

2014

# Маркетинговый план производства оборудования детских площадок



## Оглавление

<b>1. Анализ рынка оборудования детских площадок .....</b>	<b>2</b>
<b>1.1. Объем и динамика рынка продукта.....</b>	<b>2</b>
<b>1.2. Ведущие производители .....</b>	<b>11</b>
1.2.1. ЗАО «КСИЛ».....	12
1.2.2. ООО «АВЕН-СПб» .....	13
1.2.3. ООО «ВегаГрупп» .....	14
1.2.4. ООО «Дети Отечества».....	16
1.2.5. Сводный анализ ведущих производителей.....	16
<b>1.3. Аудит цен .....</b>	<b>18</b>
<b>1.4. Структура продаж .....</b>	<b>20</b>
<b>1.5. Оценка критериев выбора продукции потребителями .....</b>	<b>22</b>
<b>1.6. Анализ факторов, влияющих на развитие рынка .....</b>	<b>22</b>
<b>1.7. Прогноз средне- и долгосрочного развития рынка .....</b>	<b>23</b>
<b>2. Маркетинг .....</b>	<b>28</b>
<b>2.1. Концепция маркетинга .....</b>	<b>28</b>
<b>2.2. Конкуренция.....</b>	<b>29</b>
<b>2.3. План продаж .....</b>	<b>30</b>
<b>2.4. Тактика маркетинга .....</b>	<b>34</b>
<b>3. Приложение. Результаты мониторинга государственного заказа ..</b>	<b>37</b>

## 1. Анализ рынка оборудования детских площадок

### 1.1. Объем и динамика рынка продукта

В настоящее время Росстат не предоставляет статистических данных по продуктам, реализация которых предполагается в рамках маркетингового плана производства оборудования детских площадок. В этой связи в работе использованы оценки на основе косвенных данных.

О динамике рынка позволяют судить данные по строительству объектов, в составе которых используются детское игровое оборудование. К таким объектам относятся:

- **Социальные объекты** – плоскостные спортивные сооружения, в т.ч. футбольные поля, площадки и пр. В состав таких объектов часто включаются детские площадки, городки.
- **Жилые объекты** – в состав жилых комплексов при проектировании включаются детские площадки, на которых устанавливается детское игровое оборудование.
- **Учебные объекты** – прежде всего дошкольные образовательные учреждения (ДОУ) и начальная школа.

На следующей диаграмме приведена динамика ввода в эксплуатацию плоскостных спортивных сооружений в РФ, Уральском федеральном округе (УФО) и Приволжском федеральном округе (ПФО) по данным Росстата.

Как видно из приведенной ниже диаграммы, .....

В УФО и ПФО динамика ввода была неоднозначна: годы роста сменяются годами спада. Тем не менее, новые объекты вводятся ежегодно, что позволяет говорить о наличии спроса на продукцию, выпускаемую в рамках рассматриваемого проекта.

.....

#### **Диаграмма 1. Динамика ввода в эксплуатацию плоскостных спортивных сооружений в РФ, УФО и ПФО**

**Рост объемов ввода в эксплуатацию плоскостных сооружений в РФ является благоприятным фактором для реализации рассматриваемого проекта.**

На следующей диаграмме приведена динамика ввода в эксплуатацию жилья в РФ, УФО и ПФО по данным Росстата.

Как видно из приведенной ниже диаграммы, .....

В УФО и ПФО наблюдалась аналогичная картина.

.....

#### **Диаграмма 2. Динамика ввода в эксплуатацию жилья в РФ, УФО и**

## ПФО

**Рост объемов ввода в эксплуатацию жилья в РФ, УФО и ПФО является благоприятным фактором для реализации рассматриваемого проекта.**

На следующей диаграмме приведена динамика ввода в эксплуатацию учебных заведений, в т.ч. ДОУ в РФ, УФО и ПФО по данным Росстата.

Как видно из приведенной ниже диаграммы, .....

В УФО и ПФО в течение рассматриваемого периода наблюдалась волнообразная динамика, когда периоды взлета сменялись периодами падений. Тем не менее, в этой динамике объемы ввода в эксплуатацию учебных учреждений были достаточно стабильны: в пятилетку вводилось около \* млн. кв. м в УФО и около \* млн. кв. м в ПФО. В \*\*\*\* г. в обоих регионах отмечается положительный всплеск показателей по вводу.

.....

### **Диаграмма 3. Динамика ввода в эксплуатацию учебных заведений, в т.ч. ДОУ в РФ, УФО и ПФО**

**Рост объемов ввода в эксплуатацию учебных учреждений в РФ, УФО и ПФО является благоприятным фактором для реализации рассматриваемого проекта.**

На следующей диаграмме приведена динамика численности воспитанников ДОУ и охвата детей дошкольным образованием в РФ, УФО и ПФО.

Как видно из приведенной ниже диаграммы, .....

Аналогичная картина наблюдается и в УФО, при этом на протяжении всего рассматриваемого периода регион демонстрирует более высокие показатели охвата детей дошкольным образованием. К \*\*\*\*-\*\*\*\* гг. в регионе \*\*% детей соответствующего возраста были охвачены дошкольным образованием.

.....

### **Диаграмма 4. Динамика численности детей в ДОУ и охвата детей дошкольным образованием в РФ, УФО и ПФО**

В ПФО численность детей в ДОУ также растет, регион демонстрирует высокие показатели по охвату детей дошкольным образованием: в \*\*\*\*-\*\*\*\* гг. в регионе \*\*% детей соответствующего возраста были охвачены дошкольным образованием.

**Рост объемов численности воспитанников ДОУ и охвата детей дошкольным образованием в РФ, УФО и ПФО является благоприятным фактором для реализации рассматриваемого проекта.**

Оценку потребности в детской игровой и спортивной инфраструктуре возможно выполнить по методике, применяемой .....<sup>1</sup>

В разработанном .....

По данным Росстата в среднем на одного человека в РФ приходится \*\* кв. м жилья. Это позволяет рассчитать примерную численность жителей построенных в последние годы жилых домов.

В соответствии с нормативами проектирования,<sup>2</sup> на \* жителя жилого района планируется о,\* кв. м детских площадок.

Исходя из указанных выше допущений, рассчитана потребность в детских площадках, образующаяся в результате строительства жилья, приведенная на следующей диаграмме.

.....

### **Диаграмма 5. Потребность в детских площадках, образующаяся в результате строительства жилья в РФ, УФО и ПФО**

Как видно из представленной выше диаграммы, .....

В УФО также наблюдается рост потребности в детских площадках, за исключением \*\*\*\* г. В \*\*\*\*-\*\*\*\* гг. прирост этой потребности составлял \*\*-%, в \*\*\*\* г. произошло незначительное сокращение на \*%.

В ПФО также наблюдается рост потребности в детских площадках. Темпы прироста потребности составляют \*-% в год.

В соответствии с нормами проектирования,<sup>3</sup> на одного воспитанника ДОУ приходится не менее \* кв. м детских площадок.

Исходя из указанного выше допущения, рассчитана потребность в детских площадках, образующаяся в результате роста численности детей в ДОУ, приведенная на следующей диаграмме.

.....

### **Диаграмма 6. Потребность в детских площадках, образующаяся в результате роста численности детей в ДОУ в РФ, УФО и ПФО**

Как видно из представленной выше диаграммы, .....

В УФО и ПФО наблюдается аналогичная ситуация.

Совокупная оценка потребности в детских площадках приведена на следующей диаграмме.

Как видно из приведенной ниже диаграммы, .....

---

<sup>1</sup> .....

<sup>2</sup> Нормы и правила проектирования комплексного благоустройства на территории города Москвы, МГСН 1.02-02

<sup>3</sup> Постановление Правительства Москвы №911-ПП от 21.11.2006 об утверждении МГСН 4.07-05 «Детские образовательные учреждения»

В УФО наблюдается аналогичная картина, но потребности в детских площадках в данном регионе растут быстрее, чем в целом по стране: в \*\*\*\* г. объем потребности в детских площадках в УФО превысил показатель \*\*\*\* г. на \*\*%.

.....

### **Диаграмма 7. Совокупная потребность в детских площадках в РФ, УФО и ПФО**

В ПФО картина аналогична картине в целом по стране, а темпы роста достаточно высоки: в \*\*\*\* г. объем потребности в детских площадках в ПФО превысил показатель \*\*\*\* г. на \*\*%.

**Рост потребности в детских площадках в РФ, УФО и ПФО является благоприятным фактором для реализации рассматриваемого проекта.**

В разработанном .....

Кроме того, в том же документе приведены данные об износе придомовой и школьной детской спортивной инфраструктурой, составляющие \*\*-%. Таким образом, и существующая инфраструктура (в которой испытывается недостаток) находится в состоянии близком к завершению срока эксплуатации.

На основании приведенных выше данных можно сделать вывод о .....

#### **1.2. Ведущие производители**

Ведущими производителями рассматриваемого оборудования являются следующие компании:

- .....

Далее ведущие производители рассматриваются подробнее.

##### **1.2.1. ЗАО «КСИЛ»**

.....

##### **1.2.2. ООО «АВЕН-СПб»**

.....

##### **1.2.3. ООО «ВегаГрупп»**

.....

##### **1.2.4. ООО «Дети Отечества»**

.....

##### **1.2.5. Сводный анализ ведущих производителей**

На следующей диаграмме представлена структура производства детского оборудования по производителям.

.....

### **Диаграмма 8. Структура производства детского оборудования по производителям**

Как видно из представленной выше диаграммы, .....

На следующей диаграмме представлена структура производства детского оборудования по регионам.

.....

#### **Диаграмма 9. Структура производства детского оборудования по регионам**

Как видно из представленной выше диаграммы, .....

**Региональная доля рынка достаточно велика и составляет \*\*%, что открывает определенные возможности в организации производства и продаж. Вместе с тем, необходимо отметить, все лидеры рынка обладают обширной географией продаж и способны оказывать в регионах существенное конкурентное давление.**

Сводные характеристики основных производителей приведены в следующей таблице.

.....

#### **Таблица 1. Сводные характеристики основных производителей**

Как видно из приведенной выше таблицы, .....

##### **1.3. Аудит цен**

Аудит цен по основным товарам представлен в следующей таблице, наибольшие и наименьшие средние значения выделены.

.....

#### **Таблица 2. Аудит цен**

##### **1.4. Структура продаж**

На основе имеющихся данных можно определить региональную структуру потребности в детских площадках.

Ранее в данной работе<sup>4</sup> были приведены данные по объемам ввода в эксплуатацию плоскостных спортивных сооружений, жилья, учебных заведений в РФ. На основании указанных показателей рассчитаны данные по региональной структуре потребности в детских площадках, приведенные на следующей диаграмме.

.....

#### **Диаграмма 10. Региональная структура потребности в детских площадках**

Как видно из представленной выше диаграммы, .....

Доля Уральского федерального округа также существенна и составляет \*\*%.

---

<sup>4</sup> См. 1.1 Объем и динамика рынка продукта

**В рамках рассматриваемого проекта предполагается сосредоточить основные направления сбыта производимой продукции в двух федеральных округах: Уральском федеральном округе и Приволжском федеральном округе. Совокупно указанные два региона обеспечивают \*\*% всей потребности в детских площадках. Таким образом, выбор регионов сбыта является экономически оправданным.**

Структура потребности в детских площадках определена на основании представленных ранее в данной работе данных<sup>5</sup> и приведена на следующей диаграмме.

.....

**Диаграмма 11. Структура потребности в детских площадках по основным приобретателям в РФ, УФО и ПФО**

Как видно из приведенной выше диаграммы, .....

В УФО и ПФО наблюдается аналогичная структура, при этом доля строителей жилья несколько ниже, чем в среднем по стране, и составляет \*\*%.

**1.5. Оценка критериев выбора продукции потребителями**

Основными критериями выбора продукции потребителями, по данным производителей оборудования, являются цена и качество производимой продукции.

Данных критериев придерживается \*\*% потребителей.

**Для успешной работы на рынке производителю целесообразно обеспечить оптимальный баланс цены и качества. Наличие такого баланса позволяет получить конкурентное преимущество.**

**1.6. Анализ факторов, влияющих на развитие рынка**

В следующей таблице приведен комплексный анализ факторов, влияющих на развитие рынка.

.....

**Таблица 3. Комплексный анализ факторов, влияющих на развитие рынка**

Как видно из приведенной выше таблицы, .....

**1.7. Прогноз средне- и долгосрочного развития рынка**

Для оценки потребности в игровом оборудовании использованы следующие показатели:

- Объемы строительства нового жилья.
- Объемы капитального ремонта многоквартирных домов.
- Объемы обновления фондов ЖКХ.

---

<sup>5</sup> См. Диаграмма 10.



### **Объемы строительства нового жилья**

В текущем году было принято Постановление Правительства РФ от \*\*.\*\*.\*.\*\*\*\* г. №\*\*\* «Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Обеспечение доступным и комфортным жильем и коммунальными услугами граждан Российской Федерации». Приложение \* к указанному документу содержит плановые показатели по строительству жилья в стране, приведенные на следующей диаграмме.

Как видно из приведенной ниже диаграммы, .....

.....

### **Диаграмма 12. Плановые показатели строительства жилья в РФ**

На следующей диаграмме приведена оценка прогнозных объемов потребности в детских площадках за счет строительства нового жилья.

.....

### **Диаграмма 13. Прогнозные объемы потребности в детских площадках за счет строительства нового жилья**

Для оценки перспективной потребности в детских площадках использованы подходы, ранее примененные для расчета текущей потребности:<sup>6</sup>

- По данным Росстата в среднем на одного человека в РФ приходится \*\* кв. м жилья. Это позволяет рассчитать примерную численность жителей построенных в последние годы жилых домов.
- В соответствии с нормативами проектирования,<sup>7</sup> на \* жителя жилого района планируется о,\* кв. м детских площадок.

Доля Приволжского федерального округа в общей потребности составляет \*\*%, Уральского федерального округа – \*\*%, совокупно – \*\*%.<sup>8</sup>

Как видно из приведенной выше диаграммы, .....

**В долгосрочной перспективе потребность сохраниться и будет составлять около \*,\* млн. кв. м ежегодно.**

### **Объемы капитального ремонта многоквартирных домов**

Потребность в детском оборудовании обеспечивается также за счет капитального ремонта многоквартирных домов, при котором производятся также работы по благоустройству прилегающей территории.

На следующей диаграмме приведены данные по капитальному ремонту многоквартирных домов в РФ и в рассматриваемых регионах.

.....

### **Диаграмма 14. Капитальный ремонт многоквартирных домов**

Как видно из представленной выше диаграммы, .....

<sup>6</sup> См. 1.1 Объем и динамика рынка продукта

<sup>7</sup> Нормы и правила проектирования комплексного благоустройства на территории города Москвы, МГСН 1.02-02

<sup>8</sup> См. 1.4 Структура продаж

По данным Росстата, в целом по РФ доля ветхого и аварийного жилищного фонда в общем объеме жилищного фонда составляла \*\*%, в Приволжском федеральном округе РФ – \*,\*\*%, в Уральском федеральном округе РФ – \*,\*\*%. Таким образом, можно предположить, что **текущие темпы капитального ремонта сохраняются, по крайней мере, на пятилетнюю перспективу.**

Для оценки перспективной потребности в детских площадках использованы подходы, ранее примененные для расчета текущей потребности:<sup>9</sup>

- По данным Росстата в среднем на одного человека в РФ приходится \*\* кв. м жилья. Это позволяет рассчитать примерную численность жителей построенных в последние годы жилых домов.
- В соответствии с нормативами проектирования,<sup>10</sup> на \* жителя жилого района планируется о, \* кв. м детских площадок.

На следующей диаграмме приведена оценка прогнозных объемов потребности в детских площадках за счет капитального ремонта многоквартирных домов.

.....

### **Диаграмма 15. Прогнозные объемы потребности в детских площадках за счет капитального ремонта многоквартирных домов**

Как видно из приведенной выше диаграммы, .....

#### **Объемы обновления фондов ЖКХ**

В рамках настоящей работы выполнен мониторинг государственного заказа на продукцию, выпуск которой планируется в рамках реализации рассматриваемого проекта.

Параметры мониторинга:

- Временные рамки размещения заказов: с \*\* января \*\*\*\* г. по \*\* октября \*\*\*\* г.
- Статус конкурсов: завершенные и незавершенные.
- Регионы: Татарстан, Башкортостан, Челябинская область, Свердловская область, Пермская область, Курганская область, Тюменская область, ХМАО.

Результаты мониторинга государственного заказа приведены в Приложении.<sup>11</sup>

Как видно из указанного приложения, .....

Общая сумма (максимальная) всех размещенных заказов составляет за \*\* мес. \*\*\*\* г. \*\*, \*\* млн. руб. Предполагается, что к концу года она достигнет \*\*, \*\* млн. руб. Анализ реализованных заказов (\*\* заказов, по которым определены победители) показал, что реальная цена исполнения заказов составляет в среднем

<sup>9</sup> См. 1.1 Объем и динамика рынка продукта

<sup>10</sup> Нормы и правила проектирования комплексного благоустройства на территории города Москвы, МГСН 1.02-02

<sup>11</sup> См. 3 Приложение. Результаты мониторинга государственного заказа

\*\*\*% от максимальной цены. Исходя из этого, предполагается, что фактически выполненный объем заказов в \*\*\*\* г. составит \*\*, \*\* млн. руб.

Таким образом, в среднем на каждый из \*\*\* заказа в \*\*\*\* г. придется по \*\*\* тыс. руб.

Основной объем заказов направляется на реконструкцию и ремонт существующих детских площадок. Принимая во внимание, что в разработанном АПСИ проекте программы «От детской площадки к Олимпийскому стадиону» (развитие придомовой и школьной спортивной инфраструктуры на \*\*\*\*-\*\*\*\* годы) приведены данные об износе придомовой и школьной детской спортивной инфраструктурой, составляющие \*\*-%, можно предположить, что **в перспективе до \*\*\*\* г. ежегодный объем обновления фондов по детским площадкам в рассматриваемых регионах,<sup>12</sup> сохранится на уровне текущего года, т.е. будет составлять около \*\*\* объектов на сумму \*\* млн. руб. в год.**

## 2. Маркетинг

### 2.1. Концепция маркетинга

Миссией рассматриваемого проекта является .....

Основная цель рассматриваемого проекта заключается в .....

Основные задачи рассматриваемого проекта:

- .....

Концепция маркетинга рассматриваемого проекта исходит из следующих положений:

- .....

Экономические цели:

- .....

Коммуникативные цели:

- .....

### 2.2. Конкуренция

Как было указано в анализе рынка,<sup>13</sup> .....

В рамках настоящей работы выполнен мониторинг государственного заказа на продукцию, выпуск которой планируется в рамках реализации рассматриваемого проекта.

Параметры мониторинга:

- Временные рамки размещения заказов: с \*\* января \*\*\*\* г. по \*\* октября \*\*\*\* г.

<sup>12</sup> Татарстан, Башкортостан, Челябинская область, Свердловская область, Пермская область, Курганская область, Тюменская область, ХМАО

<sup>13</sup> См. Диаграмма 8. Структура производства детского оборудования по производителям

- Статус конкурсов: завершенные и незавершенные.
- Регионы: Татарстан, Башкортостан, Челябинская область, Свердловская область, Пермская область, Курганская область, Тюменская область, ХМАО.

Результаты мониторинга государственного заказа приведены в Приложении.<sup>14</sup>

По результатам мониторинга отмечены следующие компании, побеждавшие в конкурсах в \*\*\*\* г. более одного раза:

- .....

Как видно их представленного выше списка, .....

Кроме того, по данным исследований организатора проекта, существенное конкурентное давление способны оказывать следующие компании: .....

Таким образом, в конкурентной борьбе в рамках \*\*% доли рынка придется сталкиваться с девятью региональными компаниями. То есть всего основных региональных участников рынка будет \*\* единиц, включая компанию организатора проекта и девять других значимых на рынке игроков.

**Общий уровень конкуренции можно оценить как умеренный.**

На основании приведенных выше данных, .....

**Вместе с тем, принимая во внимание конкурентные преимущества производимой в рамках рассматриваемого проекта продукции .....**

### **2.3. План продаж**

План продаж рассматриваемого проекта составлен на основе данных, полученных в ходе анализа рынка<sup>15</sup>, а также данных, полученных в ходе анализа конкуренции.<sup>16</sup>

В следующей таблице приведены данные по прогнозируемой потребности в детских площадках в регионах реализации проекта.

.....

#### **Таблица 4. Прогнозируемая потребность в детских площадках в регионах реализации проекта**

Для перевода показателей площади в показатели условных единиц («условные игровые площадки») использована информация учебного пособия «Проектирование элементов благоустройства», сост. Сотникова, Ульяновск – \*\*\*\*.<sup>17</sup>

В соответствии с указанным источником, для детей в возрасте \*-\* лет и старше применяются площадки площадью от \*\*\* кв. м. Таким образом, площадка

<sup>14</sup> См. 3 Приложение. Результаты мониторинга государственного заказа

<sup>15</sup> См. 1.7 Прогноз средне- и долгосрочного развития рынка

<sup>16</sup> См. 2.2 Конкуренция

<sup>17</sup> ISBN 978-5-9795-0338-7

площадью \*\*\* кв. м выбрана в качестве единицы измерения – «условной игровой площадки».

Данные по потребности в переводе в условные единицы приведены в следующей таблице.

.....

**Таблица 5. Прогнозируемая потребность в детских площадках в регионах реализации проекта в условных единицах**

Потребность в игровом оборудовании рассчитана, исходя из следующего варианта наполнения условной детской площадки.

.....

**Таблица 6. Игровое оборудование на одну условную детскую площадку**

Средняя стоимость игрового оборудования приведена в следующей таблице.

.....

**Таблица 7. Средняя стоимость игрового оборудования для условной детской площадки**

При условии применения приведенных выше допущений по объему оборудования и средним ценам, на одну условную детскую площадку приходится оборудования на сумму \*\*\*,\*\* тыс. руб. без монтажа и \*\*\*,\*\* тыс. руб. с монтажом при стоимости монтажа \*\*% от стоимости оборудования. Полученные показатели соответствуют величине среднего заказа при обновлении фондов ЖКХ (в среднем на каждый из \*\*\* заказа в \*\*\*\* г. приходится по \*\*\* тыс. руб.), таким образом, данное допущение является обоснованным.

В ходе анализа конкуренции<sup>18</sup> были получены допущения по доле предприятия-организатора рассматриваемого проекта на рынке регионов реализации проекта. **Согласно принятому допущению доля компании-организатора проекта составит около \*% от общего объема регионального рынка. При этом необходимо отметить, что достигнуть указанных долей в объеме регионального рынка единовременно не представляется возможным, т.к. в течение первого прогнозного года предприятию нужно время, чтобы закупить, установить и освоить новое оборудование, несколько прогнозных лет понадобится на продвижение выпускаемой продукции, наработку необходимых компетенций и репутации производителя.**

Для целей расчетов в рамках рассматриваемого проекта планируется постепенное нарастание доли компании-организатора проекта в соответствии со следующим графиком.

Показатель	Единица измерения	****	****	****	****	****	****
Доля предприятия на рынке ПФО и УФО	%	*,**%	*,**%	*,**%	*,**%	*,**%	*,**%

<sup>18</sup> См. 2.2 Конкуренция

**Таблица 8. График нарастания доля предприятия-организатора проекта на региональном рынке игрового оборудования**

На основании данных, приведенных в предыдущих таблицах, рассчитаны объемы продаж, представленные в следующей таблице.

.....

**Таблица 9. Прогноз объемов продаж**

**2.4. Тактика маркетинга**

**Позиционирование**

.....

**Конкурентные преимущества**

- .....

**Развитие продукта**

.....

.....

**Диаграмма 16. Динамика реализации продукции в рамках рассматриваемого проекта**

Как видно из приведенной выше диаграммы, .....

**Каналы сбыта**

- .....

**Каналы маркетинговой коммуникации**

- .....

**Ценообразование**

.....

### **3. Приложение. Результаты мониторинга государственного заказа**

В рамках настоящей работы выполнен мониторинг государственного заказа на продукцию, выпуск которой планируется в рамках реализации рассматриваемого проекта.

Параметры мониторинга:

- Временные рамки размещения заказов: с \* января \*\*\*\* г. по \*\* октября \*\*\*\* г.
- Статус конкурсов: завершенные и незавершенные.
- Регионы: Татарстан, Башкортостан, Челябинская область, Свердловская область, Пермская область, Курганская область, Тюменская область, ХМАО.

Результаты мониторинга государственного заказа приведены в следующей таблице.

#### **Таблица 10. Результаты мониторинга государственного заказа**

##### **Победители конкурсов \*\*\*\* г.:**

- .....