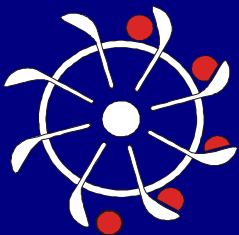


АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОТЧЕТ ПО МАРКЕТИНГОВОМУ ИССЛЕДОВАНИЮ

АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА ДЕТСКИХ ИГРУШЕК

Данное исследование подготовлено МА Step by Step исключительно информационных целях. Информация, представленная в исследовании, получена из открытых источников или собрана с помощью маркетинговых инструментов. МА 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. МА 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 МА Step by Step.



**STEP BY STEP
МАРКЕТИНГОВОЕ
АГЕНТСТВО**

г. Москва



Аннотация	3
Цели и задачи исследования	3
Список таблиц и диаграмм.....	4
Содержание исследования.....	7
Выдержки из исследования.....	10
Сегментация продукции по назначению	11
Темпы роста Рынка	12
Степень активности в потреблении Продукции	Ошибка! Закладка не определена.
Потребительские мотивации и поведение при покупке Продукции.....	12
. Инвестиционная привлекательность Рынка.....	14

Аннотация

Цели и задачи исследования

Описать состояние и основные тенденции российского рынка детских игрушек.

Задачи:

- ∅ Описать макроэкономическую конъюнктуру рынка;
- ∅ Описать продукцию на рынке детских игрушек;
- ∅ Определить емкость и объем рынка;
- ∅ Описать ценообразование на рынке;
- ∅ Выявить инвестиционную привлекательность;
- ∅ Описать инфраструктуру рынка;
- ∅ Кратко описать смежные рынки
- ∅ Кратко описать влияющие рынки;
- ∅ Выявить основные тенденции рынка;
- ∅ Описать объемы импорта;
- ∅ Описать крупнейших импортеров;
- ∅ Описать объемы российского производства;
 - ∅ Выявить основных игроков российского рынка детских игрушек;
 - ∅ Описать крупнейших производителей по следующим параметрам:
 - Положение на рынке;
 - Географический охват;
 - История развития;
 - Основные финансовые показатели;
 - Стратегия развития;
 - Продуктовый портфель;
 - Ценообразование, система скидок;
 - Условия поставки и сопровождения потребителей/клиентов (сервисного обслуживания)
 - Технологии продвижения и сбыта продукции
- ∅ Определить социально-демографические характеристики потребителей;
- ∅ Определить экономические характеристики потребителей;
- ∅ Определить поведенческие характеристики потребителей:
 - Структура осведомленности потребителей о марках продукции;

- Потребительские предпочтения по видам, маркам продукции;
 - Потребительские мотивации при покупке продукции;
 - Потребительское поведение при покупке продукции;
 - Медиапредпочтения потребителей
- Ø Описать сбытовую структуру рынка:
- Оптовый сектор;
 - Розничный сектор
- Ø Описать крупнейших представителей рынка (розничные сети, магазины, и оптовики)

Метод сбора данных: кабинетное исследование.

География исследования: Россия

Количество страниц: 107

Список таблиц и диаграмм

Диаграмма 1. Динамика численности детей 1990-2005 гг.

Диаграмма 2. Динамика номинальной начисленной заработной платы в 2003-2005 гг.

Диаграмма 3. Распределение российского рынка по типу игрушки

Диаграмма 4. Оборот через розничные точки различных типов, %

Диаграмма 5. Структура импорта детских игрушек по странам в 2005 году

Диаграмма 6. Структура импорта детских игрушек по странам в 2005 году

Диаграмма 7. Структура импорта игрушек на колесах по странам в 2005 году

Диаграмма 8. Структура импорта кукол, изображающих людей по странам в 2005 году

Диаграмма 9. Структура импорта прочих игрушек по странам в 2005 году

Диаграмма 10. Компании, импортирующие детские игрушки в 2005 году, в %

Диаграмма 11. Компании, импортирующие кукол, изображающих людей в 2005 году

Диаграмма 12. Компании, импортирующие игрушки на колесах, 2005 год

Диаграмма 13. Компании, импортирующие прочие игрушки в 2005 году

Диаграмма 14. Доля Китая в мировом производстве игрушек

- Диаграмма 15. Доля российских производителей игрушек на российском рынке, %
- Диаграмма 16. Доли игрушек производителей различных стран на российском рынке, %
- Диаграмма 17. Размещение производств пластмассовых товаров для детей на территории Российской Федерации
- Диаграмма 18. Доля российской и импортной продукции по видам игрушек
- Диаграмма 19. Структура экспорта детских игрушек по странам в 2005 г., в %
- Диаграмма 20. Компании, экспортирующие детские игрушки в 2005 г., в %
- Диаграмма 21. Возрастной состав населения России
- Диаграмма 22. Доля населения моложе трудоспособного возраста по округам РФ относительно общего числа детей, в %
- Диаграмма 23. Структура расходов на ребенка для семьи с доходом 3,5-4 тыс. рублей в месяц на человека, %
- Диаграмма 24. Доля покупателей игрушек среди домохозяйств с различным числом детей.
- Диаграмма 25. Доля покупателей игрушек среди домохозяйств с различным числом детей в зависимости от дохода семьи в месяц, в %
- Диаграмма 26. Рост затрат на покупку игрушек (затраты за 6 мес., USD)
- Диаграмма 27. Доли затрат на детские товары, распределенные по возрасту, в общем объеме затрат в 2003 году, %.
- Диаграмма 28. Рост затрат на покупку игрушек по основным городам России (затраты за 6 мес., USD)
- Диаграмма 29. Рост покупок игрушек (покупали игрушки за 3 месяца), %
- Диаграмма 30. Места покупок детских товаров, %
- Диаграмма 31. Распределение средней суммы одной покупки детских товаров среди москвичей, %.
- Диаграмма 32. Распределение среднего времени покупки в зависимости от возраста ребенка, мин.

Таблица 1. Пример используемых скидок на ПК «Форма» для крупных оптовиков (пластмассовые игрушки)

Таблица 2. Объем импорта игрушек в 2005 году

Таблица 3. Распределение импорта по регионам России игрушек, игр и спортивного инвентаря, их частей и принадлежностей

- Таблица 4. Оборот организаций по видам экономической деятельности (ОКВЭД) млрд.рублей, в действующих ценах
- Таблица 5. Объем экспорта детских игрушек в 2005 году
- Таблица 6. Распределение экспорта по регионам России игрушек, игр и спортивного инвентаря, их частей и принадлежностей
- Таблица 7. Место расположение сетей магазинов
- Таблица 9. Состав группы компаний «Детский мир»
- Таблица 10. Финансовые результаты, консолидированные по организациям, входящим в Группу компаний «Детский мир», млн. долларов США
- Таблица 11. Возрастной состав населения России
- Таблица 12. Количество детей по возрасту и полу, тыс. человек
- Таблица 13. Количество женщин детородного возраста
- Таблица 14. Брачное состояние женщин детородного возраста, на тысячу человек
- Таблица 15. Население по полу и возрастной группе (моложе трудоспособного возраста) по федеральным округам РФ
- Таблица 16. Факторы выбора детских игрушек, %

Содержание исследования

Введение

Методологическая часть

Описание типа исследования

Объект исследования

Цели и задачи исследования

География исследования

Время проведения исследования

Методы сбора данных

Макроэкономические факторы, влияющие на рынок

Социально-экономические показатели

Законодательство и налогообложение

Образующие и объединяющие организации на рынке

Описание отрасли

Краткое описание смежных рынков

Сырьё и оборудование для производства игрушек

Сегментация и структура рынка по основным видам продукции

Описание продукции

Сегментация продуктовой линейки

Сегментация продукции по назначению

Сегментация продукции по технологии производства

Основные количественные характеристики рынка

Объем и емкость рынка детских игрушек

Темпы роста рынка

Ключевые события рынка за последний год

Сбытовая структура рынка

Схема сбытовой структуры рынка (каналов товародвижения)

Розничный сектор

Основные принципы ценообразования

Резюме

Объемы российского производства, импорта и экспорта

Импорт продукции

Объемы импорта

Основные страны-импортеры
Основные компании-импортеры
Обзор крупнейших импортеров
Российское производство
Соотношение объемов импорта и российского производства
Экспорт продукции
Объемы экспорта
Основные страны-экспортеры
Основные компании-экспортеры
Резюме
Конкурентный анализ
Состояние мирового рынка игрушек
Состояние и тенденции рынка игрушек германии
Состояние и тенденции рынка игрушек франции
Рынок игрушек великобритании
Состояние и тенденции рынка игрушек италии
Рынок игрушек Испании
Конкуренция между крупнейшими производителями и поставщиками продукции
Основные параметры конкуренции
Основные производители рынка. Описание профилей крупнейших компаний
ОАО "Звезда"
ОАО «Весна»
Завод игрушек «Огонек»
ЗАО «Кругозор»
Конкуренция между крупнейшими компаниями розничного сектора
Сегментация основных каналов розницы
Основные параметры конкуренции
Сравнительная характеристика крупнейших розничных компаний
Группа компаний «Детский мир»
Banana-mama babies & kids stores
Мир детства
Mothercare
Чудо-остров
Кенгуру
Кораблик

Вырастай-ка
Сеть магазинов «wow! Детский мир»
Маленький гений
Сеть магазинов «дети»
Кроха
Здоровый малыш
Резюме
Анализ потребителей
Потенциал и привлекательность детской аудитории
Сегментация потребителей по социально-демографическим показателям
Сегментация потребителей с описанием сегментов
Сегментация потребителей по возрасту
Сегментация потребителей по доходам
Сегментация потребителей по семейному составу
Степень активности в потреблении продукции
Потребительские предпочтения
Потребительские мотивации и поведение при покупке продукции
Зависимость спроса на продукцию или услуги от различных характеристик потребителя. Эластичность спроса.
Медиапредпочтения потребителей (отношение к источникам и формам рекламы продукции)
Резюме
Обобщающие выводы и рекомендации
Факторы, благоприятствующие развитию рынка
Инвестиционная привлекательность рынка
Слияние и поглощения на рынке. Стратегические союзы и объединения на рынке
Тенденции рынка
Тенденции в ассортименте продукции
Тенденции в потребительском сегменте
Выводы
Приложение 1.
Приложение 2
Приложение 3

Выдержки из исследования

Рынок детских игрушек можно отнести к рынку детских товаров. Общую емкость российского рынка детских товаров специалисты оценивают в 6-7 млрд. долларов. Причем, за последние два года отмечен существенный рост - порядка 15-20% ежегодно, а по некоторым направлениям, например по игрушкам, рынок растет и вовсе процентов на 30% в год.

Рынок детских товаров делится на несколько основных сегментов:

- детская одежда и обувь
- детское питание
- детские игрушки
- детская косметика

Рынок игрушек очень разнообразен, сырье и материалы для игрушек - промежуточные товары других производств.

Основные виды сырья и материалов, используемых для производства игрушек:

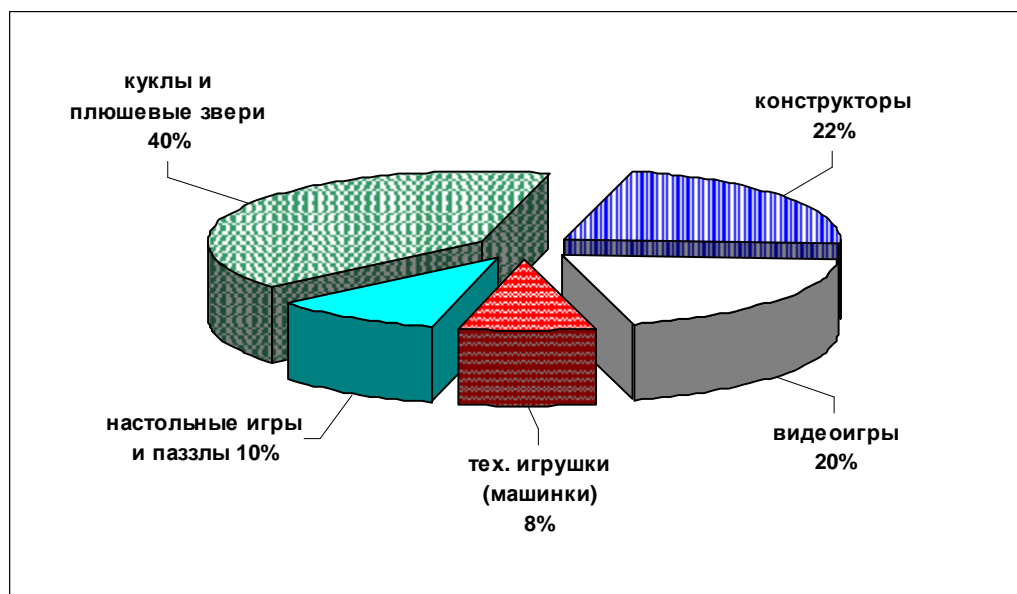
- полистирол;
- полипропилен;
- полиэтилен ВД и НД;
- пластизоль (пасты ПВХ);
- мех искусственный;
- ткани.

Сегментация продукции по предназначению

По предназначению детские игрушки делятся на:

- развивающие («интеллектуальные») игрушки
 - развивающие игры
 - товары для детского творчества
- сборные игрушки
 - конструкторы
 - сборные модели
 - паззлы
 - головоломки
 - приколы, шутки
- электронные и компьютерные игры, аудио-, видеопродукция
- игрушка «традиционная»:
 - мягкая,
 - пластиковая,
 - деревянная,
 - механическая,
 - радиоуправляемая,
- надувная игрушка, воздушные шары, змеи;
- куклы и аксессуары
- прочее (карнавальные костюмы, сувениры и т.д.)

Диаграмма 1. Распределение российского рынка по типу игрушки



Источник: журнал "Профиль"

Темпы роста Рынка

Ежегодно рынок детских игрушек растет на 25-30% в год. По прогнозам аналитиков рынок будет расти на 20–25% ежегодно еще несколько лет.

В основном на рынке представлены китайские и западные производители. Ряд экспертов оценивает долю российских производителей игрушек на рынке – не более 12%.

По другим источникам на долю российских игрушек приходится около 10%; порядка 70% – занимают игрушки китайского производства. Существенно меньше – 20% – приходится на европейские – из Польши, Германии и Испании

Соотношение экспорта и импорта

На настоящий момент в Россию преимущественно импортируются детские игрушки, доля экспорта мала. В денежном выражении доля импорта составляет 96,4% (\$200,5 млн.), а доля экспорта соответственно 3,6% (\$7,5 млн.).

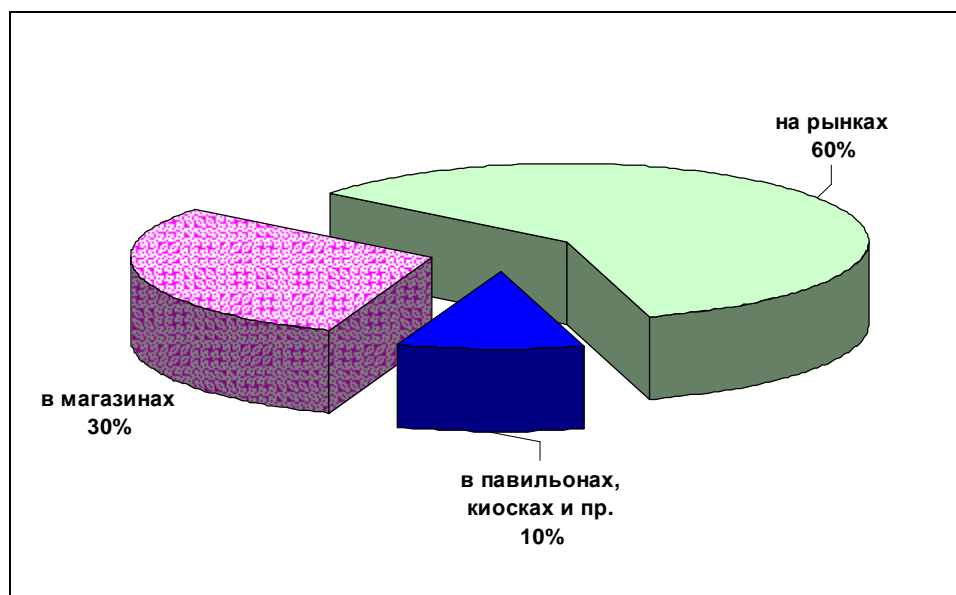
Таблица 1. Соотношение объемов экспорта и импорта игрушек

	Объем, в \$	Процент
Импорт	200540468	96,4
Экспорт	7470000	3,6
Всего	208010468	100

Источник Таможенная база, 2006 г.

Потребительские мотивации и поведение при покупке Продукции

Диаграмма 2. Места покупок детских товаров, %



Источник: Система ММЦ

На долю ярмарок и рынков приходится наибольшее количество покупок, совершаемых москвичами – это порядка 50-60%. В регионах этот показатель еще выше и составляет 80 - 90%.

Около 30% покупок совершается в детских магазинах, большая часть которых принадлежит торговым сетям.

Еще 10% торговли приходится на мелкую розницу - павильоны, киоски и т. д.

Инвестиционная привлекательность Рынка

Производство и продажа товаров для детей во всем мире являются прибыльными. Существует объективный фактор высокой доходности этого рынка: ребенок постоянно растет, так что гардероб и парк игрушек приходится обновлять практически каждый сезон. На фоне острой конкуренции в других сегментах вложения в детскую индустрию могут быть очень выгодны: по прогнозам специалистов, спрос на товары и услуги цивилизованной «детской» розницы в ближайшие годы увеличится в два-три раза.

Но, несмотря на большой потенциал и бурный рост спроса, специалисты называют детский рынок слабо развитым, прежде всего по следующим ключевым признакам:

- преобладание в рознице вещевых рынков;
- вялое развитие специализированных сетей;
- незначительное местное производство;
- ограниченное число брендов.

Производство и продажа товаров для детей во всем мире являются прибыльными. В мировом масштабе рынок игрушки выглядит весьма солидно - его емкость составляет \$90 - 100 млрд.

Российский рынок выглядит следующим образом: 40% занимают куклы и разнообразные плюшевые звери, 22% - конструкторы, 20% - видеоигры, 8% - технические игрушки и 10% - настольные игры и паззлы.

Объем импорта детских игрушек в 2005 году составил 218 млн. долларов США, а экспорт всего лишь 5,8 млн. долларов США.

В основном на российском рынке представлены китайские и западные производители. Китайская игрушка продолжает вытеснять с рынка продукцию отечественных производителей, которые не успевают приспособливаться к новым вкусам потребителей и не могут конкурировать с более дешевыми азиатскими аналогами.

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**, которое решает следующие задачи:

- Реализует услугу «Бесплатный вызов» из регионов (8-800)
- Позволяет актуализировать и формировать базы данных.
- Осуществляет исходящий и входящий телемаркетинг, поддержку рекламных и PR акций
- Проводит интервьюирование потребителей
- Оценивает эффективность рекламы

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, Golan, STEP
Медиалог, Алькотрейдинг, ассоциации экспортеров Бразилии (APEX), ЗАО
«Детский мир», АРТ-Билдинг и многие другие.