка БизнесСтат

# Определение рынка аксессуаров для ванной комнаты и туалета

Аксессуары для ванной комнаты и туалета – мелкие бытовые изделия для хранения принадлежностей в ванной комнате и туалете, которые крепятся к стенам или ставятся на поверхности. По назначению выделяют держатели для полотенец, мыльницы, полочки и ерши для унитаза. Как правило, изготавливаются из пластика, нержавеющей стали, керамики или стекла. Реализуются частным покупателям и компаниям через магазины товаров для дома и маркетплейсы.

...

По ОКВЭД 2 рынок аксессуаров для ванной комнаты и туалета соответствует кодам 22.29 – «Производство прочих пластмассовых изделий», 25.99 – «Производство прочих готовых металлических изделий, не включенных в другие группировки», 23.41 – «Производство хозяйственных и декоративных керамических изделий».

# Продажи аксессуаров для ванной комнаты и туалета

МЕТОДИЧЕСКИЙ КОММЕНТАРИЙ

Продажи отражают объем продукции, реализованной на внутреннем рынке в течение года.

## Объем рынка

МЕТОДИЧЕСКИЙ КОММЕНТАРИЙ

Натуральный объем продаж приводится в единицах учета товара при реализации и использовании – масса, объем или количество. При необходимости исходные сведения пересчитываются в единицы, принятые в обзоре; единица измерения указана в заголовке каждой таблицы.

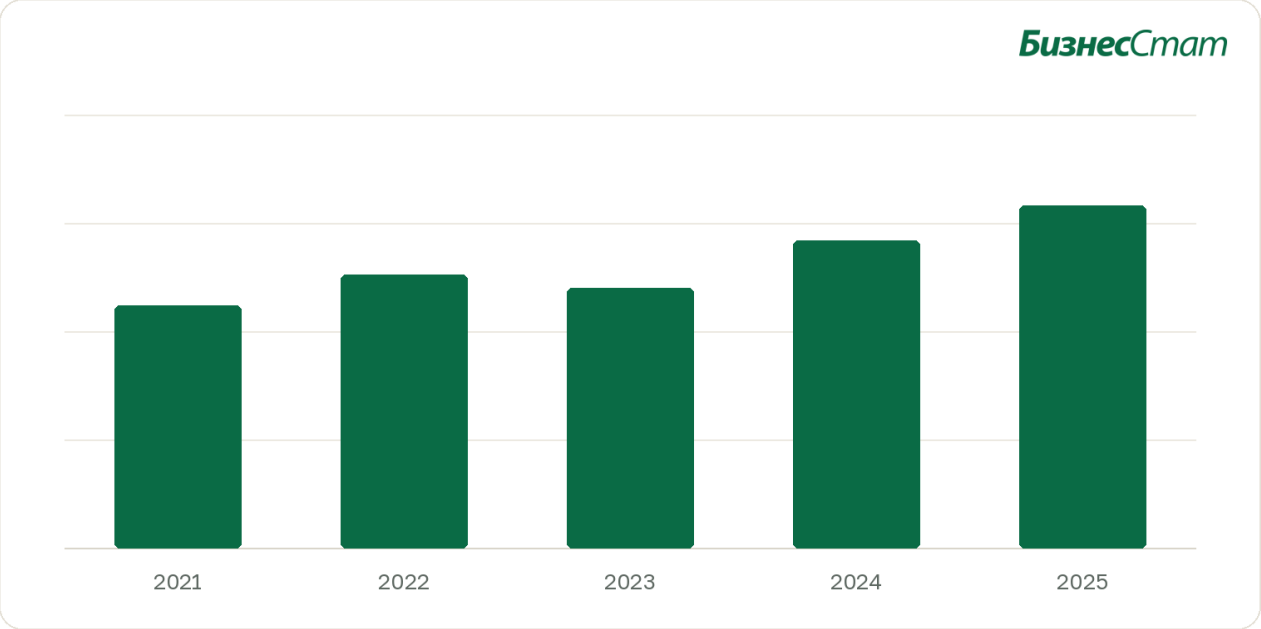
### Таблица 1. Продажи аксессуаров для ванной комнаты и туалета в России в 2021-2025 гг (шт)

| Параметр | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 |
|---|---|---|---|---|---|
| Продажи (шт) | ... | ... | ... | ... | ... |
| Динамика (% к предыдущему году) | ... | ... | ... | ... | ... |

Источник: онлайн-опрос потребителей, расчеты БизнесСтат

Статистические органы не публикуют сведения о продажах большинства товарных групп. Для рынков, по которым статистика не позволяет построить полный товарный баланс производства, импорта и экспорта, продажи рассчитываются как сумма продаж по каналам реализации.

## Диаграмма 1. Динамика продаж аксессуаров для ванной комнаты и туалета в России в 2021-2025 гг




...

- ...
- ...
- ...

## Таблица 2. Прогноз продаж аксессуаров для ванной комнаты и туалета в России в 2026-2030 гг (шт)

| Параметр | 2026 | 2027 | 2028 | 2029 | 2030 |
|---|---|---|---|---|---|
| Продажи (шт) | ... | ... | ... | ... | ... |
| Динамика (% к предыдущему году) | ... | ... | ... | ... | ... |

Источник: расчеты БизнесСтат

...

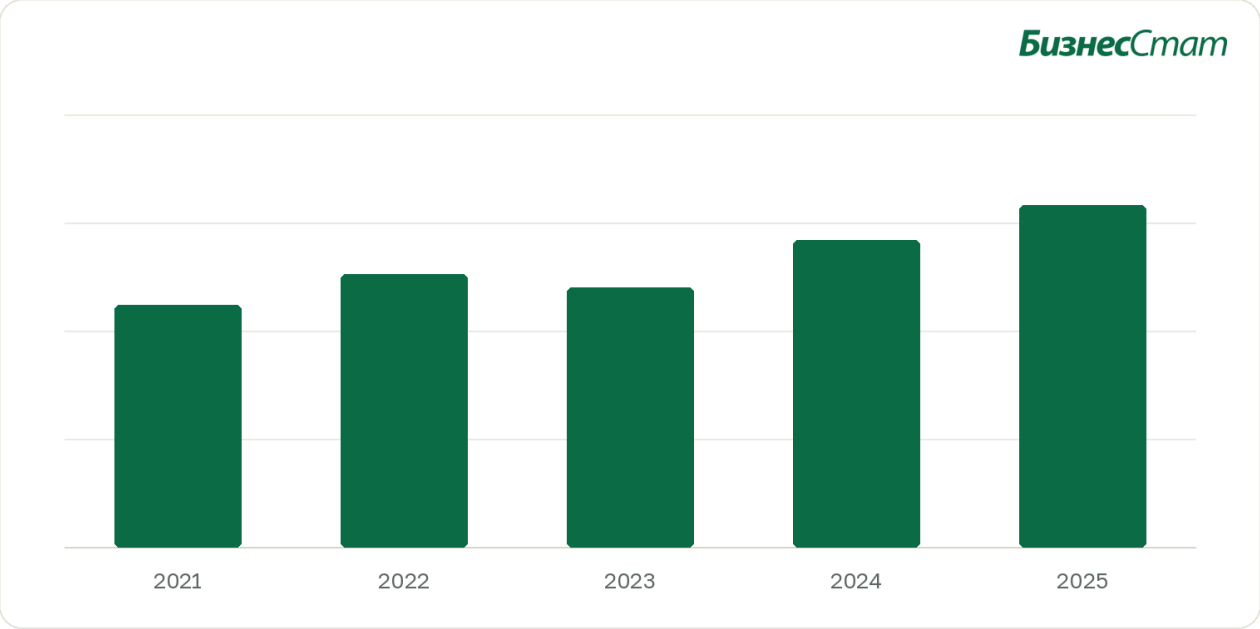
## Таблица 3. Продажи аксессуаров для ванной комнаты и туалета по видам в России в 2021-2025 гг (шт)

| Вид | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 |
|---|---|---|---|---|---|
| наборы аксессуаров для ванной комнаты | ... | ... | ... | ... | ... |
| мыльницы | ... | ... | ... | ... | ... |
| дозаторы для жидкого мыла | ... | ... | ... | ... | ... |
| стаканы для зубных щеток | ... | ... | ... | ... | ... |
| ершики для унитаза | ... | ... | ... | ... | ... |
| держатели для туалетной бумаги | ... | ... | ... | ... | ... |
| **Всего** | **...** | **...** | **...** | **...** | **...** |

Источник: расчеты БизнесСтат

Продажи по видам рассчитаны с учетом структуры производства и внешней торговли. Полученные оценки уточнены по результатам аудита ассортимента и цен.

## Диаграмма 2. Динамика продаж аксессуаров для ванной комнаты и туалета по видам в России в 2021-2025 гг




...

- ...
- ...
- ...

## Таблица 4. Прогноз продаж аксессуаров для ванной комнаты и туалета по видам в России в 2026-2030 гг (шт)

| Вид | 2026 | 2027 | 2028 | 2029 | 2030 |
|---|---|---|---|---|---|
| наборы аксессуаров для ванной комнаты | ... | ... | ... | ... | ... |
| мыльницы | ... | ... | ... | ... | ... |
| дозаторы для жидкого мыла | ... | ... | ... | ... | ... |
| стаканы для зубных щеток | ... | ... | ... | ... | ... |
| ершики для унитаза | ... | ... | ... | ... | ... |
| держатели для туалетной бумаги | ... | ... | ... | ... | ... |
| **Всего** | **...** | **...** | **...** | **...** | **...** |

Источник: расчеты БизнесСтат

...

## Таблица 5. Продажи аксессуаров для ванной комнаты и туалета по каналам реализации в России в 2021-2025 гг (шт)

| Канал | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 |
|---|---|---|---|---|---|
| HoReCa | ... | ... | ... | ... | ... |
| корпоративные закупки | ... | ... | ... | ... | ... |
| онлайн-продажи | ... | ... | ... | ... | ... |
| физическая розница | ... | ... | ... | ... | ... |
| **Всего** | **...** | **...** | **...** | **...** | **...** |

Источник: онлайн-опрос потребителей, расчеты БизнесСтат

Перечень каналов реализации зависит от специфики рынка. В таблице приведены каналы, через которые фактически осуществляются продажи на данном рынке. Ниже приведен общий подход к оценке продаж по каналам реализации: розничные продажи рассчитываются на основе результатов онлайн-опроса потребителей, корпоративные закупки оцениваются по потребности организаций-покупателей, государственные закупки – по сведениям Единой информационной системы в сфере закупок.

### Таблица 6. Прогноз продаж аксессуаров для ванной комнаты и туалета по каналам реализации в России в 2026-2030 гг (шт)

| Канал | 2026 | 2027 | 2028 | 2029 | 2030 |
|---|---|---|---|---|---|
| HoReCa | ... | ... | ... | ... | ... |
| корпоративные закупки | ... | ... | ... | ... | ... |
| онлайн-продажи | ... | ... | ... | ... | ... |
| физическая розница | ... | ... | ... | ... | ... |
| **Всего** | **...** | **...** | **...** | **...** | **...** |

Источник: расчеты БизнесСтат

...

## Оборот рынка

> МЕТОДИЧЕСКИЙ КОММЕНТАРИЙ
>
> Оборот рынка отражает совокупную стоимость реализованной продукции.
> Рассчитывается как произведение цены реализации на натуральный объем продаж.

### Таблица 7. Оборот рынка аксессуаров для ванной комнаты и туалета в России в 2021-2025 гг (млрд руб)

| Параметр | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 |
|---|---|---|---|---|---|
| Оборот рынка (млрд руб) | ... | ... | ... | ... | ... |
| Динамика (% к предыдущему году) | ... | ... | ... | ... | ... |

Источник: расчеты БизнесСтат

Оборот рынка рассчитан как сумма оборота по каналам реализации.

### Таблица 8. Прогноз оборота рынка аксессуаров для ванной комнаты и туалета в России в 2026-2030 гг (млрд руб)

| Параметр | 2026 | 2027 | 2028 | 2029 | 2030 |
|---|---|---|---|---|---|
| Оборот рынка (млрд руб) | ... | ... | ... | ... | ... |
| Динамика (% к предыдущему году) | ... | ... | ... | ... | ... |

Источник: расчеты БизнесСтат

...

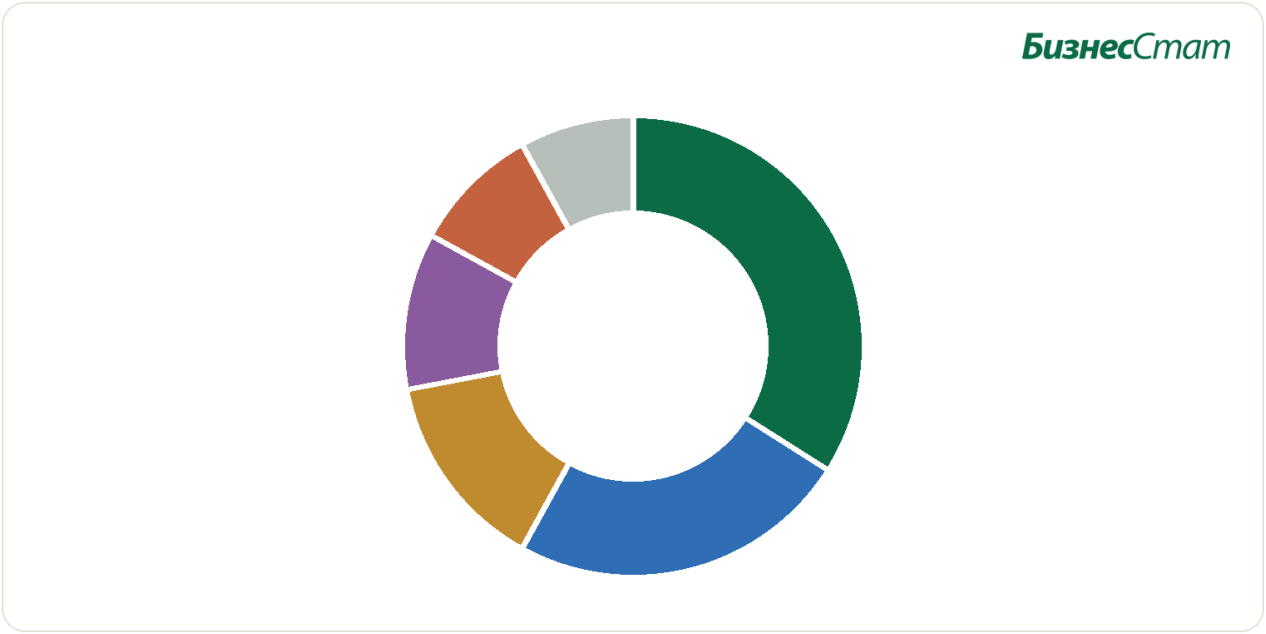
## Таблица 9. Оборот рынка аксессуаров для ванной комнаты и туалета по видам в России в 2021-2025 гг (млрд руб)

| Вид | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 |
|---|---|---|---|---|---|
| наборы аксессуаров для ванной комнаты | ... | ... | ... | ... | ... |
| мыльницы | ... | ... | ... | ... | ... |
| дозаторы для жидкого мыла | ... | ... | ... | ... | ... |
| стаканы для зубных щеток | ... | ... | ... | ... | ... |
| ершики для унитаза | ... | ... | ... | ... | ... |
| держатели для туалетной бумаги | ... | ... | ... | ... | ... |
| **Всего** | **...** | **...** | **...** | **...** | **...** |

Источник: расчеты БизнесСтат

Оборот по каждому виду рассчитан как произведение натурального объема продаж на среднюю цену этого вида.

## Диаграмма 3. Структура оборота рынка аксессуаров для ванной комнаты и туалета по видам в России в 2025 г




...

- ...
- ...
- ...

## Таблица 10. Прогноз оборота рынка аксессуаров для ванной комнаты и туалета по видам в России в 2026-2030 гг (млрд руб)

| Вид | 2026 | 2027 | 2028 | 2029 | 2030 |
|---|---|---|---|---|---|
| наборы аксессуаров для ванной комнаты | ... | ... | ... | ... | ... |
| мыльницы | ... | ... | ... | ... | ... |
| дозаторы для жидкого мыла | ... | ... | ... | ... | ... |
| стаканы для зубных щеток | ... | ... | ... | ... | ... |
| ершики для унитаза | ... | ... | ... | ... | ... |
| держатели для туалетной бумаги | ... | ... | ... | ... | ... |
| **Всего** | **...** | **...** | **...** | **...** | **...** |

Источник: расчеты БизнесСтат

...

## Таблица 11. Оборот рынка аксессуаров для ванной комнаты и туалета по каналам реализации в России в 2021-2025 гг (млрд руб)

| Канал | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 |
|---|---|---|---|---|---|
| HoReCa | ... | ... | ... | ... | ... |
| корпоративные закупки | ... | ... | ... | ... | ... |
| онлайн-продажи | ... | ... | ... | ... | ... |
| физическая розница | ... | ... | ... | ... | ... |
| **Всего** | **...** | **...** | **...** | **...** | **...** |

Источник: расчеты БизнесСтат

Оборот по каждому каналу реализации рассчитан как произведение объема продаж в канале на цену продаж в этом канале.

### Таблица 12. Прогноз оборота рынка аксессуаров для ванной комнаты и туалета по каналам реализации в России в 2026-2030 гг (млрд руб)

| Канал | 2026 | 2027 | 2028 | 2029 | 2030 |
|---|---|---|---|---|---|
| HoReCa | ... | ... | ... | ... | ... |
| корпоративные закупки | ... | ... | ... | ... | ... |
| онлайн-продажи | ... | ... | ... | ... | ... |
| физическая розница | ... | ... | ... | ... | ... |
| **Всего** | **...** | **...** | **...** | **...** | **...** |

Источник: расчеты БизнесСтат

...

## Цена продаж

> МЕТОДИЧЕСКИЙ КОММЕНТАРИЙ
>
> В главе приводится цена с учетом НДС. При расчете цен БизнесСтат использует результаты собственного аудита цен и сведения Росстата.

### Таблица 13. Цена продаж по видам аксессуаров для ванной комнаты и туалета в России в 2021-2025 гг (руб за шт)

| Вид | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 |
|---|---|---|---|---|---|
| наборы аксессуаров для ванной комнаты | ... | ... | ... | ... | ... |
| мыльницы | ... | ... | ... | ... | ... |
| дозаторы для жидкого мыла | ... | ... | ... | ... | ... |
| стаканы для зубных щеток | ... | ... | ... | ... | ... |
| ершики для унитаза | ... | ... | ... | ... | ... |
| держатели для туалетной бумаги | ... | ... | ... | ... | ... |
| **Средняя цена продаж** | **...** | **...** | **...** | **...** | **...** |

Источник: расчеты БизнесСтат

Цена по видам оценена с учетом результатов аудита ассортимента и цен и сверена с ценовой статистикой Росстата.

## Таблица 14. Прогноз цены продаж по видам аксессуаров для ванной комнаты и туалета в России в 2026-2030 гг (руб за шт)

| Вид | 2026 | 2027 | 2028 | 2029 | 2030 |
|---|---|---|---|---|---|
| наборы аксессуаров для ванной комнаты | ... | ... | ... | ... | ... |
| мыльницы | ... | ... | ... | ... | ... |
| дозаторы для жидкого мыла | ... | ... | ... | ... | ... |
| стаканы для зубных щеток | ... | ... | ... | ... | ... |
| ершики для унитаза | ... | ... | ... | ... | ... |
| держатели для туалетной бумаги | ... | ... | ... | ... | ... |
| **Средняя цена продаж** | **...** | **...** | **...** | **...** | **...** |

Источник: расчеты БизнесСтат

...

## Таблица 15. Цена продаж по каналам реализации аксессуаров для ванной комнаты и туалета в России в 2021-2025 гг (руб за шт)

| Канал | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 |
|---|---|---|---|---|---|
| HoReCa | ... | ... | ... | ... | ... |
| корпоративные закупки | ... | ... | ... | ... | ... |
| онлайн-продажи | ... | ... | ... | ... | ... |
| физическая розница | ... | ... | ... | ... | ... |
| **Средняя цена продаж** | **...** | **...** | **...** | **...** | **...** |

Источник: расчеты БизнесСтат

Цена продаж в каждом канале определяется по результатам аудита ассортимента и цен и сведениям о закупках.

## Таблица 16. Прогноз цены продаж по каналам реализации аксессуаров для ванной комнаты и туалета в России в 2026-2030 гг (руб за шт)

| Канал | 2026 | 2027 | 2028 | 2029 | 2030 |
|---|---|---|---|---|---|
| HoReCa | ... | ... | ... | ... | ... |
| корпоративные закупки | ... | ... | ... | ... | ... |
| онлайн-продажи | ... | ... | ... | ... | ... |
| физическая розница | ... | ... | ... | ... | ... |
| **Средняя цена продаж** | **...** | **...** | **...** | **...** | **...** |

Источник: расчеты БизнесСтат

...

# Конкурентная среда

МЕТОДИЧЕСКИЙ КОММЕНТАРИЙ

Финансовые показатели предприятий приведены на основании корпоративной отчетности. В рейтинг включены российские юридические лица, занимающиеся производством аксессуаров для ванной комнаты и туалета, с наиболее высокой выручкой. Рейтинг сформирован по отдельным юридическим лицам. Сведения о собственниках компаний и принадлежности к холдинговым структурам приведены в главе «Профили ведущих предприятий отрасли».

Выручка включает доходы от реализации всех товаров, работ и услуг в рамках коммерческой деятельности предприятия. Публичная отчетность, как правило, не позволяет выделить выручку от отдельных видов продукции или услуг, поэтому для многопрофильных компаний доходы от реализации аксессуаров для ванной комнаты и туалета составляют только часть учитываемой выручки.

Участники рейтинга ранжируются по выручке за последний доступный отчетный период. Состав рейтинга и финансовые показатели зависят от доступности сведений на момент подготовки обзора. В соответствии с Постановлением Правительства РФ от 27.06.2026 №798, вступающим в силу с 1 января 2027 г, часть компаний вправе закрыть доступ к своей отчетности. Новый документ заменяет ранее действовавшие постановления от 16.09.2022 №1624 и от 03.09.2025 №1361. Если участники рейтинга воспользовались этой возможностью и не раскрыли информацию, их позиция определяется на основании выручки за предыдущие доступные периоды.

Поскольку часть организаций представляет отчетность с опозданием, сведения за последний отчетный год включаются в обзор в середине следующего года. Если сведения в приобретенном обзоре устарели, рейтинг обновляется по запросу.

Если компания заказчика не отражена в рейтинге при наличии выручки, достаточной для включения, БизнесСтат добавит компанию по запросу со ссылкой на источник – «Информация компании».

## Рейтинг производителей аксессуаров для ванной комнаты и туалета (юрлиц)

### Таблица 17. Рейтинг предприятий отрасли по выручке (млн руб)

| № | Предприятие | ИНН | Регион | год последней отчетности | млн руб |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | ... | ... | ... | ... | ... |
| 2 | ... | ... | ... | ... | ... |
| 3 | ... | ... | ... | ... | ... |
| 4 | ... | ... | ... | ... | ... |
| 5 | ... | ... | ... | ... | ... |
| 6 | ... | ... | ... | ... | ... |
| 7 | ... | ... | ... | ... | ... |
| 8 | ... | ... | ... | ... | ... |
| 9 | ... | ... | ... | ... | ... |
| 10 | ... | ... | ... | ... | ... |
| 11 | ... | ... | ... | ... | ... |
| 12 | ... | ... | ... | ... | ... |
| 13 | ... | ... | ... | ... | ... |
| 14 | ... | ... | ... | ... | ... |
| 15 | ... | ... | ... | ... | ... |
| 16 | ... | ... | ... | ... | ... |
| 17 | ... | ... | ... | ... | ... |
| 18 | ... | ... | ... | ... | ... |
| 19 | ... | ... | ... | ... | ... |
| 20 | ... | ... | ... | ... | ... |

Источник: корпоративная отчетность

Выручка отражает доход от реализации всех товаров, работ и услуг за год и приводится без учета НДС, акцизов и иных обязательных платежей.

## Финансовые показатели производителей аксессуаров для ванной комнаты и туалета (юрлиц)

### Таблица 18. Выручка предприятий отрасли (млн руб)

| № | Предприятие | ИНН | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... |
| 2 | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... |
| 3 | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... |
| 4 | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... |
| 5 | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... |
| 6 | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... |
| 7 | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... |
| 8 | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... |
| 9 | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... |
| 10 | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... |
| 11 | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... |
| 12 | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... |
| 13 | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... |
| 14 | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... |
| 15 | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... |
| 16 | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... |
| 17 | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... |
| 18 | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... |
| 19 | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... |
| 20 | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... |

Источник: корпоративная отчетность

Выручка отражает доход от реализации всех товаров, работ и услуг за год и приводится без учета НДС, акцизов и иных обязательных платежей.

## Таблица 19. Прибыль от продаж предприятий отрасли (млн руб)

| № | Предприятие | ИНН | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... |
| 2 | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... |
| 3 | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... |
| 4 | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... |
| 5 | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... |
| 6 | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... |
| 7 | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... |
| 8 | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... |
| 9 | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... |
| 10 | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... |
| 11 | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... |
| 12 | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... |
| 13 | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... |
| 14 | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... |
| 15 | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... |
| 16 | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... |
| 17 | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... |
| 18 | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... |
| 19 | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... |
| 20 | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... |

Источник: корпоративная отчетность

Прибыль (убыток) от продаж рассчитывается как выручка от продаж за вычетом себестоимости, коммерческих и управленческих расходов.

## Таблица 20. Рентабельность продаж предприятий отрасли (%)

| № | Предприятие | ИНН | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... |
| 2 | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... |
| 3 | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... |
| 4 | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... |
| 5 | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... |
| 6 | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... |
| 7 | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... |
| 8 | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... |
| 9 | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... |
| 10 | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... |
| 11 | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... |
| 12 | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... |
| 13 | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... |
| 14 | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... |
| 15 | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... |
| 16 | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... |
| 17 | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... |
| 18 | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... |
| 19 | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... |
| 20 | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... |

Источник: корпоративная отчетность

Рентабельность продаж определяется как отношение прибыли от продаж к выручке от продаж и характеризует долю прибыли в каждом рубле выручки.

# Профили ведущих предприятий отрасли

МЕТОДИЧЕСКИЙ КОММЕНТАРИЙ

В главе приводятся сведения о компаниях, возглавляющих рейтинг предприятий отрасли по выручке. Состав сведений зависит от наличия открытых и актуальных сведений. Раздел ограничен компаниями с открытыми финансовыми показателями.

Если сведения о компании заказчика отражены некорректно или не в полном объеме, их можно исправить по запросу со ссылкой на источник – «Информация компании».

## ООО «...»

...

**Основные продукты:**

...

**Конкурентные преимущества:**

...

**Последние важные события:**

...

### Регистрационные данные

| | |
|---|---|
| **Наименование** | «...», общество с ограниченной ответственностью |
| **Дата первичной регистрации** | ... |
| **Адрес** | ... |
| **Сайт** | ... |
| **Вид деятельности** | ... |
| **Код ОКВЭД** | ... |
| **ОГРН** | ... |
| **ИНН** | ... |
| **КПП** | ... |
| **Уставный капитал (тыс руб)** | ... |

Источник: корпоративная отчетность

## Руководство предприятия

| Фамилия Имя Отчество | Должность |
|---|---|
| ... | ... |

Источник: корпоративная отчетность

## Отчет о финансовых результатах (тыс руб)

| Показатель | строка | ... | ... | ... |
|---|---|---|---|---|
| **ДОХОДЫ И РАСХОДЫ ПО ОБЫЧНЫМ ВИДАМ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ** | ... | ... | ... | ... |
| Выручка (за вычетом НДС, акцизов) | ... | ... | ... | ... |
| Себестоимость продаж | ... | ... | ... | ... |
| **ВАЛОВАЯ ПРИБЫЛЬ (УБЫТОК)** | ... | ... | ... | ... |
| Коммерческие расходы | ... | ... | ... | ... |
| Управленческие расходы | ... | ... | ... | ... |
| **ПРИБЫЛЬ (УБЫТОК) ОТ ПРОДАЖ** | ... | ... | ... | ... |
| Проценты к получению | ... | ... | ... | ... |
| Проценты к уплате | ... | ... | ... | ... |
| Прочие доходы | ... | ... | ... | ... |
| Прочие расходы | ... | ... | ... | ... |
| **ПРИБЫЛЬ (УБЫТОК) ДО НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ** | ... | ... | ... | ... |
| **ЧИСТАЯ ПРИБЫЛЬ (УБЫТОК)** | ... | ... | ... | ... |

Источник: корпоративная отчетность

## ООО «...»

...

### Основные продукты:

...

### Конкурентные преимущества:

...

### Последние важные события:

...

### Регистрационные данные

| | |
|---|---|
| **Наименование** | «...», общество с ограниченной ответственностью |
| **Дата первичной регистрации** | ... |
| **Адрес** | ... |
| **Сайт** | ... |
| **Вид деятельности** | ... |
| **Код ОКВЭД** | ... |
| **ОГРН** | ... |
| **ИНН** | ... |
| **КПП** | ... |
| **Уставный капитал (тыс руб)** | ... |

Источник: корпоративная отчетность

### Руководство предприятия

| Фамилия Имя Отчество | Должность |
|---|---|
| ... | ... |

Источник: корпоративная отчетность

## Отчет о финансовых результатах (тыс руб)

| Показатель | строка | ... | ... | ... |
|---|---|---|---|---|
| **ДОХОДЫ И РАСХОДЫ ПО ОБЫЧНЫМ ВИДАМ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ** | ... | ... | ... | ... |
| Выручка (за вычетом НДС, акцизов) | ... | ... | ... | ... |
| Себестоимость продаж | ... | ... | ... | ... |
| **ВАЛОВАЯ ПРИБЫЛЬ (УБЫТОК)** | ... | ... | ... | ... |
| Коммерческие расходы | ... | ... | ... | ... |
| Управленческие расходы | ... | ... | ... | ... |
| **ПРИБЫЛЬ (УБЫТОК) ОТ ПРОДАЖ** | ... | ... | ... | ... |
| Проценты к получению | ... | ... | ... | ... |
| Проценты к уплате | ... | ... | ... | ... |
| Прочие доходы | ... | ... | ... | ... |
| Прочие расходы | ... | ... | ... | ... |
| **ПРИБЫЛЬ (УБЫТОК) ДО НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ** | ... | ... | ... | ... |
| **ЧИСТАЯ ПРИБЫЛЬ (УБЫТОК)** | ... | ... | ... | ... |

Источник: корпоративная отчетность

## ООО «...»

...

### Основные продукты:

...

### Конкурентные преимущества:

...

### Последние важные события:

...

### Регистрационные данные

| | |
|---|---|
| **Наименование** | «...», общество с ограниченной ответственностью |
| **Дата первичной регистрации** | ... |
| **Адрес** | ... |
| **Сайт** | ... |
| **Вид деятельности** | ... |
| **Код ОКВЭД** | ... |
| **ОГРН** | ... |
| **ИНН** | ... |
| **КПП** | ... |
| **Уставный капитал (тыс руб)** | ... |

Источник: корпоративная отчетность

### Руководство предприятия

| Фамилия Имя Отчество | Должность |
|---|---|
| ... | ... |

Источник: корпоративная отчетность

## Отчет о финансовых результатах (тыс руб)

| Показатель | строка | ... | ... | ... |
|---|---|---|---|---|
| **ДОХОДЫ И РАСХОДЫ ПО ОБЫЧНЫМ ВИДАМ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ** | ... | ... | ... | ... |
| Выручка (за вычетом НДС, акцизов) | ... | ... | ... | ... |
| Себестоимость продаж | ... | ... | ... | ... |
| **ВАЛОВАЯ ПРИБЫЛЬ (УБЫТОК)** | ... | ... | ... | ... |
| Коммерческие расходы | ... | ... | ... | ... |
| Управленческие расходы | ... | ... | ... | ... |
| **ПРИБЫЛЬ (УБЫТОК) ОТ ПРОДАЖ** | ... | ... | ... | ... |
| Проценты к получению | ... | ... | ... | ... |
| Проценты к уплате | ... | ... | ... | ... |
| Прочие доходы | ... | ... | ... | ... |
| Прочие расходы | ... | ... | ... | ... |
| **ПРИБЫЛЬ (УБЫТОК) ДО НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ** | ... | ... | ... | ... |
| **ЧИСТАЯ ПРИБЫЛЬ (УБЫТОК)** | ... | ... | ... | ... |

Источник: корпоративная отчетность

## ООО «...»

...

### Основные продукты:

...

### Конкурентные преимущества:

...

### Последние важные события:

...

### Регистрационные данные

| | |
|---|---|
| **Наименование** | «...», общество с ограниченной ответственностью |
| **Дата первичной регистрации** | ... |
| **Адрес** | ... |
| **Сайт** | ... |
| **Вид деятельности** | ... |
| **Код ОКВЭД** | ... |
| **ОГРН** | ... |
| **ИНН** | ... |
| **КПП** | ... |
| **Уставный капитал (тыс руб)** | ... |

Источник: корпоративная отчетность

### Руководство предприятия

| Фамилия Имя Отчество | Должность |
|---|---|
| ... | ... |

Источник: корпоративная отчетность

## Отчет о финансовых результатах (тыс руб)

| Показатель | строка | ... | ... | ... |
|---|---|---|---|---|
| **ДОХОДЫ И РАСХОДЫ ПО ОБЫЧНЫМ ВИДАМ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ** | ... | ... | ... | ... |
| Выручка (за вычетом НДС, акцизов) | ... | ... | ... | ... |
| Себестоимость продаж | ... | ... | ... | ... |
| **ВАЛОВАЯ ПРИБЫЛЬ (УБЫТОК)** | ... | ... | ... | ... |
| Коммерческие расходы | ... | ... | ... | ... |
| Управленческие расходы | ... | ... | ... | ... |
| **ПРИБЫЛЬ (УБЫТОК) ОТ ПРОДАЖ** | ... | ... | ... | ... |
| Проценты к получению | ... | ... | ... | ... |
| Проценты к уплате | ... | ... | ... | ... |
| Прочие доходы | ... | ... | ... | ... |
| Прочие расходы | ... | ... | ... | ... |
| **ПРИБЫЛЬ (УБЫТОК) ДО НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ** | ... | ... | ... | ... |
| **ЧИСТАЯ ПРИБЫЛЬ (УБЫТОК)** | ... | ... | ... | ... |

Источник: корпоративная отчетность

## ООО «...»

...

### Основные продукты:

...

### Конкурентные преимущества:

...

### Последние важные события:

...

### Регистрационные данные

| | |
|---|---|
| **Наименование** | «...», общество с ограниченной ответственностью |
| **Дата первичной регистрации** | ... |
| **Адрес** | ... |
| **Сайт** | ... |
| **Вид деятельности** | ... |
| **Код ОКВЭД** | ... |
| **ОГРН** | ... |
| **ИНН** | ... |
| **КПП** | ... |
| **Уставный капитал (тыс руб)** | ... |

Источник: корпоративная отчетность

### Руководство предприятия

| Фамилия Имя Отчество | Должность |
|---|---|
| ... | ... |

Источник: корпоративная отчетность

## Отчет о финансовых результатах (тыс руб)

| Показатель | строка | ... | ... | ... |
|---|---|---|---|---|
| **ДОХОДЫ И РАСХОДЫ ПО ОБЫЧНЫМ ВИДАМ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ** | ... | ... | ... | ... |
| Выручка (за вычетом НДС, акцизов) | ... | ... | ... | ... |
| Себестоимость продаж | ... | ... | ... | ... |
| **ВАЛОВАЯ ПРИБЫЛЬ (УБЫТОК)** | ... | ... | ... | ... |
| Коммерческие расходы | ... | ... | ... | ... |
| Управленческие расходы | ... | ... | ... | ... |
| **ПРИБЫЛЬ (УБЫТОК) ОТ ПРОДАЖ** | ... | ... | ... | ... |
| Проценты к получению | ... | ... | ... | ... |
| Проценты к уплате | ... | ... | ... | ... |
| Прочие доходы | ... | ... | ... | ... |
| Прочие расходы | ... | ... | ... | ... |
| **ПРИБЫЛЬ (УБЫТОК) ДО НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ** | ... | ... | ... | ... |
| **ЧИСТАЯ ПРИБЫЛЬ (УБЫТОК)** | ... | ... | ... | ... |

Источник: корпоративная отчетность

# Экономические показатели отрасли

МЕТОДИЧЕСКИЙ КОММЕНТАРИЙ

В главе представлен анализ основных экономических показателей отрасли по коду ОКВЭД 2, который точнее всего соответствует рынку. Источником служит обязательная бухгалтерская и статистическая отчетность предприятий:

• бухгалтерский баланс и отчет о финансовых результатах – компании сдают их в Федеральную налоговую службу

• формы статистического наблюдения П-2 «Сведения об инвестициях», П-3 «Сведения о финансовом состоянии организации» и П-4 «Сведения о численности и заработной плате работников» – компании сдают их в Росстат

Компания может вести несколько видов деятельности, но в статистике ее показатели относятся к основному виду. Законодательство не требует учитывать финансовые показатели по более узким видам деятельности, поэтому особенности формирования отчетности обусловливают следующие ограничения:

• предприятия, выпускающие соответствующую продукцию, могут не учитываться в составе отрасли

• к отрасли могут относиться компании, временно не выпускающие соответствующую продукцию

• детальная оценка финансовых результатов по отдельным видам продукции невозможна

## Таблица 21. Выручка от продаж в 2021-2025 гг (млрд руб)

| Параметр | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 |
|---|---|---|---|---|---|
| Выручка от продаж (млрд руб) | ... | ... | ... | ... | ... |
| Динамика (% к предыдущему году) | ... | ... | ... | ... | ... |

Источник: корпоративная отчетность

Выручка от продаж отражает доходы предприятий отрасли от реализации товаров, работ и услуг за год. Показатель приводится за вычетом НДС, акцизов и иных обязательных платежей. При этом выручка включает доходы по всем видам деятельности предприятий, а не только по основному.

### Таблица 22. Коммерческие и управленческие расходы в 2021-2025 гг (млрд руб)

| Параметр | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 |
|---|---|---|---|---|---|
| Коммерческие и управленческие расходы (млрд руб) | ... | ... | ... | ... | ... |
| Динамика (% к предыдущему году) | ... | ... | ... | ... | ... |

Источник: корпоративная отчетность

Коммерческие расходы – затраты на продажу товаров и услуг: реклама, вознаграждение агентов, доставка. Управленческие (административные) расходы – затраты на управление компанией: содержание бухгалтерии, юридической, кадровой и IT-служб, аренда и содержание офисов, командировки, связь.

### Таблица 23. Себестоимость в 2021-2025 гг (млрд руб)

| Параметр | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 |
|---|---|---|---|---|---|
| Себестоимость (млрд руб) | ... | ... | ... | ... | ... |
| Динамика (% к предыдущему году) | ... | ... | ... | ... | ... |

Источник: корпоративная отчетность

Себестоимость – затраты на производство товаров и оказание услуг, проданных за период, без коммерческих и управленческих расходов.

### Таблица 24. Прибыль от продаж в 2021-2025 гг (млрд руб)

| Параметр | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 |
|---|---|---|---|---|---|
| Прибыль от продаж (млрд руб) | ... | ... | ... | ... | ... |
| Динамика (% к предыдущему году) | ... | ... | ... | ... | ... |

Источник: корпоративная отчетность

Прибыль (убыток) от продаж – выручка за вычетом себестоимости, коммерческих и управленческих расходов.

### Таблица 25. Инвестиции в отрасль в 2021-2025 гг (млрд руб)

| Параметр | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 |
|---|---|---|---|---|---|
| Инвестиции в основной капитал (в чистых ОКВЭД) | ... | ... | ... | ... | ... |
| Накоплено краткосрочных финансовых вложений на конец отчетного года | ... | ... | ... | ... | ... |

Источник: Росстат

Инвестиции в нефинансовые активы – вложения в основные средства (здания, оборудование, транспорт) и другие крупные активы. Активы, купленные для перепродажи, в инвестиции не входят. Сведения приведены по России в целом по форме статистического наблюдения П-2.

### Таблица 26. Численность работников отрасли в 2021-2025 гг (чел)

| Параметр | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 |
|---|---|---|---|---|---|
| Средняя численность (в чистых ОКВЭД) всех работников | ... | ... | ... | ... | ... |
| Динамика (% к предыдущему году) | ... | ... | ... | ... | ... |

Источник: Росстат

Средняя численность работников включает штатных сотрудников, внешних совместителей и работающих по договорам гражданско-правового характера. Росстат рассчитывает ее по отчетности компаний. Фактическая численность может отличаться от отчетной, если компании указывают ее неточно.

### Таблица 27. Средняя зарплата в отрасли в 2021-2025 гг (руб в год)

| Параметр | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 |
|---|---|---|---|---|---|
| Средняя заработная плата в отрасли | ... | ... | ... | ... | ... |
| Динамика (% к предыдущему году) | ... | ... | ... | ... | ... |

Источник: Росстат, расчеты БизнесСтат

Средняя заработная плата – фонд начисленной заработной платы, деленный на среднюю численность работников.

# Выводы и прогнозы

## Рыночные драйверы и барьеры

...

- ...
- ...
- ...

## Тренды и сценарии развития рынка

...

- ...
- ...
- ...

## Инвестиционная привлекательность рынка

...

- ...
- ...
- ...

# Методика исследования рынка

## Диаграмма 4. Методика анализа рынка БизнесСтат




Рынок аксессуаров для ванной комнаты и туалета оценивается методом товарного баланса. Производство определяется по статистике Росстата, к нему прибавляется импорт и вычитается экспорт с учетом изменения запасов, в результате получается объем продукции, поступившей на внутренний рынок. Подготовка обзора идет в четыре этапа.

Этап 1. Сбор информации. Анализ сведений Росстата и профильных ведомств, публичной статистики внешнеэкономической деятельности и статистики стран – торговых партнеров, информации Единой информационной системы в сфере закупок, корпоративной и налоговой отчетности, законодательных актов и программ развития отрасли. Рынок категоризируется по классификаторам ОКПД 2, ТН ВЭД и ОКВЭД. Дополнительно проводятся собственные исследования: онлайн-опрос потребителей, аудит ассортимента и цен, анализ финансовой отчетности участников рынка, анализ экспертных оценок.

Этап 2. Обработка информации. Разрозненные сведения объединяются в единый массив, единицы измерения приводятся к общему стандарту. Сведения взвешиваются: противоречивые и менее надежные отбраковываются.

Этап 3. Прогнозирование. Первичный прогноз строится математическими методами на ретроспективных рядах и задает общий тренд. Сначала оценивается общая динамика рынка под влиянием макроэкономических факторов и отраслевых драйверов, затем она распределяется по сегментам и показателям. Прогноз не предполагает одинакового темпа роста из года в год: эффект каждого фактора нарастает или затухает. Для уточнения тренда анализируются факторы развития рынка: госрегулирование и программы поддержки отрасли, планы участников рынка, события на смежных рынках, изменение потребительского поведения. Применяются бенчмарки смежных рынков и аналогичных отраслей других стран.

Этап 4. Формирование отчета. Результаты сводятся в таблицы и диаграммы, оформляется итоговый отчет, включаются основные выводы и комментарии, проводится финальная проверка достоверности и полноты.

Верификация. Результат расчета проверяется по косвенным источникам: оценкам других исследователей рынка, отраслевых ассоциаций и регуляторов, статистике цен Росстата, а также отчетности производителей и торговых сетей.

Для каждого рынка собираются все доступные сведения:

- статистика ведомств: Росстат, Федеральная налоговая служба, профильные министерства и ведомства;
- публичная статистика внешнеэкономической деятельности и статистика стран – торговых партнеров;
- информация Единой информационной системы в сфере закупок;
- корпоративная отчетность производителей и торговых сетей;
- законодательные акты и программы развития отрасли.

Под каждой таблицей приведены ссылки на источники. По некоторым параметрам товарных рынков системная статистика не ведется, часть первичной информации недоступна, поэтому используются собственные исследования БизнесСтат.

**Онлайн-опрос потребителей**

Проводится ежегодное онлайн-исследование потребления. Опрос имеет общерыночное применение, он проводится по всей товарной группе (группе связанных рынков).

Метод: онлайн-анкетирование. Респонденты самостоятельно заполняют анкеты о приобретении и использовании продукции.

Скрининг. В опросе участвуют только постоянные жители России. На этапе скрининга определяется доля потребителей среди населения: респондентов, которые потребляли продукцию в предыдущем году. Скрининг служит основой для расчета численности потребителей рынка.

Выборка. В основной опрос входят только реальные потребители продукции за предыдущий год. Опрашиваются респонденты от 18 лет. Объем выборки: 2000 респондентов (полностью заполненные анкеты).

Периодичность. Опрос проводится ежегодно в январе и касается потребления продукции в предыдущем году.

Задачи исследования. Опрос помогает установить параметры рынка, зависящие от потребительского поведения:

- уровень потребления продукции;
- средний объем продукции на одного потребителя в год;
- структуру покупок по местам: физическая розница и онлайн-площадки;
- число потребляющих продукцию нескольких видов и сегментов одновременно;
- средние годовые затраты одного потребителя;
- структуру потребления по видам и сегментам.

Уровень потребления и число потребителей служат основой для расчета розничных продаж. Результаты опроса не продаются отдельно, а используются для расчета рыночных показателей в составе отчета.

**Анализ финансовой отчетности участников рынка**

Составляются рейтинги производителей по выручке на основе собственной отчетности компаний и бухгалтерской (финансовой) отчетности из ГИР БО. Сведения о выручке производителей и торговых сетей используются для проверки полученного объема рынка.

**Аудит ассортимента и цен**

Аудит проводится в три этапа:

- формирование выборки торговых сетей и онлайн-площадок разных форматов;
- мониторинг ассортимента и цен продукции;
- комплексный анализ: сведения сводятся в единый массив, обрабатываются, значения экстраполируются на всю совокупность розничной торговли.

Аудит устанавливает уровень цен и уточняет структуру рынка по видам и сегментам.

**Анализ экспертных оценок**

Оценки экспертов берутся из открытых источников (конференции, аналитические публикации, интервью), а также от клиентов и партнеров компании. Экспертная информация и бенчмарки смежных рынков используются для оценки корпоративных закупок, влияния макроэкономики, конкуренции, смежных рынков, планов участников рынка, регулирования и технологических изменений, для уточнения прогнозов. Сведения, полученные от клиентов, маркируются как экспертные оценки и приводятся в обезличенном виде.

**Расчет рынка**

Продажи рассчитываются как сумма продаж по каналам реализации. Перечень каналов зависит от специфики рынка:

- розничные продажи оцениваются по результатам онлайн-опроса: численность потребителей, покупающих продукцию в розничной торговле, умножается на средний объем потребления на одного потребителя;
- корпоративные закупки и HoReCa оцениваются по потребности организаций-покупателей;
- государственные закупки – по сведениям Единой информационной системы в сфере закупок;
- продажи для промышленной переработки – по выпуску отраслей-потребителей, с учетом норм расхода продукции.

Оборот рынка рассчитывается как сумма оборота по каналам, равного произведению объема продаж на цену продаж в канале. Цена определяется по результатам аудита ассортимента и цен. Оценка сопоставляется с отчетностью ведущих производителей и торговых сетей и вторичной информацией о рынке.