

Название отчета	КАБИНЕТНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ РОССИЙСКОГО РЫНКА ПЛАТНОГО ДОШКОЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ МОСКВЫ И МОСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ (ВЫПУСК 1)		
Название компании-исполнителя	Группа компаний Step by Step		
Дата выхода отчета	24.06.2014		
Количество страниц	53 стр.		
Язык отчета	русский		
Стоимость (руб.)	25000 руб.		
Полное описание отчета (цель, методы, структура, источники информации, выдержки из текста, графическая информация, диаграммы-примеры и т.п.) – не более 2-х стр.А4	<p>Цель исследования: анализ текущей ситуации на рынке</p> <p>Задачи исследования:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Описание макроэкономической ситуации на Рынке • Выделение основных сегментов Рынка • Определение основных количественных характеристик Рынка • Описание структуры Рынка • Выявление основных игроков на Рынке • Выявление основных факторов, влияющих на Рынок • Выявление основных тенденций Рынка • Описание потребителей на Рынке <p>Выдержки из исследования:</p> <p>Рынок образования детей в целом в настоящее время Все это открывает перспективы развития Растет сегмент Предпочтение коммерческому образованию отдает в первую очередь так называемый средний класс. Особенное развитие в последние годы получают малые частные ДООУ, а также учреждения дополнительного</p> <p>Рост численности населения Московского региона (в том числе рост численности детей дошкольного возраста) приводит к тому, что Наличие очередей в государственные образовательные учреждения и</p> <p>По оценкам аналитиков ГК Step by Step количество детей в дошкольных образовательных учреждениях, то есть объем рынка детского дошкольного образования в натуральном выражении, в 2013 году лежит в диапазоне от.....</p>		
Подробное оглавление/содержание отчета	1	Введение	4
	2	МЕТОДОЛОГИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ	5
	2.1	<i>Описание типа исследования</i>	5
	2.1.1	Объект исследования	5
	2.1.2	Цели и задачи исследования	5
	2.1.3	География исследования	5
	2.1.4	Методы сбора информации и выборка	5
	2.1.5	Целевая аудитория	6
	3	МАКРОЭКОНОМИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА РЫНОК	7
	3.1	<i>Динамика валового внутреннего продукта</i>	7
	3.2	<i>Промышленное производство</i>	8
	3.3	<i>Уровень инфляции</i>	9
	3.4	<i>Уровень доходов населения</i>	10
	3.5	<i>Розничная торговля</i>	12
	3.6	<i>Инвестиции</i>	13
	4	СЕГМЕНТИРОВАНИЕ РЫНКА	16
	4.1	<i>Определение продукции/услуги</i>	16
	4.2	<i>Сегментирование продукции на рынке</i>	16
	4.3	<i>Сегментация дошкольных образовательных учреждений</i>	18

	4.4	<i>Тенденции в различных сегментах Продукции</i>	22
5		ОСНОВНЫЕ КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РЫНКА	24
		<i>Объем рынка дошкольного образования Москвы и Московской области</i>	24
	5.1	<i>Объем рынка в натуральном выражении</i>	24
	5.1.1	<i>Объем рынка в стоимостном выражении</i>	26
	5.2	<i>Емкость и степень насыщения Рынка</i>	27
	5.3	<i>Динамика рынка по числу ДОУ</i>	28
6		КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ	32
	6.1	<i>Конкуренция между крупнейшими игроками рынка</i>	32
		<i>Крупные игроки рынка дошкольного образования Москвы и Московской области</i>	33
	6.1.1	<i>Основные параметры конкуренции между игроками рынка</i>	34
	6.1.2		
7		Сравнительный анализ игроков рынка	34
8		Тенденции в направлении конкуренции между игроками	39
9		Анализ потребителей	40
	9.1	<i>Сегментация потребителей</i>	40
	9.2	<i>Степень активности потребителей</i>	40
	9.3	<i>Осведомленность потребителей</i>	41
	9.4	<i>Потребительские предпочтения</i>	42
10		Требования родителей к образовательному учреждению	42
11		ОБОБЩАЮЩИЕ ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ	44
	11.1	<i>Факторы, влияющие на развитие Рынка</i>	44
	11.2	<i>СТЕР-анализ рынка</i>	44
	11.3	<i>Анализ рисков</i>	46
	11.4	<i>Текущая ситуация и перспективы развития рынка</i>	46
	11.5	<i>ОБЩИЕ ВЫВОДЫ</i>	48
Количество и названия таблиц, диаграмм, графиков	<p>Диаграмма 1. Динамика изменения объема ВВП, 2002-2014 (прогноз) гг., трлн. руб. Диаграмма 2. Динамика индекса промышленного производства в % к соответствующему периоду предыдущего года, 2013 г. Диаграмма 3. Уровень инфляции 2003-2014 (прогноз) гг., % Диаграмма 4. Динамика реальных располагаемых денежных доходов в % к соответствующему периоду предыдущего года, 2013 г. Диаграмма 5. Динамика оборота розничной торговли 2013г., млрд. рублей Диаграмма 6. Темпы прироста инвестиций в основной капитал по отношению к предыдущему периоду 2012-2013 г., % Диаграмма 7. Численность детей в дошкольных образовательных учреждениях в Москве и Московской области в 2008-2011 году, 2012 и 2013 год оценочно, человек Диаграмма 8. Численность детей в дошкольных образовательных учреждениях в России в 2008-2012 году, 2013 год оценочно, человек Диаграмма 9. Динамика численности дошкольных учебных заведений в России в 2008-2012 году, шт. Диаграмма 10. Динамика численности дошкольных учебных заведений в Московском регионе в 2008-2011 году, шт. Таблица 1. Количество детей в возрасте 0-9 лет в РФ, 2008-2013 гг. Таблица 2. Количество городских детей в возрасте 0-9 лет в РФ, 2008-2013 гг. Таблица 3. Количество сельских детей в возрасте 0-9 лет в РФ, 2008-2013 гг. Таблица 4. Прогноз количества дошкольников в РФ, 2014-2020 гг. Таблица 5. Распределение детей в возрасте 3-6 лет по причинам непосещения дошкольного образовательного учреждения (в процентах к общему числу детей в соответствующем возрасте, не посещающих дошкольное образовательное учреждение)</p>		

	Таблица 6. Охват детей в возрасте 1-6 лет дошкольными образовательными учреждениями в России в целом и в Москве, в процентах от численности детей в соответствующем возрасте Таблица 7. Расчет емкости рынка дошкольного образования Московского регионе на 2013 год Таблица 8. Сравнительный анализ игроков рынка дошкольного образования Таблица 9. STEP-анализ факторов, влияющих на развитие рынка платного дошкольного образования Москвы и Московской области Таблица 10. SWOT-анализ
Способ предоставления отчета (в электронном / печатном виде/ оба)	В печатном/ электронном формате
Название файла (если отчет предоставлен в электронном виде)	ГИ_дошкольное образование.pdf

Маркетинговое Агентство Step by Step специализируется в области корпоративного маркетинга. Мы оказываем широкий спектр услуг отделам маркетинга коммерческих компаний, от проведения практически любых исследовательских работ до содействия в реализации маркетинговых планов компании в случае недостатка собственных ресурсов подразделения (например, в связи с открытием нового проекта или крупным мероприятием).

Маркетинговое Агентство Step by Step объединяет в себе такие качества как комплексный подход к задаче, свойственный управленческим консультантам, и владение современными методиками маркетинговых исследований, присущее исследовательским компаниям.

Маркетинговое Агентство Step by Step специализируется на следующих сегментах рынка:

- Рынок промышленных предприятий (Business-to-Business рынок)
- ИТТ – рынок
- Рынок торгово-розничных предприятий
- Рынок отдыха и развлечений
- Рынок предприятий малого бизнеса

Маркетинговое Агентство Step by Step – член Национальной гильдии профессиональных консультантов, Гильдии маркетологов, Международной ассоциации ESOMAR.