

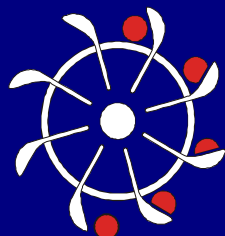
# АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОТЧЕТ ПО МАРКЕТИНГОВОМУ ИССЛЕДОВАНИЮ

## АНАЛИЗ РЫНКА ДЕТСКОГО ОТДЫХА (ПАРКОВ И ИГРОВЫХ КОМПЛЕКСОВ).

### ДЕМОНСТРАЦИОННАЯ ВЕРСИЯ

**Дата выпуска отчета:  
Декабрь 2005 г.**

Данное исследование подготовлено MA Step by Step исключительно в информационных целях. Информация, представленная в исследовании, получена из открытых источников или собрана с помощью маркетинговых инструментов. MA Step by Step не дает гарантии точности и полноты информации для любых целей. Информация, содержащаяся в исследовании, не должна быть прямо или косвенно истолкована покупателем, как рекомендательная к вложению инвестиций. MA Step by Step не несет ответственности за убытки или ущерб, причиненный вследствие использования информации исследования третьими лицами, а так же за последствия, вызванные неполнотой представленной информации. Данные материалы не могут распространяться без разрешения MA Step by Step.



**STEP BY STEP  
МАРКЕТИНГОВОЕ  
АГЕНТСТВО**

**г. Москва**



---

**ОГЛАВЛЕНИЕ ДЕМО - ВЕРСИИ**

**ОГЛАВЛЕНИЕ Демо - версии .....2**

**Аннотация .....3**

Цели исследования .....3

Описание исследования.....3

**Полное содержание исследования .....5**

**Список диграмм .....6**

**Список таблиц .....7**

**Выдержки из исследования.....9**

Сегментация продуктовой линейки .....9

География рынка сбыта Услуг .....12

## АННОТАЦИЯ

### Цели исследования

Описать состояние российского рынка детских развлечений (парки аттракционов и развлекательные комплексы).

### Описание исследования

#### Целевая аудитория:

Данный отчёт будет представлять интерес для:

- инвесторов на рынке аттракционов и развлекательных комплексов;
- производителей аттракционов;
- парков;
- торгово-развлекательных центров;
- детских магазинов;
- организаторов прокатного бизнеса на рынке аттракционов;
- консалтинговых, маркетинговых и рекламных агентств.

#### Методы проведения исследования:

Кабинетное исследование. Исследование представляет собой сбор информации о рынке из открытых источников информации. В исследовании были использованы материалы различных порталов рынка развлечений, информация с Интернет-сайтов участников «детского рынка», статьи, обзоры рынков, данные исследований различных компаний и маркетинговых агентств.

Для описания макроэкономической ситуации на рынке использованы данные официальной статистики: информация Госкомстата, министерства экономического развития и торговли, а также другие источники информации. Для описания структуры потребления использовалась информация различного характера: статистические исследования, официальная информация правительства Москвы, информация участников рынка, экспертная информация.



**Кол-во страниц:** 66 стр.

**Язык отчета:** русский

**Отчет содержит:** 7 диаграмм, 35 таблиц, 4 схемы.

---

**ПОЛНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ**

Введение

I. Общие характеристики Рынка

1.1. Макроэкономическая конъюнктура рынка

1.2. Описание Продукции или Услуги

1.3. Объем рынка и темпы роста

1.4. Ценообразование на рынке

1.5. Инвестиции на рынке / инвестиционная привлекательность

1.6. Инфраструктура Рынка

1.7. Краткое описание смежных рынков

1.8. Тенденции рынка

Резюме

II. Конкурентный анализ

2.1. Импорт-экспорт Продукции

2.2. Характеристика российского производства

2.3. Описание основных производителей Продукции

2.4. Описание основных проектов на рынке

Резюме

III. Рынок сбыта - потребление

3.1. География рынка сбыта Услуг

3.2. Сегментация потребителей с описанием сегментов

3.3. Структура потребления Услуг

3.4. Показатели, характеризующие степень активности потребления услуг

3.5. Характеристика потребителя

3.6. Зависимость спроса от различных факторов

Резюме

Выводы и рекомендации

Приложения

Приложение 1.

Приложение 2.

---

## СПИСОК ДИГРАММ

Диаграмма 1. Динамика номинальной начисленной заработной платы в 2003 - 2005 гг.

Диаграмма 2. Темпы роста инвестиций в основной капитал за счет всех источников финансирования нарастающим итогом к соответствующему периоду предыдущего года.

Диаграмма 3. Сравнение объема рыночных сегментов на рынке развлечений, млн. долл.

Диаграмма 4. Соотношение числа потребителей сегментов игрового рынка, г. Москва.

Диаграмма 5. Возрастной состав населения России, %.

Диаграмма 6. Численность населения моложе трудоспособного возраста по округам РФ относительно общего числа детей, в %.

Диаграмма 7. Структура проведения досуга.

## СПИСОК ТАБЛИЦ

Таблица 1. Распределение населения по возрастным группам (на начало года 2005 г.)

Таблица 2. Число родившихся (без мертворожденных), человек, значение показателя за год, все население, оба пола (1997 – 2003).

Таблица 3. Основные формы развития парков аттракционов.

Таблица 4. Перечень распределения парков культуры и отдыха по административным округам города Москвы

Таблица 5. Цена единого билета на аттракционы парка Диво-Остров, СПб.

Таблица 6. Цена обычного билета на некоторые виды аттракционов Диво-Острова, СПб

Таблица 7. Окупаемость в зависимости от вида аттракциона.

Таблица 8. Суммы инвестиций некоторых операторов развлекательного рынка.

Таблица 9. Категории потенциальных клиентов.

Таблица 10. Установка надувных аттракционов.

Таблица 11. Ставки арендной платы в зависимости от типа площадей.

Таблица 12. Средняя ставка аренды в СПб.

Таблица 13. Количество действующих игровых автоматов.

Таблица 14. Количество игровых автоматов на 1000 человек населения.

Таблица 15. Рост числа кинотеатров в Москве, 2003-2004 гг.

Таблица 16. Рост числа кинотеатров в регионах (не считая Санкт-Петербурга), 2004 г.

Таблица 17. Проекты открытия парков/комплексов:

Таблица 18. Импорт паркового оборудования (аттракционов).

Таблица 19. Распределение импорта по некоторым регионам, 2003 г.

Таблица 20. Показатели компании Мир:

Таблица 21. Экономические показатели деятельности компании, 1999 г.

Таблица 22. Показатели проектов Crazy Park.

Таблица 23. Аттракционы и их стоимость в ТК "Рамстор Сити".

Таблица 24. Показатели проекта Атрилэнд.

Таблица 25. Примеры игровых комнат, г. Москва.

Таблица 26. Развлекательные центры, СПб.

Таблица 27. Возрастной состав населения России.

Таблица 28. Частота посещения парков молодежью, г. Москва.



---

Таблица 29. Рост ежедневной посещаемости парков за последние 2 года, г. Москва.

Таблица 30. За последние 5–10 лет Вы стали посещать парки культуры и отдыха, в % от числа опрошенных.

Таблица 31. Портрет посетителей парков.

Таблица 32. Цель посещения парков культуры и отдыха.

Таблица 33. Оценка парков молодежью, г. Москва.

Таблица 34. Перечень парков культуры и отдыха, подведомственных Управлениям культуры административных округов города Москвы.

Таблица 35. Перечень детских кинотеатров, подведомственных Комитету по культуре города Москвы.



## ВЫДЕРЖКИ ИЗ ИССЛЕДОВАНИЯ

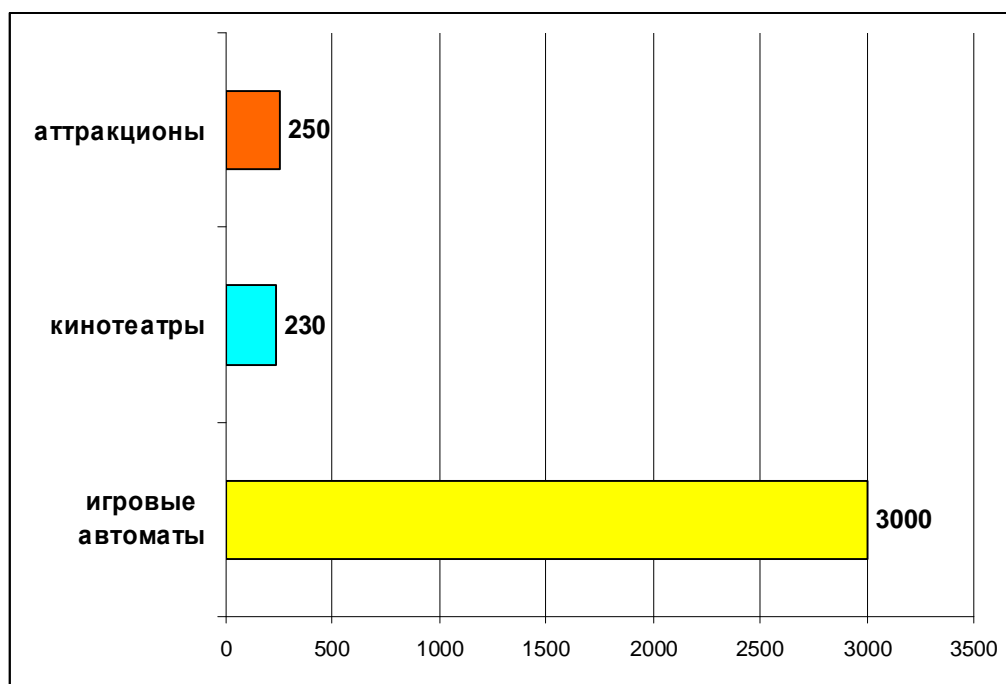
### СЕГМЕНТАЦИЯ ПРОДУКТОВОЙ ЛИНЕЙКИ

#### 1. Индустрия развлечений:

Рынок детского отдыха и развлечений является частью рынка развлечений. К рынку развлечений, обычно, относят следующие сегменты:

- сети кинотеатров
- залы игровых автоматов
- парки аттракционов

**ДИАГРАММА 1. СРАВНЕНИЕ ОБЪЕМА РЫНОЧНЫХ СЕГМЕНТОВ НА РЫНКЕ РАЗВЛЕЧЕНИЙ, МЛН. ДОЛЛ.**



*Источник: Коммерсантъ 24.02.2005*

#### 2. По формату развлекательных аттракционов:

- парки аттракционов под открытым небом;
- крытые комплексы аттракционов (indoor).

3. По основным направлениям развития:

**ТАБЛИЦА 1. ОСНОВНЫЕ ФОРМЫ РАЗВИТИЯ ПАРКОВ АТТРАКЦИОНОВ.**

Формат	Комментарий	Пример
Многофункциональные комплексы	с большими аттракционами на открытом воздухе, крытыми павильонами, ресторанами в сочетании с комплексным благоустройством и сопутствующей инфраструктурой	«Диво остров» в Санкт-Петербурге
Площадки под открытым небом	насчитывающие 20-35 аттракционов под открытым воздухом в спальных районах, как правило, завязаны на большие пешеходные потоки (станции метро и т.п.)	
Крытые комплексы	данное направление не развито	до 2004 г. работал комплекс Петрушка" в Санкт-Петербурге.
Аттракционные площадки	находятся в крупных торговых комплексах	Сетевая структура, открывающая парки развлечений в торговых центрах, - московская сеть Star Galaxy

*Источник: Деловой Петербург, 10.10.2005.*

4. по видам аттракционов:

- детские
- семейные
- экстремальные
- игровые

### 5. по типу парка аттракционов (открытый парк)

- передвижные

Востребованы в небольших городах, где стационарные не рентабельны.

*«В мобильных парках посетителей привлекает новизна, а также ощущение праздника, которое они дарят людям, когда за день-два на пустом месте возникает яркий, блистательный мир, позволяющий всем вернуться в детство. Как правило, мобильные парки приезжают на 10-20 дней, после чего переезжают на другое место. За это время они получают выручку, значительно превышающую доходы стационара»,* - гендиректор компании «Оптосиб» Леонид Шендалев .

- стационарные

Стационарный парк, наоборот, создает «уют», там можно установить крупные аттракционы, проводить различные тематические праздники.

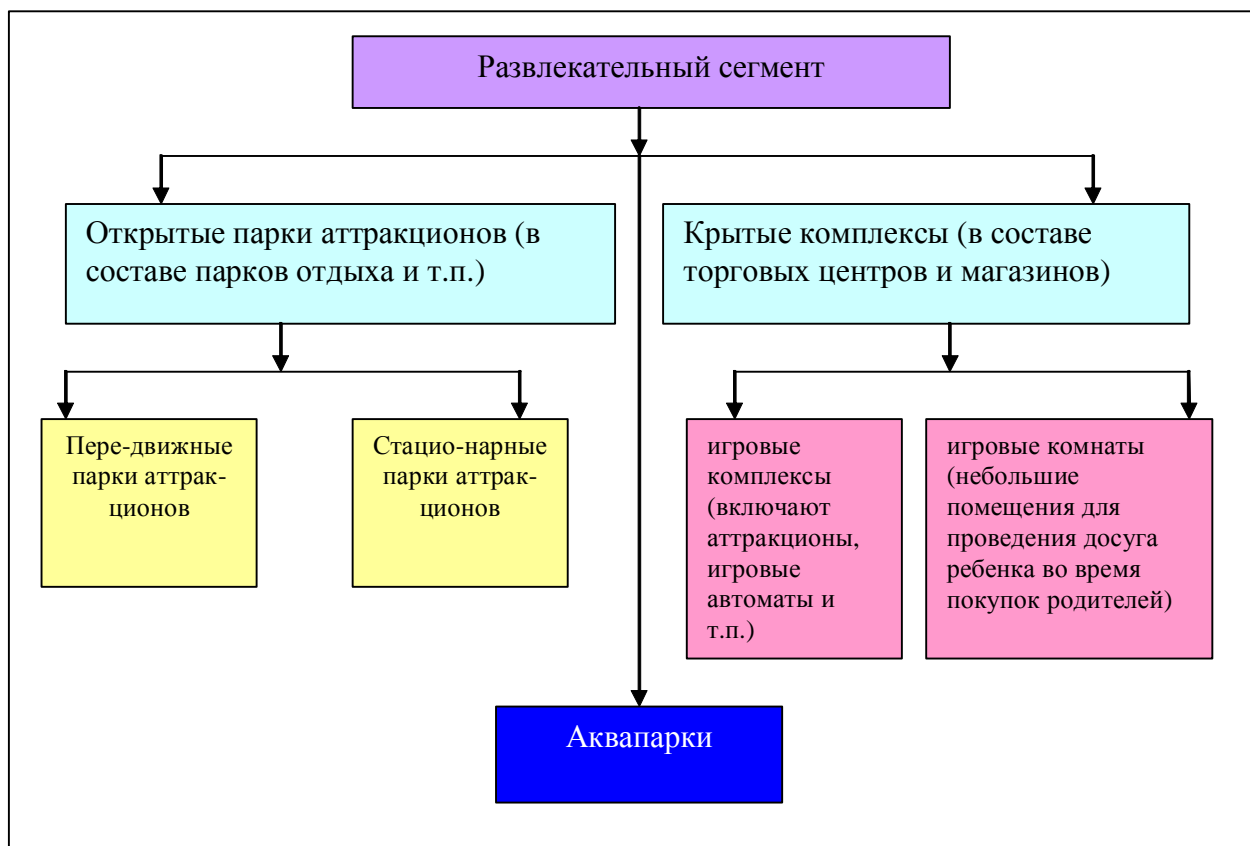
*«Такие парки требуют больших вложений, но и доходы к ним поступают более равномерно и в целом превышают выручку мобильных за счет большего количества аттракционов и долгого срока их службы»,* - гендиректор компании «Оптосиб» Леонид Шендалев.

### 6. по типу крытого комплекса:

- игровые комнаты
- игровые комплексы

В целом сегментацию рынка можно представить в форме нижеследующей таблицы.

**СХЕМА 1. ТИПЫ РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫХ ПАРКОВ И КОМПЛЕКСОВ.**



**ГЕОГРАФИЯ РЫНКА СБЫТА УСЛУГ**

Потребителями рынка являются дети, соответственно, рынок, в основном, представлен общим количеством лиц моложе трудоспособного возраста, проживающих на территории России.

**ТАБЛИЦА 2. ВОЗРАСТНОЙ СОСТАВ НАСЕЛЕНИЯ РОССИИ.**

	Тыс. человек			В процентах к итогу		
	2001)	2003	2004	2001	2003	2004
Все население	146303	144964	144168	100	100	100
моложе трудоспособного возраста	28387	26115	25014	19,4	18,0	17,3

трудоспособном возрасте <sup>2)</sup>	88040	89206	89896	60,2	61,5	62,4
старше трудоспособного	29876	29643	29258	20,4	20,5	20,3

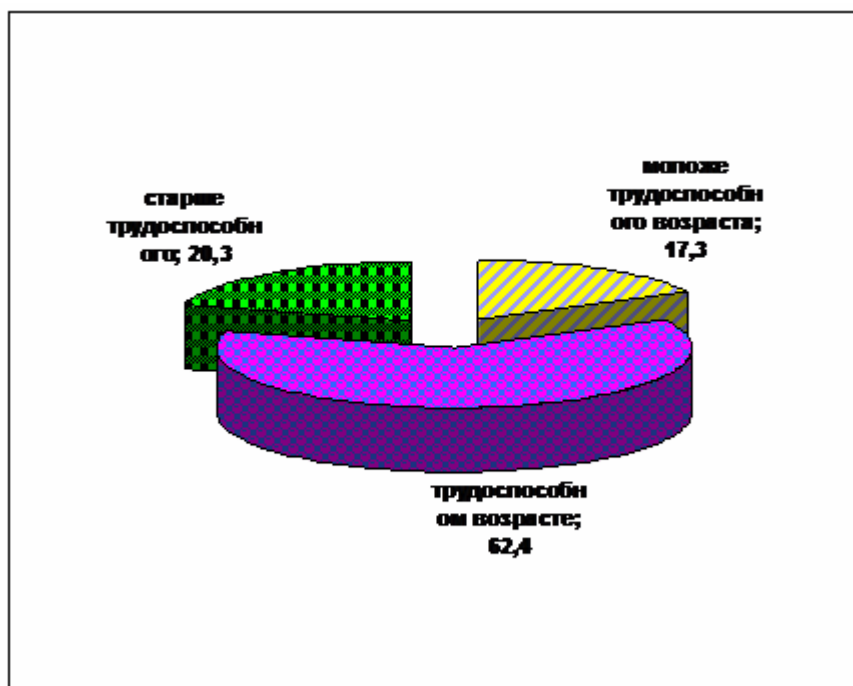
1) 2001 г. - численность населения скорректирована с учетом итогов Всероссийской переписи населения 2002 г.

2) Мужчины 16-59 лет, женщины 16-54 года.

*Источник: Госкомстат*

Численность населения в трудоспособном возрасте (мужчины 16-59 лет, женщины 16-54 лет) составила 89,206 млн. человек (или 62,4%), моложе трудоспособного возраста – 25,014 млн. человек (или 17,3%) и старше трудоспособного возраста - 29,258 млн. человек (или 20,3%).

**ДИАГРАММА 2. ВОЗРАСТНОЙ СОСТАВ НАСЕЛЕНИЯ РОССИИ, %.**

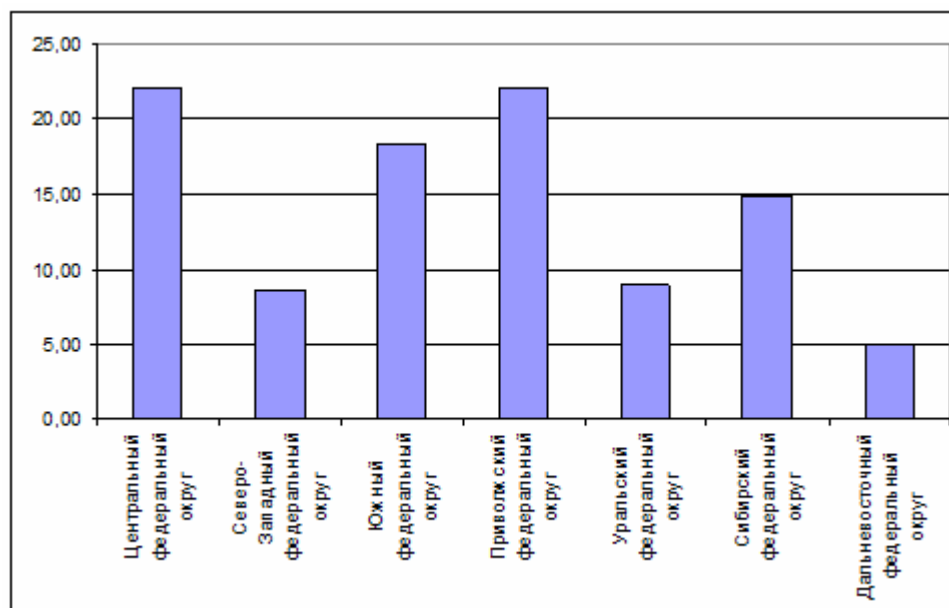


*Источник: Госкомстат*

Как видно из диаграммы и таблицы, количество детей (лиц нетрудоспособного возраста) в России на начало 2005г. насчитывает 25,014 млн. человек, что составляет 17,3% от численности всего населения

Дополнительно по половозрастной структуре населения РФ по округам см. приложении.

**ДИАГРАММА 3. ЧИСЛЕННОСТЬ НАСЕЛЕНИЯ МОЛОЖЕ ТРУДОСПОСОБНОГО ВОЗРАСТА ПО ОКРУГАМ РФ ОТНОСИТЕЛЬНО ОБЩЕГО ЧИСЛА ДЕТЕЙ, В %.**



Источник: Госкомстат

Доля детей (населения моложе трудоспособного возраста) по округам относительно общего числа детей распределяется следующим образом. **Меньше всего детей проживает в Дальневосточном, Северо-Западном и Уральском федеральных округах.** Соответственно, потребность в детской одежде на этих рынках меньше, чем в остальных округах РФ. **Наибольшее число детей проживает в Центральном и Приволжском федеральных округах.**

По данным регулярного исследования R-TGI компании КОМКОН-Медиа в городах России с населением более 100 тысяч человек проживают около 11,5 миллионов детей. Самую многочисленную группу детей по данным 2003 г. составляют подростки 12-15 лет, родившиеся в 1988-1991 г. Резкое снижение рождаемости,



---

произошедшее в последующие годы, привело к тому, что численность детей в младших возрастах значительно меньше, по сравнению с численностью подростков. Тенденция снижения уровня рождаемости сохранялась на протяжении почти 10 лет и только с 2000 г. стало наблюдаться постепенное увеличение численности малышей. Осторожный оптимизм, вызванный медленным увеличением численности детей в последние годы, в значительной степени усиливается уверенной тенденцией роста доходов и покупательской способности населения.

Маркетинговое Агентство Step by Step работает на рынке маркетинговых услуг 5 лет. Сегодня мы активные участники следующих **рынков**:

- Рынок недвижимости
- Рынок торговой недвижимости
- Рынок торговых предприятий
- Рынок промышленных предприятий
- Рынок HoReCa
- ИТ-рынок

Готовые инициативные исследования занимают в портфеле нашего Агентства значительную долю. На сегодняшний день мы являемся лидерами рынка инициативных исследований. В портфеле Маркетингового Агентства 100 готовых исследований (с каждым днем их количество увеличивается) по ключевым направлениям работы Агентства, а так же по многим перспективным и развивающимся рынкам.

Маркетинговое Агентство Step by Step - агентство полного цикла. Мы работаем по таким **направлениям** как:

- Маркетинговое и управленческое консультирование
- Маркетинговые исследования
- Мерчендайзинг
- Франчайзинг
- Социологические исследования
- Услуги call центра
- Разработка новых коммерческих проектов
- Оказание услуг по аутсорсингу организации корпоративных мероприятий
- Организация и сопровождение представления компаний в Интернет

Для обеспечения качественного и быстрого сбора количественной информации, в структуру нашего агентства интегрировано подразделение **Call center**. Благодаря этому, мы предлагаем:



- Услуги «Бесплатный вызов» из регионов (8-800)
- Актуализация и формирование баз данных.
- Исходящий и входящий телемаркетинг
- Интервьюирование потребителей
- Оценку эффективности рекламы
- Информационную поддержку рекламных и PR-акций
- Маркетинговое Агентство Step by Step предлагает своим Заказчикам услуги по разработке бизнес-планов, по проведению экспертизы уже существующих бизнес-планов у сертифицированных специалистов и лидеров рынка
- Наши специалисты помогут вам в кратчайшие сроки ввести на предприятии систему бизнес-планирования, подготовят необходимые документы и обоснования, проведут специализированные тренинги, минимизируют издержки

**Наши ключевые клиенты:** ОАО "Связьинвест", РАО "ЕЭС РФ", "АйТи", "ТелекомКомплектСервис", "Связькомплект", "Информационная индустрия", "Future Telecom", "Элвис-Телеком", Холдинг "Еврохим", Производственная группа "Uniservis", Компания "Русский бисквит", объединение "Полипласт", игровая сеть "Джек-пот", сеть магазинов "Фамилия", ТД "Снежная королева", кофейни "Мокко", ЗАО RENOVA, группа компаний РБК, группа компаний ТЕКОН, HITACHI ltd, ООО «Рассказовские меха», ООО «Северные технологии», Институт социально-экономического развития ЦФО (ИНСЭР ЦФО), Макслевел, Honewell, Colan, Медиалог, Альтотрейдинг, ассоциации экспортеров Бразилии (APEX), ЗАО «Детский мир», АРТ-Билдинг и многие другие.