

# Маркетинговое исследование

## Рынок канцелярских товаров в Санкт-Петербурге.

### Перспективы развития сегмента пишущих ручек

Демонстрационная версия



Компания «Профессиональные Комплексные Решения» 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



Разработчик проекта: компания «Профессиональные Комплексные Решения»  
[www.prcs.ru](http://www.prcs.ru), E-mail: [info@prcs.ru](mailto:info@prcs.ru)  
(812) 363 4899, 363 4896

Санкт-Петербург  
2010

## Описание маркетингового исследования

В настоящем отчете описаны основные характеристики рынка канцелярских товаров Санкт-Петербурга, в том числе сегмента пишущих ручек; определены прогнозные значения рыночных показателей.

Настоящее маркетинговое исследование выполнено на 48 страницах. Проект содержит 9 рисунков и 31 таблицу.

**Заинтересованные пользователи:** отчет может быть полезен представителям компаний, осуществляющих деятельность на рынке оптовой и розничной торговли ручками, предприятий торговли канцелярскими товарами, заинтересованных в совершенствовании реализации пишущих ручек высоких, средних и низких ценовых сегментов, физическим и юридическим лицам, планирующим выход на рынок, представителям органов государственной власти, регулирующих отношения в сфере потребительского рынка, а также широкому кругу потребителей, интересующихся вопросами организации деятельности на рынке канцелярских товаров; представителям монобрендовых магазинов ручек, магазинов подарочных сувениров.

**Цель проекта:** определение перспектив и целесообразности организации сбыта пишущих ручек японского производства на территории Санкт-Петербурга.

### Задачи исследования:

- Определить основные тенденции московского, петербургского и регионального рынков канцелярских товаров
- Выявить тенденции петербургского рынка канцелярских товаров – сегмент пишущих ручек
- Охарактеризовать каналы сбыта
- Описать основных игроков
- Сформулировать консалтинговые выводы и рекомендации

**Объект исследования:** рынок письменных принадлежностей – сегмент пишущих ручек.

**Предмет исследования:** рыночные показатели, основные характеристики участников рынка (оптовые компании, розничные продавцы, интернет-магазины и т.п.), социально-демографические характеристики потребителей продукции.

**География исследования:** Санкт-Петербург.

**Период исследования:** 2007-2010

**Источники информации:** данные Федеральной службы государственной статистики, Федеральной налоговой службы, Федеральной службы по финансовым рынкам, Федеральной службы страхового надзора, Центра стратегических исследований Росгосстраха и других ведомств. Базовый информационный массив по России 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.

Также использовались данные сайтов компаний, данные материалов выставок, отраслевых сборников и специализированных изданий, результаты исследований сторонних компаний.

Для сбора первичной информации проводился опрос участников рынка в форме экспертных интервью, телефонный опрос.

В исследовании использованы материалы специализированных изданий:

## Описание маркетингового исследования

«Общая характеристика рынка канцелярских товаров» газета «РБК» от 2003 года,  
«Канцелярский стиль» журнал «Канцелярский журнал» от 2005 года,  
«Дошли до ручки» журнал «Секрет фирмы. Выпуск №11» от 2007 года,  
«На рынке канцелярских товаров брендов нет» портал «Деловая пресса» от 2008 года,  
«Лояльность к брендам на рынке канцелярских товаров очень низкая» журнал «Компания» от 2008 года.

данные интернет-порталов [www.kanzobzor.ru](http://www.kanzobzor.ru), [www.kanzoboz.ru](http://www.kanzoboz.ru), [www.finanalisis.ru](http://www.finanalisis.ru), [www.skrepka.com](http://www.skrepka.com),  
[www.delo-st.ru](http://www.delo-st.ru), [www.officefile.ru](http://www.officefile.ru), [www.print-stamp.ru](http://www.print-stamp.ru), [www.ruchki.ru](http://www.ruchki.ru).

**Для сбора первичной информации** проводился опрос участников рынка в форме экспертных интервью. Так в опросе приняли участие работники магазинов и оптовых сетей по продаже подарочных ручек:

Телефонный опрос менеджеров оптовых сетей;

.....

Письменный опрос маркетолога-аналитика гипермаркета АШАН.

.....

Сбор данных методом «тайный покупатель» монобрендовых магазинов:

.....

Сбор данных методом «тайный покупатель» в магазинах часов и аксессуаров.

.....

Сбор данных методом «тайный покупатель» специализированных магазинов:

.....

Рабочая группа проекта благодарит всех экспертов за участие в исследовании, предоставленную информацию и компетентные заключения по многим вопросам, освещенным в настоящем исследовании. Все мнения и оценки, содержащиеся в настоящем материале, отражают мнение экспертов на день публикации и подлежат изменению без предупреждения.

Информация, не предусмотренная структурой Технического задания, но имеющая, по мнению рабочей группы «ПКР», важное значение для понимания тенденций рынка, размещена в приложении к результатам исследования.

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.

## Содержание

Список таблиц.....	3
Список рисунков .....	4
<b>Описание маркетингового исследования .....</b>	<b>5</b>
<b>1. Основные тенденции московского, петербургского и регионального рынков канцелярских товаров .....</b>	<b>7</b>
<b>2. Основные тенденции петербургского рынка канцелярских товаров. Пишущие ручки .....</b>	<b>9</b>
<b>2.1. Основные характеристики сегментов канцелярских товаров: сегмент офисных канцелярских товаров и сегмент школьных канцелярских товаров Санкт-Петербурга .....</b>	<b>9</b>
<b>2.2. Основные тенденции рынка пишущих принадлежностей Санкт-Петербурга. Пишущие ручки .....</b>	<b>11</b>
<b>2.3. Ценовая сегментация рынка ручек .....</b>	<b>14</b>
<b>3. Описание каналов сбыта .....</b>	<b>16</b>
<b>3.1. Особенности построения каналов сбыта на рынке канцелярских товаров .....</b>	<b>16</b>
<b>3.2. Структура каналов сбыта .....</b>	<b>17</b>
<b>3.3. Факторы, влияющие на выбор поставщика товаров для офиса .....</b>	<b>17</b>
3.3.1. Оптовый сегмент .....	17
3.3.2. Розничный сегмент .....	17
<b>3.4. Факторы, влияющие на выбор пишущих принадлежностей .....</b>	<b>18</b>
3.4.1. Требования к потребительским свойствам пишущих принадлежностей .....	18
3.4.2. Описание портрета потенциального потребителя .....	19
<b>4. Основные игроки .....</b>	<b>20</b>
<b>4.1. Конкурентный анализ основных игроков рынка. Анализ сильных и слабых сторон, возможностей и угроз .....</b>	<b>20</b>
<b>4.2. Особенности работы на розничном сегменте .....</b>	<b>24</b>
4.2.1. Особенности работы крупных супермаркетов и гипермаркетов .....	24
4.2.2. Особенности работы специализированных канцелярских магазинов .....	25
4.2.3. Монобрендовые магазины .....	29
<b>4.3. Особенности деятельности игроков рынка на корпоративном сегменте .....</b>	<b>33</b>
4.3.1. Особенности работы интернет-магазинов и каталогов .....	33
4.3.2. Особенности оптовых продаж .....	39
<b>5. Консалтинговые выводы и рекомендации .....</b>	<b>45</b>
<b>О ПКР .....</b>	<b>48</b>

## Список таблиц

**Таблица 1.** Структура рынка канцелярских товаров по регионам 2007 – 2010 гг

**Таблица 2.** Структура рынка канцелярских товаров по сферам применения в 2007-2010 годах

**Таблица 3.** Номенклатура канцелярских принадлежностей в сегменте офисных канцелярских товаров в Санкт-Петербурге в 2008-2009 гг.

**Таблица 4.** Номенклатура канцелярских принадлежностей в сегменте школьных канцелярских принадлежностей в Санкт-Петербурге в 2008 - 2009 гг.

**Таблица 5.** Номенклатура пишущих ручек в Санкт-Петербурге в 2008 – 2009 гг.

**Таблица 6.** SWOT-анализ участников рынка. Анализ сильных, слабых сторон, угроз и возможностей

**Таблица 7.** Конкурентный анализ основных каналов сбыта

**Таблица 8.** Интервальная оценка стоимости ручки в магазине, январь 2010 год

**Таблица 9.** Средняя стоимость ручки в магазине, январь 2010 год

**Таблица 10.** Ценовые сегменты ручки повседневного спроса, январь 2010 года

**Таблица 11.** Ценовые сегменты ручки подарочные, январь 2010 года

**Таблица 12.** Характеристика крупных специализированных сетевых магазинов канцтоваров Санкт-Петербурга

**Таблица 13.** Номенклатура товара в монобрендовом магазине, январь 2010 год

**Таблица 14.** Представленность ручек в монобрендовом магазине

**Таблица 15.** Ценовые сегменты в монобрендовом магазине, январь 2010 год

**Таблица 16.** Представленность брендов в бутике, январь 2010 год

**Таблица 17.** Номенклатура товаров в бутике, январь 2010 год

**Таблица 18.** Ассортимент ручек в бутике, январь 2010 год

**Таблица 19.** Ценовые сегменты ручек в бутике, январь 2010 год

**Таблица 20.** Представленность и ценовые диапазоны карандашей в бутике, январь 2010 год

**Таблица 21.** Ассортимент и ценовые диапазоны органайзеров в бутике, январь 2010 год

**Таблица 22.** Представленность брендов ручек в магазинах сети «Империял»

**Таблица 23.** Номенклатура товаров в магазинах сети «Империял», январь 2010 год

**Таблица 24.** Ассортимент ручек в магазинах сети «Империял», январь 2010 год

**Таблица 25.** Ценовая сегментация ручек в магазинах сети «Империял», январь 2010 год

**Таблица 26.** Ценовая сегментация ручек в интернет-магазинах, январь 2010

**Таблица 27.** Средняя стоимость ручки в интернет-магазине, январь 2010

**Таблица 28.** Характеристика основных интернет-магазинов Санкт-Петербурга

**Таблица 29.** Ценовая сегментация ручек, оптовые продажи, январь 2010 год

**Таблица 30.** Характеристика крупнейших оптовых компаний Санкт-Петербурга, занимающихся продажей канцелярских товаров

**Таблица 31.** Стоимость аренды складов за кв. м. в месяц на январь 2010 года

## **Список рисунков**

**Рисунок 1.** Динамика объема рынка канцелярских офисных товаров и канцелярских школьных товаров в стоимостном выражении в Санкт-Петербурге в 2007 – 2010 гг

**Рисунок 2.** Темпы роста сегментов канцелярских офисных товаров и канцелярских школьных товаров в 2007-2010 гг

**Рисунок 3.** Структура сегмента офисных канцелярских товаров по типам продаж в стоимостном выражении в 2007-2010 гг

**Рисунок 4.** Структура рынка пишущих принадлежностей по сегментам сферы применения в Санкт-Петербурге в 2009 году

**Рисунок 5.** Структура рынка пишущих ручек по сегментам сферы применения в Санкт-Петербурге в 2009 году

**Рисунок 6.** Уровни каналов сбыта

**Рисунок 7.** Структура каналов сбыта канцелярских товаров

**Рисунок 8.** Места закупки канцтоваров для офиса, розничные сегмент

**Рисунок 9.** Факторы, влияющие на выбор пишущих принадлежностей за 2008 год.

## 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](http://www.prcs.ru)

### Рабочая группа от ПКР:

Новицкий Даниил Сергеевич, руководитель группы, аудитор, член ACCA

Тел.: 363 48 99, [dn@prcs.ru](mailto:dn@prcs.ru)

Григорьева Виктория Николаевна, руководитель отдела маркетинга, к.э.н.

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

Алексеева Любовь Вячеславовна, специалист отдела исследований и инвестиций

Тел.: 363 48 99 (доб. 108), [la@prcs.ru](mailto:la@prcs.ru)

Васильева Мария Николаевна, специалист отдела маркетинга

Тел.: 363 48 99 (доб. 111), [mv@prcs.ru](mailto:mv@prcs.ru)

**ПРЕДСТАВЛЯЕМ ВАШЕМУ ВНИМАНИЮ ВЫДЕРЖКИ  
ИЗ МАРКЕТИНГОВОГО ИССЛЕДОВАНИЯ  
«РЫНОК КАНЦЕЛЯРСКИХ ТОВАРОВ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА.  
ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СЕГМЕНТА ПИШУЩИХ РУЧЕК»**

**Отражена нумерация страниц в проекте**



---

## Описание маркетингового исследования

.....

## 1. Основные тенденции московского, петербургского и регионального рынков канцелярских товаров

Региональная структура рынка канцелярских товаров развита неравномерно: рынок достаточно развит в Москве и Санкт-Петербурге и слабо развит в других городах.

**Таблица.** Структура рынка канцелярских товаров по регионам 2007 – 2010 гг

.....

На долю московского и петербургского рынка в 2009 году приходится **XX%** всех продаж. В 2008-2009 годах совокупная доля московского и петербургского рынка росла ввиду более негативного влияния финансового кризиса на региональный рынок. Совокупная доля рынка Москвы и Санкт-Петербурга до кризиса сокращалась год от года, так в 2003 году она составила **XX%**, в 2007 году – **XX%**, что говорит о постепенном развитии регионального рынка и насыщении рынков Москвы и Санкт-Петербурга. На долю отечественных производителей канцелярской продукции приходится **XX%** рынка, соответственно, на долю импортной продукции приходится **XX%** (без учета бумаги), пишущие принадлежности в России преимущественно импортные, поскольку их производство является высокотехнологичным процессом. Структура импорта канцелярских товаров выглядит следующим образом – Западная Европа, США, Япония – **XX%**, Восточная Европа, Азия (канцтовары среднего уровня) - 65%, Азия (дешевые канцтовары) - 15%. Последнее время наблюдается увеличение уровня качества канцтоваров азиатских производителей.

Основные тенденции московского и петербургского рынка канцелярских товаров: .....

.....

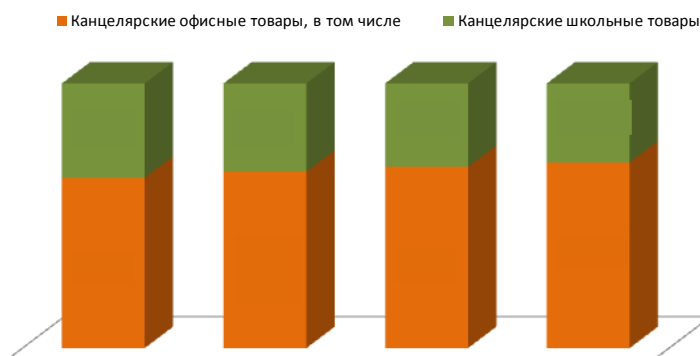
Основные тенденции регионального рынка канцелярских товаров: .....

.....

## 2. Основные тенденции петербургского рынка канцелярских товаров. Пишущие ручки

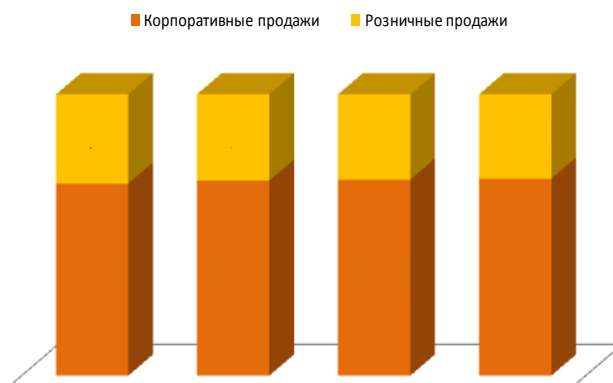
### 2.1. Основные характеристики сегментов канцелярских товаров: сегмент офисных канцелярских товаров и сегмент школьных канцелярских товаров Санкт-Петербурга

Исходя из статистических данных открытых источников, структура рынка канцелярских товаров Санкт-Петербурга в стоимостном выражении в 2009 году по сферам применения выглядит следующим образом:



**Рисунок.** Динамика объема рынка канцелярских офисных товаров и канцелярских школьных товаров в стоимостном выражении в Санкт-Петербурге в 2007 – 2010 гг

**Таблица.** Структура рынка канцелярских товаров по сферам применения в 2007-2010 годах



**Рисунок.** Структура сегмента офисных канцелярских товаров по типам продаж в стоимостном выражении в 2007-2010 гг

### Основные тенденции сегментов рынка канцелярских товаров

### 2.2. Основные тенденции рынка пишущих принадлежностей Санкт-Петербурга. Пишущие ручки

### 2.3. Ценовая сегментация рынка ручек

Цена ручки складывается из стоимости: .....

### 3. Описание каналов сбыта

#### 3.2. Особенности построения каналов сбыта на рынке канцелярских товаров

Особенностью каналов сбыта канцелярских товаров является наличие в них трех уровней (см. рис.).

Рисунок. Уровни каналов сбыта

#### 3.3. Структура каналов сбыта

Канцелярские товары могут продаваться оптом, в розницу и при корпоративном обслуживании клиентов.

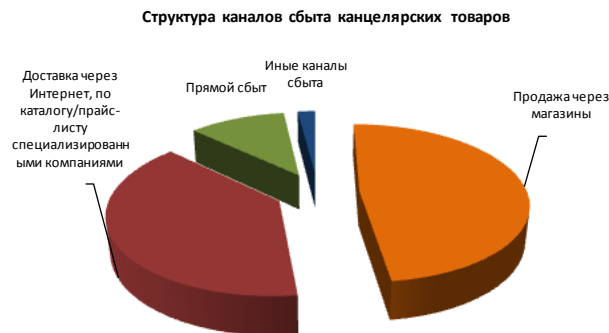


Рисунок. Структура каналов сбыта канцелярских товаров

#### 3.4. Факторы, влияющие на выбор поставщика товаров для офиса

##### 3.4.1. Оптовый сегмент

Одним из ключевых факторов выбора поставщика товаров для офиса является *возможность купить все товары в одном месте*.

##### 3.4.2. Розничный сегмент

Чаще всего канцтовары для офиса в розницу закупаются в специализированных. На рисунке ниже представлены места закупки канцтоваров для офиса.

Рисунок. Места закупки канцтоваров для офиса, розничные сегмент

#### 3.5. Факторы, влияющие на выбор пишущих принадлежностей

##### 3.5.1. Требования к потребительским свойствам пишущих принадлежностей

Требования к потребительским свойствам пишущих ручек представлены на рисунке ниже.

Рисунок. Факторы, влияющие на выбор пишущих принадлежностей

##### 3.5.2. Описание портрета потенциального потребителя

Потребителями повседневных пишущих ручек являются учащиеся (школ, институтов и т.п.), работники офисов.

#### 4. Основные игроки

##### 4.2. Конкурентный анализ основных игроков рынка. Анализ сильных и слабых сторон, возможностей и угроз

**Таблица.** SWOT-анализ участников рынка. Анализ сильных, слабых сторон, угроз и возможностей

.....

.....

**Таблица.** Конкурентный анализ основных каналов сбыта

.....

##### 4.3. Особенности работы на розничном сегменте

В розничной торговле продажа канцелярских товаров (в т.ч. ручек) осуществляется через: .....

###### 4.3.1. Особенности работы крупных супермаркетов и гипермаркетов

Данная категория магазинов ориентирована на низкий ценовой сегмент канцтоваров. Наценка для товаров общего назначения составляет XX%. В Ашане наценка на канцтовары составляет XX%.

###### 4.3.2. Особенности работы специализированных канцелярских магазинов

В Санкт-Петербурге существуют специализированные канцелярские магазины, например .....

.....

**Таблица.** Характеристика крупных специализированных сетевых магазинов канцтоваров Санкт-Петербурга

.....

###### 4.3.3. Монобрендовые магазины

В Санкт-Петербурге имеется несколько магазинов такого типа (.....).

##### 4.4. Особенности деятельности игроков рынка на корпоративном сегменте

###### 4.4.1. Особенности работы интернет-магазинов и каталогов

В Санкт-Петербурге действуют сетевые интернет-магазины (.....); оптовые продавцы, не образующие сети (.....) и интернет-магазины, специализирующиеся на реализации подарочной продукции.

**Таблица.** Характеристика основных интернет-магазинов Санкт-Петербурга

.....

###### 4.4.2. Особенности оптовых продаж

Для того чтобы успешно конкурировать в сегменте корпоративных продаж, необходимо три фактора:

.....

.....

**Таблица.** Характеристика крупнейших оптовых компаний Санкт-Петербурга, занимающихся продажей канцелярских товаров

.....

.

## 5. Консалтинговые выводы и рекомендации

.....

**О ПКР**

.....