



Маркет
Аналитика

ДЕМО-ВЕРСИЯ
РОССИЙСКИЙ РЫНОК ДЕТСКИХ
РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫХ ЦЕНТРОВ

Москва, октябрь 2010



СОДЕРЖАНИЕ

I. ВВЕДЕНИЕ	Ошибка! Закладка не определена.
II. ХАРАКТЕРИСТИКА ИССЛЕДОВАНИЯ	Ошибка! Закладка не определена.
III. АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА ДЕТСКИХ РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫХ ЦЕНТРОВ	Ошибка! Закладка не определена.
Общая характеристика Рынка	5
1.1. Понятие детских развлекательных центров	Ошибка! Закладка не определена.
1.2. Показатели социально-экономического развития России	Ошибка! Закладка не определена.
1.3. Смежные рынки.....	Ошибка! Закладка не определена.
1.4. Резюме по разделу	Ошибка! Закладка не определена.
2. Структура Рынка.....	6
2.1. Сегментация Рынка по видам услуг	Ошибка! Закладка не определена.
2.2. Сезонность на Рынке.....	Ошибка! Закладка не определена.
2.3. Ценовая политика на Рынке	Ошибка! Закладка не определена.
2.4. Резюме по разделу	Ошибка! Закладка не определена.
3. Основные количественные характеристики Рынка. Объем и емкость рынка.....	7
3.1. Сегмент парков отдыха.....	7
3.2. Сегмент аттракционов в парках культуры и отдыха	7
3.3. Сегмент аттракционов в помещениях (детские развлекательные центры)	Ошибка! Закладка не определена.



- 3.3.1. Расчет выручки крупнейших развлекательных центров.....**Ошибка!**
Закладка не определена.
- 3.4. Резюме по разделу..... **Ошибка! Закладка не определена.**
4. Конкурентный анализ Рынка..... **Ошибка! Закладка не определена.**
- 4.1. Конкуренция на Рынке 8
- 4.2. Описание профилей крупнейших игроков на Рынке 9
- 4.3. Рынок детских развлекательных центров г. Санкт-Петербург 10
- 4.4. Специализированные развлекательные центры..... 10
- 4.5. Резюме по разделу..... **Ошибка! Закладка не определена.**
5. Каналы продаж на Рынке **Ошибка! Закладка не определена.**
- 5.1. Особенности сбытовой политики 14
- 5.2. Игровое оборудование **Ошибка! Закладка не определена.**
- 5.3. Производители и поставщики оборудования**Ошибка! Закладка не определена.**
- 5.4. Основные каналы продвижения на рынке игрового оборудования
..... **Ошибка! Закладка не определена.**
- 5.5 Резюме по разделу..... **Ошибка! Закладка не определена.**
6. Анализ конечных потребителей рынка детских развлечений**Ошибка!**
Закладка не определена.
- 6.1. Описание потребителей на рынке 14
- 6.2. Сегментация рынка сбыта 15
- 6.3 Потребительские предпочтения на рынке**Ошибка! Закладка не определена.**
- 6.4. Влияние кризиса на потребительскую активность..... 16
- 6.5 Резюме по разделу..... **Ошибка! Закладка не определена.**
7. Описание объекта «детский развлекательный центр»**Ошибка! Закладка не определена.**



7.1. Современные тенденции в развитии детских развлекательных центров 17

7.2. Описание детских развлекательных центров **Ошибка! Закладка не определена.**

7.2.1. Семейный центр развлечений «Игромакс» **Ошибка! Закладка не определена.**

7.2.2. Космик-Капитолий..... **Ошибка! Закладка не определена.**

7.2.3 Детский развлекательный центр XL **Ошибка! Закладка не определена.**

7.2.4. Детский развлекательный центр «Океан детства» **Ошибка! Закладка не определена.**

8. Выводы и рекомендации по исследованию **Ошибка! Закладка не определена.**

8.1. Основные тенденции Рынка..... **Ошибка! Закладка не определена.**

8.2. PEST-анализ рынка 18

8.3. Риски и барьеры Рынка..... 19

IV. РЕЗЮМЕ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ **Ошибка! Закладка не определена.**



ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНКА

Рынок детских развлекательных центров является частью индустрии развлечений. В настоящее время не существует чёткого определения данного рынка. Анализ многих источников информации показывает, что рынок развлечений не выделяется в какую-то отдельную категорию. Среди экспертов нет однозначного мнения, является ли данный рынок рынком услуг или товарным рынком. Впрочем, однозначность рассмотрения индустрии развлечений, как отраслевого направления сферы услуг не вызывает сомнений у большинства исследователей данной тематики.

Любой из классификаторов видов экономической деятельности (ВТО, ISIC, организации экономического сотрудничества и развития, общероссийский классификатор услуг и др.) не выделяет напрямую «развлечения» в отраслевое направление. Наиболее близким направлением является позиция «отдых, культура, спорт» в классификаторе ВТО. Однако к категории «развлечения» относятся и такие сферы деятельности, как «туризм и путешествия», предоставление услуг связи и многое другое. Таким образом, индустрия развлечений не может быть выделена формальными классификаторами услуг и



определена в рамках однозначного продукта. Неоднозначность определения и продуктового отнесения является характерным признаком индустрии развлечений наряду с возможностью включения данной отрасли в практически любое подразделение сферы услуг.



СТРУКТУРА РЫНКА

Среди распространенных на сегодняшний день **объектов развлекательной сферы, предназначенных для детей**, можно выделить следующие:

- Парки отдыха и развлечений;
- Аквапарки;
- Комплексные объекты развлечений;
- Игровые зоны в торгово-развлекательных центрах.

Безусловно, в Европе и США рынок развлечений более развит и представляет собой намного более широкий ассортимент товаров и услуг для проведения досуга всей семьей. В качестве примера можно привести, такой сегмент, как ритейлеры с развлекательным компонентом: основной концепцией такого бизнеса является сочетание известных торговых брендов с определенным видом развлечений, призванных ознакомить покупателей со всей линейкой продукции (Nike Town - спорттовары, Disney Stores - игрушки или Barnes & Noble - книги). Ещё одним примером могут стать семейные развлекательные центры - Family Entertainment Centers (FEC). Этот вид развлечений во всем мире является наиболее популярным. Соответствующие центры могут занимать площадь от 2 тыс. до 10 тыс. кв. м в закрытых помещениях. Они включают такие типичные компоненты, как карусели, мини-гольф, разнообразные аттракционы и игры - развлечения, непосредственно направленные на семьи с маленькими детьми.



ОСНОВНЫЕ КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РЫНКА. ОБЪЕМ И ЕМКОСТЬ РЫНКА.

Мировая индустрия развлечений аккумулирует миллиарды долларов и является значимой частью экономики большинства стран. Доходы мировой индустрии развлечений в 2007 г. эксперты аналитической компании PricewaterhouseCoopers (PwC) оценили в В 2010 г. по их прогнозу потребители потратят на развлечения уже Долл. (ежегодный прирост в%).¹

СЕГМЕНТ ПАРКОВ ОТДЫХА

Начиная с 2000 года, рынок парков отдыха стабильно рос на% в год, но во время финансового кризиса темпы роста снизились практически в три раза. Эксперты прогнозировали спад на рынке в 2009-2010 году, но их пессимистичные прогнозы не оправдались: население не потеряло интерес к активному отдыху, а за счет парков аттракционов, открытие которых было отложено на год, рынок сумел быстро восстановиться².

Проведя ретроспективный анализ с глубиной в десять лет в отчете «Российский рынок тематических парков аттракционов», аналитики ГК *Step by Step* выявили основные тенденции в развитии рынка. По их мнению, объем рынка тематических парков отдыха в 2009 году в стоимостном выражении составил рублей. Это более, чем на 1,5 млрд. рублей выше прогнозов экспертов.

СЕГМЕНТ АТТРАКЦИОНОВ В ПАРКАХ КУЛЬТУРЫ И ОТДЫХА

По данным Российской ассоциации парков и производителей аттракционов, в стране насчитывается около ... парков развлечений, в том числе крупных. В другом объединении - Союзе ассоциаций и партнеров индустрии развлечений (САПИР) -

¹ <http://www.ebiblioteka.ru/browse/doc/19795677>

² http://www.bestmarketing.ru/work/news?news_id=7901



считают, что их еще больше –³ Всего в России около аттракционов.⁴ Большинство российских операторов рынка используют технику отечественного производства.

Рост рынка аттракционов начался в 2005 году, что было связано не с ростом числа потребителей, а с ростом дохода уже существующей аудитории. По оценке Союза ассоциаций и партнеров индустрии развлечений (САПИР), объём российского рынка аттракционов, по итогам 2007 года составил руб., темп роста – ...%. Доля передвижных луна-парков в денежном выражении - не более ...%.

Диаграмма. Доля Москвы на российском рынке аттракционов, в % от количества аттракционов



Источник: САПИР

По состоянию на начало 2010 года состояния аттракционного бизнеса в Москве таково, что участники рынка прогнозировали снижение спроса в этом сезоне порядка%. Годом ранее (2009 г.) рынок «обвалился» почти на%.⁵

КОНКУРЕНЦИЯ НА РЫНКЕ

³ http://www.openbusiness.ru/html/atrazk_park.htm

⁴ <http://www.sapir.su/>

⁵ <http://infox.ru/wallet/tospend/2010/05/12/Attrakcionyy.phtml>



Рынок развлечений в настоящее время четко сегментирован: есть компании, занимающие существенные доли в своих сегментах (большинство не занимает свыше 5% сегмента рынка), при этом отсутствуют игроки, которые занимали бы больше 1% рынка в целом⁶. Например, самым крупным игроком в сегменте детских развлекательных центров является «СТАР ГЭЛАКСИ».

Наибольший потенциал для строительства торгово-развлекательных центров, а следовательно развития рынка развлечений в регионах, представляют собой города с численностью населения до 500 тысяч человек. Этот факт вызван дефицитом культурно-досуговой инфраструктуры и повышением уровня доходов населения. По мнению экспертов, наиболее перспективными форматами досугово-развлекательной сферы в таких городах станут многофункциональные торгово-развлекательные и развлекательные центры с качественным набором развлекательных услуг и высоким уровнем сервиса, что обеспечивает наибольший охват целевой аудитории и рост доходов оператора⁷.

ОПИСАНИЕ ПРОФИЛЕЙ КРУПНЕЙШИХ ИГРОКОВ НА РЫНКЕ

Операторами небольших игровых зон (игровых комнат в торгово-развлекательных центрах) могут быть различные компании, как компании, управляющие торгово-развлекательным центром, так и частные компании. Иногда операторами игровых комнат могут быть представители фуд-корта. Поскольку крупных игроков в данном сегменте выделить сложно, рассмотрим игроков следующих сегментов:

- Парки отдыха и развлечений;
- Аквапарки;
- Детские развлекательные центры (сетевые и несетевые игроки)

⁶ <http://www.rcb.ru/rcb/2008-09/13865/>

⁷ <http://www.rcb.ru/rcb/2008-09/13865/>

РЫНОК ДЕТСКИХ РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫХ ЦЕНТРОВ Г. САНКТ-ПЕТЕРБУРГ⁸

Исторически детскими развлекательными центрами в Санкт-Петербурге были парки аттракционов на открытом воздухе. По мере развития рынка торговой недвижимости эта функция постепенно переходит в стены многочисленных ТРК. Привлекая в ряды якорных арендаторов операторов детского развлекательного рынка, владельцы комплексов стараются понравиться покупателям, сформировавшим в последнее время отдельный потребительский сегмент – семьи с маленькими детьми.

СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЕ РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫЕ ЦЕНТРЫ

«СТАР ГЭЛАКСИ»

<http://www.stargalaxy.ru/>

«СТАР ГЭЛАКСИ» - сеть детских развлекательных комплексов. Размещение: крупные торговые центры. Средняя площадь комплексов составляет от 300 кв. м до 5 тыс. кв. м. Средняя посещаемость в месяц – 150 000 человек. Первый развлекательный комплекс «СТАР ГЭЛАКСИ» был открыт в 2001 году в Москве в торговом центре «Крокус Сити» был. С тех пор сеть «СТАР ГЭЛАКСИ» непрерывно росла и развивалась. Компания является лидером российского детского развлекательного сегмента.

Целевая аудитория

Родители с детьми 3-13 лет, доход средний и выше среднего.

География

⁸ <http://www.cre.ru/rus/journalnews/3194/print/>



22 развлекательных центра:

- Москва и МО – 7;
- По 2 в городах: Санкт-Петербург, Воронеж, Курск, Ульяновск;
- По одному в городах: Нижний Новгород, Тула, Калининград, Астрахань, Тамбов, Тольятти, Екатеринбург

Ассортимент услуг

- Детские аттракционы: детская площадка, автодром, тир-лабиринт, бастион, мини-боулинг, карусель, батут, качели и др.;
- Услуги няни;
- Организация праздников (Дни Рождения, классные праздники, Новый Год, выпускные праздники, летний лагерь).

Ценовая политика

Ценовая политика рассчитана на потребителя с низким уровнем дохода:

- Стоимость каждого аттракциона составляет от 50 до 150 рублей в зависимости от аттракциона
- Стоимость услуг няни зависит от количества детей и от города составляет около 300 - 500 рублей в час⁹.
- Цена за организацию праздника зависит от вида праздника, дня недели, количества призовых игр (длительности праздника) и города и составляет: от 150 до 1030 рублей за человека.

Преимущества

Лидер российского рынка детских развлечений

⁹ <http://www.cafe-future.ru/archive/468>



Планы по развитию

- Постоянное расширение в регионы России;
- Строительство сети крытых развлекательных парков вне торговых центров площадью свыше 15 тыс. кв. м;
- Завоевание лидерства в регионах.

CRAZY PARK

<http://www.crazypark.ru/>

CRAZY PARK - сеть семейных развлекательных центров, представляющих концепцию совмещения детского и семейного досуга в одном месте. Первый развлекательный центр был открыт в 2005 году. Размещение: крупные торговые центры. Средняя площадь комплексов составляет около 2 тыс. кв. м. Средняя посещаемость в месяц – 40 000 - 45 000 человек;

Целевая аудитория

Дети от 2-х до 15 лет и их родители

География

22 развлекательных центра:

- Москва и МО – 5;
- 2 в Воронеже
- По одному в городах: Волгоград, Оренбург, Набережные Челны, Кемерово, Ставрополь, Тольятти, Челябинск, Екатеринбург, Казань, Нижний Новгород, Ростов-на-Дону, Новосибирск, Санкт-Петербург, Самара, Зеленоград.

Ассортимент услуг

- Игры и аттракционы: симуляторы, спортивные аттракционы, видеоигры, аттракционы для самой младшей аудитории (карусели, мини-джд, лабиринт, автодром и т.д.);
- Кафе;



Маркет Аналитика

- Организация дней рождения;
- Организация школьного досуга;
- Призовые автоматы;
- Дополнительные услуги: аквагрим; шаржист; украшения шарами; оформление банкетного зала цветами; фото и видео съемка; номера оригинального жанра - фокусники, ходулисты, жонглеры; кукольные спектакли (для детей от 3 до 12 лет); номера с животными

Ценовая политика

Средняя стоимость развлечений и угощений в кафе 200-250 рублей за 2-3 часа.

Преимущества

Стабильный поток клиентов

Планы по развитию

- Постоянное расширение в регионы России;
- Расширение целевой аудитории за счет подростков и молодежи.

GAMEZONA

<http://www.gamezona.ru/>

GAMEZONA - один из лидеров российского рынка развлечений в области в области организации детского, подросткового и семейного отдыха. Бренд GAME ZONA был зарегистрирован ЗАО «ПЛЭЖА МАШИН» в октябре 2004 года. К этому моменту, компания «ПЛЭЖА МАШИН» уже имела ряд размещений в Москве, Московской области, Владимире и Екатеринбурге.



ОСОБЕННОСТИ СБЫТОВОЙ ПОЛИТИКИ

Среди основных участников Рынка можно выделить:

- Производители комплектующих деталей
- Производителей игровых аппаратов
- Дистрибьюторов продукции

Схема. Цепочка движения услуг на Рынке



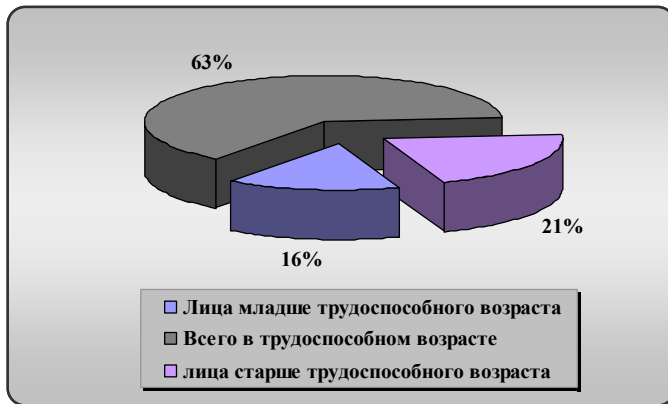
Источник: «Маркет Аналитика»

ОПИСАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ НА РЫНКЕ

Особенностью изучаемого Рынка является то, что потребителями в общей массе выступают дети, а покупателями являются родители. По данным «ФСГС РФ», на 1 января 2010г., в России насчитывалось около ... млн. детей в возрасте до 17 лет включительно. Всего же в РФ проживает, по состоянию на 1 января 2010г. – 141,9 млн. человек, из которых 103,73 млн. проживает в городе, а 38,22 млн. в сельской местности.



Диаграмма. Возрастной состав населения России, % от общей численности населения



Федеральная Служба Государственной Статистики, 2009

СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА СБЫТА

Потребителей исследуемого Рынка можно сегментировать следующим образом:

- По основной группе потребителей развлечений:
 - ...
 - ...
 - ...

- По возрасту ребёнка
 -
 -
 -

- По уровню дохода в семье:
 - ...
 -



○ ...

- По частоте посещения объектов детских развлекательных центров:
 -
 -
 -

ВЛИЯНИЕ КРИЗИСА НА ПОТРЕБИТЕЛЬСКУЮ АКТИВНОСТЬ

Согласно результатам интернет-опроса, проведенного на сайте "РосБизнесКонсалтинг" в декабре 2008 года и опубликованным в отчете "Влияние кризиса на потребительское поведение россиян", лишь ...% опрошенных отметили, что текущий кризис их никак не коснулся. ...% экономически активного населения России почувствовало на себе влияние экономического кризиса в той или иной степени¹⁰. Также в результате данного опроса было выявлено, что восприятие кризиса и оценка своих перспектив респондентами различаются. Люди более старшего возраста чаще оценивают свои перспективы как неблагоприятные, среди них значительно меньше оптимистов, чем среди молодежи. Более уязвимы для кризиса также люди, имеющие семью и детей. Среди них больше тех, кто оценивает свои перспективы как неблагоприятные. Чем выше доход респондентов, тем чаще они склонны оценивать свое будущее более позитивно.

¹⁰ http://marketing.rbc.ru/news_research/20/01/2009/562949954384236.shtml



СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В РАЗВИТИИ ДЕТСКИХ РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫХ ЦЕНТРОВ

В последние годы в развлекательной части торгово–развлекательных центров стали проявляться некоторые новые для нас тенденции: укрупнение формата, модернизация.

.....

Таким образом, на сегодняшний день на Рынке преобладают такие тенденции как укрупнение, модернизация и перерастание игровых зон развлекательной техники, ориентированных в основном на детей / подростков, в крупные семейные развлекательные центры, оборудованные качественным, интересным и современным оборудованием.



PEST-АНАЛИЗ РЫНКА

PEST-анализ - маркетинговый инструмент, предназначенный для выявления политических (Political), экономических (Economic), социальных (Social) и технологических (Technological) аспектов внешней среды которые могут повлиять на стратегию компании. PEST-анализ - эффективный инструмент понимания рынка, внешнего окружения компании, наиболее важных влияющих факторов.

Диаграмма 1. PEST-анализ российского рынка развлечений для проведения семейного досуга

Факторы внешней среды	Влияние факторов
Политические	
<ul style="list-style-type: none">• Законодательная база• Государственные стандарты и нормы	
Социальные	
<ul style="list-style-type: none">• Рост популярности детского и семейного отдыха в России.• Рост потребности в качественном проведении досуга привёл к высоким темпам роста спроса на услуги сферы развлечений и досуга (до наступления экономического кризиса).• Ухудшение материального положения населения России;• Сокращение денежных доходов населения;• Сокращение расходов семейного бюджета за товаров и услуг не первой необходимости.	



Факторы внешней среды	Влияние факторов
Технологические	
<ul style="list-style-type: none">• Качественное и современное оснащение развлекательных объектов	
Экономические	
<ul style="list-style-type: none">• Воздействие мировой экономики на экономику страны.• Влияние финансового кризиса на все отрасли российской экономики.• Состояние кредитной системы.• Состояние рынка недвижимости.	

Источник: «Маркет Аналитика»

РИСКИ И БАРЬЕРЫ РЫНКА

Среди **барьеров** для выхода на рынок нового игрока могут стать следующие факторы:

.....

Рисками для компаний, существующих на рынке, могут стать:

.....



Перечень таблиц и диаграмм

- Диаграмма 2. Динамика ВВП за период 2005-2009гг., в текущих ценах, млрд. руб.
Диаграмма 3. Прогноз величины ВВП на 2010-2012г.г., в номинальных ценах, млрд. руб.
Диаграмма 4. Уровень инфляции за период 2003-2009 гг. (к декабрю прошлого года), %
Диаграмма 5. Индекс потребительских цен, в 2010г., % к предыдущему месяцу
Диаграмма 6. Уровень занятости в августе 2010г., %
Диаграмма 7. Уровень безработицы по федеральным округам (% от численности экономически активного населения)
Диаграмма 8. Динамика среднемесячной номинально начисленной заработной платы, руб.
Диаграмма 9. Оборот розничной торговли в 2006-2009г.г., трлн. руб.
Диаграмма 10. Динамика оборота розничной торговли за период 2009-2010 гг., млрд. руб.
Диаграмма 11. Структура оборота розничной торговли в августе 2010г., %
Диаграмма 12. Структура оборота розничной торговли в зависимости от места реализации товара, в августе 2010г., %
Диаграмма 13. Динамика дошкольных учреждений за период 2000-2009 гг., тыс. единиц
Диаграмма 14. Структура рынка туризма
Диаграмма 15. Динамика российского рынка выездного туризма в натуральном выражении, тыс. поездок
Диаграмма 16. Структура рынка туристских фирм, занимающихся детским, семейным и молодежным туризмом, в % от числа клиентов
Диаграмма 17. Структура отдыха россиян в 2009 г.
Диаграмма 18. Динамика изменения туристического потока за 2008 – 2009 гг.
Диаграмма 19. Доля Москвы на российском рынке аттракционов, в % от количества аттракционов
Диаграмма 20. Динамика рынка ДРЦ в 2006-2010г.г., млн. долл.
Диаграмма 21. Структура населения России по территориальному признаку, %
Диаграмма 22. Возрастной состав населения России, % от общей численности населения
Диаграмма 23. Структура проведения досуга
Диаграмма 24. Частота посещения ТРЦ россиянами, % от числа опрошенных
Диаграмма 25. Основные статьи расходов детей
Диаграмма 26. PEST-анализ российского рынка развлечений для проведения семейного досуга

Таблица 1. Исходные данные для расчета объема рынка ДРЦ

Таблица 2. Выручка крупнейших детских развлекательных центров

Таблица 3. Крупнейшие аквапарки на территории России

Таблица 4. Сравнительная характеристика крупнейших игроков российского рынка детских развлечений

Таблица 5. Основные производители игрового оборудования



Таблица 6. Перечень цен на некоторые модели оборудования

- Схема 1. Цепочка движения услуг на Рынке
- Схема 2. Зона игровых аппаратов семейного центра развлечений «Игромакс»
- Схема 3. Зона кафе, бильярда и боулинга семейного центра развлечений «Игромакс»
- Схема 4. Игровая зона центра активного отдыха «Космик-Капитолий», 1 этаж
- Схема 5. Цокольный этаж центра активного отдыха «Космик-Капитолий»
- Схема 6. Цокольный этаж центра «Космик-Капитолий» (продолжение)
- Схема 7. Зона кафе «Горошек», 1 этаж
- Схема 8. Схема детского развлекательного центра XL
- Схема 9. Схема детского развлекательного центра «Океан детства»