



Маркетинговое исследование рынка детских игрушек (Демо-версия)



Компания «ПКР» является одним из лидеров на рынке предоставления консалтинговых услуг для бизнеса в Санкт-Петербурге. За годы успешной работы компания осуществила сотни проектов в различных отраслях экономики, оказывая консультационную поддержку, как лидерам российского бизнеса, так и начинающим предпринимателям. Результаты маркетинговых исследований представляют собой основу для принятия решения об организации предприятия, освоении нового сегмента рынка, расширении торговых площадей, открытии филиала или представительства в другом регионе, расширении товарной линейки и т.д. Все эти решения связаны с вложением денег, а значит и с неизменным риском их потери. Именно для того, чтобы минимизировать вероятность потери вложенных средств, обосновать инвестиционные вложения и дать более четкие сроки их возврата, мы проводим исследования.

ПКР PrCS

Разработчик исследования: Компания «ПКР», (812) 363 4899, 363 4896, www.pcrs.ru



Оглавление

Описание маркетингового исследования	3
1. Характеристика рынка игрушек	4
1.1. Тенденции развития рынка игрушек	4
1.2. Структура рынка детских игрушек по возрастным группам	5
1.3. Структура рынка детских игрушек по видам игр	5
1.4. Структура рынка детских игрушек по местам покупки детских товаров	6
1.5. Краткий обзор оптового рынка игрушек.....	7
2. Анализ цен и расходов семей на детские игрушки	9
2.1. Анализ среднего размера покупки детских товаров	9
2.2. Структура расходов на ребенка	10
2.3. Структура затрат на покупку игрушек по возрасту	10
3. Общая характеристика потребителей	11
3.1. Характеристики демографического аспекта	11
3.2. Потребительские предпочтения детской аудитории	12
О ПКР	14

Описание маркетингового исследования

Наименование: Исследование рынка детских игрушек

Цель исследования: определение перспектив и целесообразности выхода на рынок торговли детскими игрушками

Задачи исследования:

- Описание основных тенденций рынка детских игрушек
- Изучение структуры рынка детских игрушек
- Анализ мест покупки детских товаров
- Обзор оптового рынка детских игрушек
- Описание потребителей и анализ потребительских предпочтений на рынке детских игрушек
- Изучение структуры расходов домохозяйств на ребенка

Объект исследования: рынок детских игрушек

Предмет исследования: основные рыночные показатели, основные характеристики участников рынка, социально–демографические характеристики потребителей продукции

География исследования: Россия.

Период исследования: 2009 г.

Источниками вторичной информации послужили данные Федеральной службы государственной статистики, Федеральной налоговой службы, Федеральной таможенной службы и других ведомств. Базовый информационный массив по России и Санкт-Петербургу сформирован на основе данных, полученных из Единого Государственного Реестра Предприятий и Организаций (ЕГРПО) Росстата, а также Единого Государственного Реестра Юридических Лиц (ЕГРЮЛ) и Единого Государственного Реестра Индивидуальных Предпринимателей (ЕГРИП) ФНС.

Информация, представленная в настоящем отчете, получена из открытых источников либо предоставлена упомянутыми в документе компаниями. Дополнительная информация предоставляется по запросу. Этот документ или любая его часть не может распространяться без письменного разрешения инициатора проекта либо тиражироваться любыми способами, в т.ч. с целью извлечения прибыли

1. Характеристика рынка игрушек

1.1. Тенденции развития рынка игрушек

В стоимостном выражении российский рынок игрушек сегодня оценивается в размере XX млрд, в то время как мировой рынок – почти в XXX млрд. Таким образом, весь объем российского рынка игрушек (в розничных ценах) составляет чуть более XX% от мирового объема продаж игрушек.

Самым крупным игроком на рынке игрушек является Китай, также представлены игрушки некоторых европейских производителей, а доля некоторых производителей составляет не более 30%. По импорту игрушек лидируют два региона – Центральный федеральный округ – XX%, и Северо-западный федеральный округ – XX%.

Структура российского рынка детских игрушек по производителям

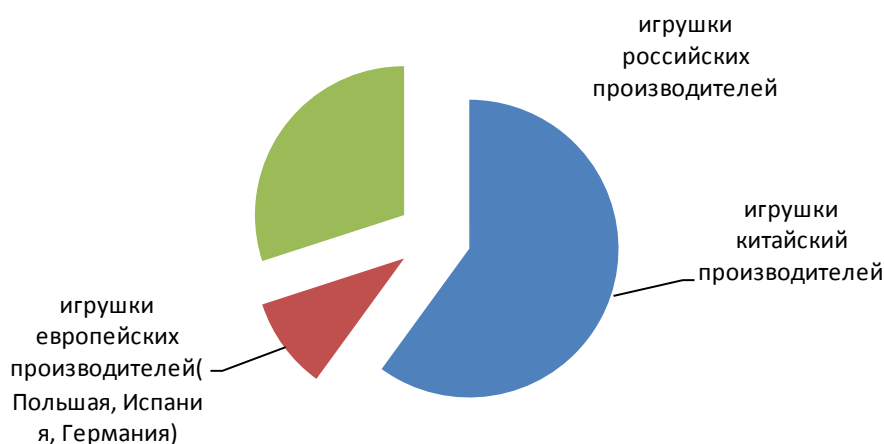


Рисунок 1. Структура российского рынка детских игрушек по производителям

Но наряду с этим игрушечная продукция, сделанная в России и идущая на экспорт, вполне покупаема за рубежом (ежегодно объем экспорта игрушек составляет порядка XX млн.). Наибольший объем экспорта приходится на Украину и Казахстан, далее следуют Дания и США. Следовательно, российская игрушка вполне может составить конкуренцию и на отечественном рынке. В этом случае успех производителей будет зависеть от того, как они смогут себя преподнести на российском рынке игрушек. Предполагается, что внимание государства к проблемам отрасли, а также прямая поддержка отечественного производителя, должны все-таки привести к увеличению доли российской игрушки в своей стране.

1.2. Структура рынка детских игрушек по возрастным группам

В связи с этим границы возрастных групп, на которые ориентированы те или иные виды игрушек, под влиянием общей тенденции ускорения темпов интеллектуального развития заметно смещаются в сторону постепенного уменьшения среднего возраста владельцев традиционных игрушек. Поэтому все больше родителей будут предлагать малышам до 3 лет такие развивающие игрушки как: паззлы, мозаики, конструкторы, лото и другие, отличающиеся своей сложностью.

Рисунок 2. Структура рынка детских игрушек по возрастным группам

Кроме того анализ затрат показывает, что с ростом благосостояния населения растут расходы родителей при совершении покупок игрушек. Наибольшая часть расходов в среднем тратится на детей до 6 лет и составляет 45% всех затрат покупателей игрушек.

1.3. Структура рынка детских игрушек по видам игр

В связи с тем, что в настоящее состояние рынка характеризует его как рынок «продавца», предлагаемый ассортимент продукции явно превышает спрос. В целом сегодня российский рынок представлен различными видами игр и игрушек. Его сегментированная структура выглядит следующим образом:

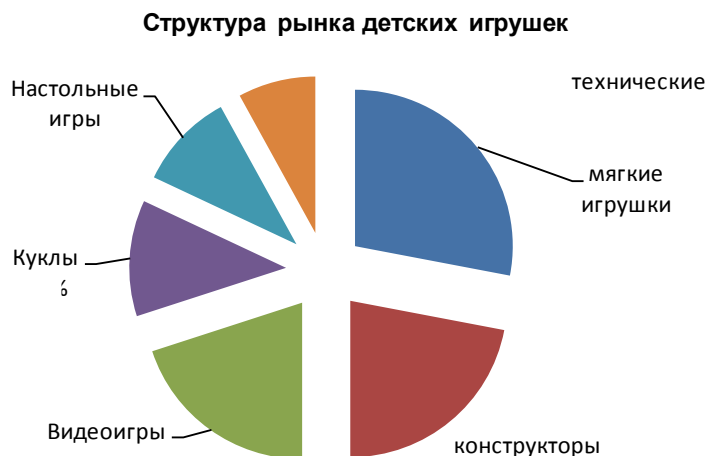


Рисунок 3. Структура рынка детских игрушек

Структурный анализ показывает, что самой популярной на рынке является мягкая игрушка: затраты на нее в среднем составляют около XX млн. (XX%). Во многом это объясняется тем, что она востребована потребителями разных возрастов и любого достатка, являясь одновременно универсальной игрушкой, подарком и сувениром. Кроме того, сегмент мягкой игрушки традиционно наиболее чувствителен и к так называемым «демографическим волнам», характеризующимся периодическим увеличением рождаемости. Постоянный интерес к категории кукол, желание покупателей дополнить игрушку, например друзьями, малышами, одеждой, домиком, мебелью и другими аксессуарами, будет обязательно привлекать потребителей и приведет к увеличению спроса на них.

1.4. Структура рынка детских игрушек по местам покупки детских товаров

Таблица 1. Места покупки детских товаров

Из таблицы видно, что лидерство среди мест покупок занимают

Отметим, что последние годы особо повысился спрос на продукцию западного производителя. Поскольку она в разы превосходит по многим характеристикам китайские детские товары, то возможно увеличение спроса на продукцию зарубежных поставщиков. Правильная организация и широкое использование всех видов детской рекламы, которая, развлекая и доставляя удовольствие детям, информирует их об имеющихся новых игрушках, несомненно будет повышать спрос на соответствующую российскую продукцию.

1.5. Краткий обзор оптового рынка игрушек

2. Анализ цен и расходов семей на детские игрушки

2.1. Анализ среднего размера покупки детских товаров

Анализ среднего размера покупки детских товаров (включая детские игрушки) различен в столице, Санкт-Петербурге и регионах. Так средние ежемесячные расходы на покупку детских товаров в Москве составляют XX рублей, в Санкт-Петербурге - XX рублей, в регионах – XX рублей.

Ежемесячные расходы семьи на детские товары, руб в мес

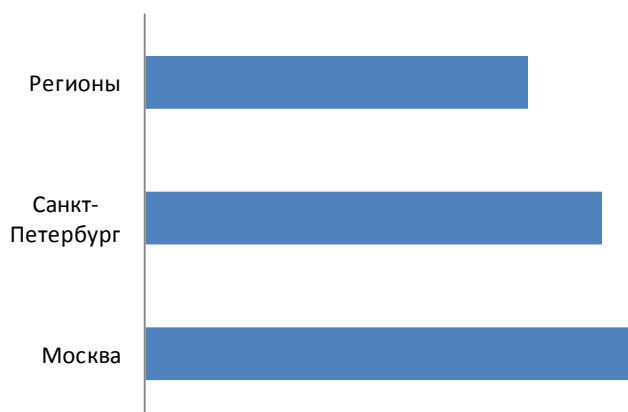


Рисунок 4. Ежемесячные расходы на детские товары, руб. в мес.

Средние ежемесячные расходы на покупку детских товаров несколько отличаются при их разбивке по доходным группам.

Рисунок 5. Ежемесячные расходы на детские товары по доходным группам в Москве и Санкт-Петербурге

2.2. Структура расходов на ребенка

Рисунок 6. Структура расходов на ребёнка

В структуре расходов на ребёнка на игрушки тратится XX общих расходов на ребёнка.

2.3. Структура затрат на покупку игрушек по возрасту

Распределение затрат на покупку игрушек по возрасту, лет

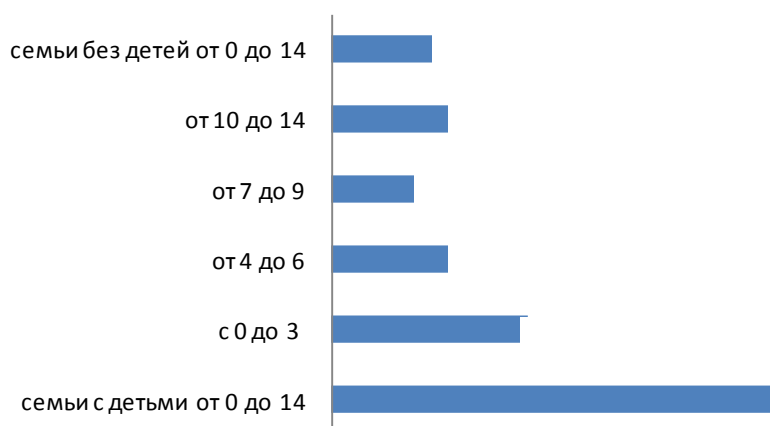


Рисунок 7. Распределение затрат на покупку игрушек по возрасту, лет

Рост рынка детских товаров происходит как за счет увеличения количества покупателей, так и за счет увеличения стоимости покупок. Средние затраты на детские товары выросли за последние годы на XX%.

3. Общая характеристика потребителей**3.1. Демографический аспект характеристики**

Общая численность детей за последние годы сократилась на 8 млн. Снижение рождаемости привело к тому, что численность детей в младших возрастах значительно меньше, по сравнению с численностью подростков. Так численность детей младше 5 лет составила в 2008 году около 7,5 млн. человек – около трети всех детей (до 14 лет). Наименьшей по численности группой стали дети от 5 до 9 лет (30%). Однако в последние годы наблюдаются тенденции повышения рождаемости. Основные причины данного явления:

Однако возросшего числа недостаточно для нормального воспроизводства населения. Демографический провал конца 90 годов в свою очередь может привести к сокращению рождаемости в 2012 – 2018 годах, когда к детородному возрасту пойдут дети, рождённые в этот период.

Анализ международного опыта показал, что для увеличения рождаемости действенными являются два способа:

Данные ЦСИ «Росгостраха» позволяют определить уровень дохода, который россияне считают достаточным для того, чтобы задуматься о рождении следующего ребенка. Доход в XX тыс. руб. на члена семьи в месяц вполне достаточен для того, чтобы принять решение о рождении ещё одного ребёнка.

Помимо этого необходимым условием считается:

3.2. Потребительские предпочтения детской аудитории

.....

Главный авторитет для ребенка — компьютер. По мере взросления дети пользуются им все больше и больше: в 7-9 лет — XX%, в 10-12 — XX%, а в 13-15 — XX%. При этом независимо от возраста главным интересом являются компьютерные игры, наиболее распространенные среди самых маленьких пользователей. Фильмы на компьютере смотрят в основном «большие» дети (XX%), на втором месте - малышня (XX%), на третьем — «среднячки» (XX%).

Рост интереса к музыке пропорционален взрослению детей — XX%, XX% и XX% в соответствующих группах. В 7-9 и в 10-12 лет дети одинаково редко используют компьютер для выполнения учебных заданий (XX% и XX%) или изучения иностранных языков (XX% и XX%). В 13-15 лет это становится более распространенной практикой.

О ПКР

«ПКР» является одним из лидеров рынка профессиональных услуг и долгое время остаётся незаменимым партнёром для многих российских и зарубежных компаний. Аутсорсинговая компания «ПКР» представляет собой специализированную компанию, оказывающую профессиональные услуги в трёх основных направлениях:

- маркетинг, бизнес-планирование и привлечение финансирования;
- внешнеэкономическая деятельность (ВЭД) и логистика;
- бухгалтерский, налоговый, кадровый учёт и аудит.

В основу деятельности Компании положена идея аутсорсинга: передача отдельных бизнес – процессов, функций и задач, а также их составляющих, специализированной сторонней фирме.

Компания «ПКР» аккредитована в качестве уполномоченной консалтинговой компании при Правительстве Ленинградской области.

Компания «ПКР» аккредитована при Комитете по инвестициям и стратегическим проектам Правительства Санкт-Петербурга для выполнения финансово-экономической экспертизы стратегических инвестиционных проектов города.

ПКР является почетным членом Санкт-Петербургского Союза предпринимателей, объединяющего в себе более 1000 предприятий малого и среднего бизнеса.

Квалификация сотрудников подтверждается дипломами российского и международного образца и профессиональными аттестатами: Master of Business Administration (MBA), кандидат экономических наук, квалификационный аттестат аудитора, диплом Association of Chartered Certified Accountants (ACCA) по международным стандартам финансовой отчётности (Diploma in IFR/IFRS), диплом международного образца Association of Chartered Certified Accountants (ACCA).

Благодаря одновременному участию во многих проектах и широкому перечню предоставляемых услуг мы способны предложить нашим клиентам самые лучшие условия сотрудничества.

Контакты

Адрес: 191119, Санкт-Петербург, Марата ул., д.82.

Тел.: 8 (812) 363 48 99, 363 48 96

www.prcs.ru

Рабочая группа от ПКР:

Новицкий Даниил Сергеевич, руководитель группы, аудитор, член ACCA

Тел.: 363 48 99, dn@prcs.ru

Чищенин Андрей Валерьевич, руководитель проектов

Тел.: 363 48 96, ac@prcs.ru

Григорьева Виктория Николаевна, эксперт отдела исследований и инвестиций, канд.экон.наук.

Тел.: 363 48 99 (доб. 110), vk@prcs.ru