

*Исследование степени удовлетворенности
потребителей, имеющих детей в возрасте от 7 до 13 лет,
качеством услуг по организации детских развлечений,
предоставляемых в ТРЦ г. Екатеринбурга*

Докладчики
Дулецкая Мария
Кротова Дарья
Бурда Елена
Крикливцев Иван

Описание рынка

Развитие российской индустрии развлечений проходит в России немного медленнее, чем в других странах, в силу специфики российского рынка, а также в связи с тем, что в краткосрочной перспективе все еще сохраняется некоторая неопределенность в отношении роста потребительской уверенности.

Так же на развитие этого рынка отрицательно влияет финансовый кризис [1].

Индустрия досуга включает парки развлечений; развлекательные зоны в торговых центрах (кинотеатр, детский городок, боулинг, аттракционы, дискотека и пр.); специализированные развлекательные центры (кино, дискотека, боулинг, игровой центр, каток и т. д.)[2].

¹ <http://www.finmarket.ru>

² <http://vneshmarket.ru>

Описание рынка

Основными форматами бизнеса по предоставлению развлекательных услуг в ТРЦ являются:

- отдельные развлекательные клубы, фокусирующиеся на одном сегменте развлечений;
- сетевые операторы отдельного сегмента развлечений (детские игровые сети)
- управляющая компания сети комплекса развлечений, охватывающего все сегменты развлечений;
- единая управляющая компания в альянсе с партнерами;
- управляющая компания девелопера для всей развлекательной зоны в ТРЦ.

Описание рынка

В Екатеринбурге 272 торговых центра^[3], из которых только в 15 есть развлекательные услуги для детей. Данные центры были выявлены с помощью кабинетного (изучение сайтов ТРЦ) и полевого (посещение ТРЦ) методов.

ТРЦ в г.Екатеринбурге, которые предоставляют развлекательные услуги: Мега, Гринвич, Алатырь, Радуга Парк, Фан Фан, Глобус, Гранат, Карнавал, Ботаника Молл, Мегаполис, Комсомолл, Кит, Омега, Парк Хаус, Антей.



- **Проблема:** Из-за высокой конкуренции ТРЦ и медленного развития рынка, потребители, имеющие детей в возрасте от 7 до 13 лет, частично не удовлетворены качеством услуг, предоставляемых ТРЦ города Екатеринбург.

(мы проанализировали отзывы в интернете, которые оставляют потребители удовлетворены частично.).



Наша целевая аудитория состоит из жителей Екатеринбурга и ближайших городов (Верхняя Пышма, Березовский, Полевской, Среднеуральск, Первоуральск, Арамил, Сысерть) - 2485113 человек (по данным переписи 2015 года[4]).

Из них 342631 человек имеют детей в возрасте от 7 до 13 лет.

Мы выбрали именно эту возрастную категорию, т.к. дети данного возраста могут самостоятельно объяснить родителям куда им хочется пойти, что их привлекает в данных развлекательных услугах. Не стали брать детей старше, т.к. у них начинается переходный возраст, появляются другие интересы и увлечения. А дети младшего возраста не всегда могут объяснить родителям, чего им хочется. Так же на некоторые аттракционы есть ограничения по возрасту, дети младше семи лет туда не допускаются.

Цель: Выявить факторы частичной удовлетворенности потребителей, имеющих детей в возрасте от 7 до 13 лет, качеством услуг по организации детских развлечений, предоставляемых в ТРЦ г. Екатеринбург.



Интерпретация понятий

Котлер Ф. отмечает, что удовлетворенность потребителя отражает степень совпадения характеристик товара или услуги, субъективно воспринимаемых клиентами, с ожиданиями, связанными с этим товаром. Другими словами, уровень удовлетворенности потребителя зависит от того, насколько сильно свойства товара или услуги соответствуют его представлениям о потребительской ценности [4].

Интерпретация понятий

Методы оценки степени удовлетворенности[5]:

- метод простой оценки удовлетворенности (оценка по семиуровневой шкале Ликерта);
- метод анализа несоответствий;
- модель “значимость - удовлетворенность”;
- метод взвешенных оценок.

Для исследования мы выбираем метод “значимость - удовлетворенность”. С помощью данного метода мы сможем выявить наиболее важные стороны услуг ТРЦ, в которых они, по оценке потребителей, работают хуже всего.

Интерпретация понятий

Торгово-Развлекательный Центр — группа предприятий торговли, управляемых как единое целое и находящихся в одном здании или комплексе зданий, соединённых крытым переходом. По определению Международного совета торговых центров, торговым центром можно считать группу архитектурно объединённых розничных предприятий, управляемых единой компанией, обеспеченных парковкой и расположенных на специально спланированном участке.

Современный торговый центр представляет собой большой торгово-развлекательный комплекс — многоэтажное здание, в котором кроме магазинов находятся также кафе, бары, кинотеатр, боулинг, различные развлекательные зоны. Как правило, комплекс оборудован эскалаторами, лифтами, снабжён парковкой для личного транспорта покупателей и расположен около станций метро и остановок общественного транспорта или в спальных районах города [6].

http://www.ukomega.com/ (Гранат)	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
http://www.carnaval.ur.ru/ru/main.html (Карнавал)	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
http://www.antey-e.ru/ (Антей)	0	0	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
http://www.fantazygrad.ru/ (ФэнтазиГрад)	0	0	0	0	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
http://www.geroipark.ru/ (Герои Парк)	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
http://www.domstrahov.ru/ (Дом страхов)	4	0	0	0	0	9	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0

http://www.crazy-park.ru/ (Crazy Park)	0	0	1	3	1	1	1	0	0	0	0	1	4	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
http://vk.com/galerigreen (Контактный зоопарк)	7	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	0	0	0	2	1	2	0	0	0
http://ekaterinburg.flamp.ru/ (Flamp)	39	9	46	10	14	12	30	45	96	52	29	28	40	13	12	1	10	10	2	30	48	12	16	30
http://www.yell.ru/ (Yell)	6	0	10	1	5	9	27	10	31	19	4	10	9	6	0	1	1	1	0	9	4	2	0	7
ИТОГО	56	9	58	15	22	32	72	57	137	75	40	43	56	22	17	2	11	11	4	41	54	14	16	37

Из проведенного контент-анализа мы выявили три группы факторов, которые влияют на степень удовлетворенности потребителей в большей степени: факторы, влияющие положительно на удовлетворенность потребителей (наличие food-зоны, обучение детей через игру и приемлемая цена), факторы, влияющие негативно на удовлетворенность (высокие цены, низкая квалификация персонала и отсутствие food зоны) и факторы, которые наиболее востребованы потребителями ()

Гипотезы :

- 1) Уровень детских развлекательных услуг, предоставляемых ТРЦ г. Екатеринбург низкий.
- 2) На рынке детских развлекательных услуг в ТРЦ г. Екатеринбург высокий уровень конкуренции
- 3) Уровень детских развлекательных услуг, предоставляемых ТРЦ г. Екатеринбург необходимо повышать для удержания потребителей
- 4) Степень удовлетворенности развлекательными услугами родителей зависит от степени удовлетворенности развлекательными услугами их детей

Задачи:

- 1) выбрать методы исследования и подготовить инструментарий;
- 2) разработать классификатор и регистрационную карточку;
- 3) составить опросные листы;
- 4) выбрать методы анализа и интерпретации данных;
- 5) выбрать форму отчетных материалов;
- 6) составить график проведения исследования;
- 7) проведение контент-анализа;
- 8) проведение опроса в ТРЦ;
- 9) анализ полученных результатов;
- 10) составление отчета о проведенном маркетинговом исследовании.

Тип маркетингового исследования:

Для своего анализа мы выбираем поисковые маркетинговые исследования, так как данный вид исследования гибкий и многосторонний, проводится на основе таких методов, как опрос экспертов, анализ вторичной и первичной информации и качественные исследования, позволяющие как можно детальнее изучить проблему.

Классификатор

Категории	Единицы
Факторы, которые влияют на степень удовлетворенности потребителей	1.1)Вежливый персонал, 1.2)защита детей от травм, 1.3)приемлемая цена, 1.4)большое разнообразие автоматов и аттракционов, 1.5)скидки и бонусы, 1.6)профессиональные аниматоры; 1.7)наличие food-зоны, 1.8)обучение детей через игру.
Услуги, которые предоставляют ТРЦ	2.1)Кинотеатр, 2.2)боулинг, 2.3)детский городок, 2.4)игровые автоматы, 2.5)аттракционы, 2.6)заказ детского праздника, 2.7)контактный зоопарк.
Проблемы, с которыми чаще всего сталкиваются потребители	3.1)Нарушение техники безопасности, 3.2)зависание дорожек, 3.3)грязное помещение, 3.4)маленькое разнообразие животных, 3.5)высокая цена, 3.6)неквалифицированный персонал, 3.7)банальные сценарии праздников, 3.8)сломанные автоматы, 3.9)отсутствие food-зоны.

Каталог:

Организации	Сайты	Описание
ТРЦ	http://grinvich.com/razvlecheniy a/; http://botanikamall.ru/; http://trc-alatir.ru/; http://www.radugapark.ru/e ntertainment; http://www.fanfan-ekb.ru/; http://www.komsomall.su/; http://megamall.ru/; http://www.globus-trc.ru/; http://www.ukomega.com/; http://www.megapolis66.ru/; http://kit-trc.ru/; http://yekaterinburg.atrium-park house.ru/; http://www.antey-e.ru/.	<p>Торговые центры города Екатеринбург, в которых есть развлекательные услуги для детей.</p>
Парки развлече- ний	http://www.fantazygrad.ru/; http://www.geroipark.ru/; https://vk.com/ekat_domstraha; http://www.domstrahov.ru/; http://www.crazypark.ru/.	<p>Организации, предоставляющие развлекательные услуги для детей в ТРЦ.</p>
Контактные зоопарки	http://vk.com/galerigreen.	<p>Услуга, позволяющая детям “общаться” с животными.</p>
Форумы	http://ekaterinburg.flamp.ru/; http://www.yell.ru/; http://foursquare.com/.	<p>Сайты, на которых можно узнать мнения людей о развлекательных услугах и ТРЦ.</p>

На сайте flamp.ru и прочих подобных, велика вероятность того, что многие положительные отзывы «накручены», а то есть, проще говоря, куплены.
Поэтому мы решили провести опрос.

Опросный лист

Здравствуйте! Благодарим Вас за то, что Вы согласились принять участие в нашем опросе.

Опрос проводится студентами УрФУ с целью сбора информации для проведения маркетингового исследования на тему “Степень удовлетворенности потребителей, имеющих детей в возрасте от 7 до 13 лет, качеством услуг по организации развлечений и отдыха людей, предоставляемых в ТРЦ г. Екатеринбурга”.

Основными целями нашего опроса являются: выявление факторов, которые влияют на степень удовлетворенности потребителей, и определение степени удовлетворенности потребителей развлекательными услугами города Екатеринбург.

Опросный лист

1. Есть ли у вас дети?

- 1) да
- 2) нет

2. Возраст ваших детей?

- 1) меньше 7 лет
- 2) 7-13 лет
- 3) больше 13 лет

3. 3. Пол вашего ребенка?

Опросный лист

4. Какой ТРЦ вы предпочитаете посещать? (проставьте номера от 1 до 14 по возрастанию от самой частой посещаемости до самой редкой)

- 1) Мега ()
- 2) Гринвич ()
- 3) Алатырь ()
- 4) Радуга Парк ()
- 5) Фан Фан ()
- 6) Глобус ()
- 7) Гранат ()
- 8) Карнавал ()
- 9) Ботаника Молл ()
- 10) Мегополис ()
- 11) Комсомол ()
- 12) Кит ()
- 13) Омега ()
- 14) Парк Хаус ()

5. Удовлетворены ли Вы организацией развлекательных услуг для детей в этом ТРЦ?

- 1) Полностью удовлетворен
- 2) Частично удовлетворен
- 3) Отношусь нейтрально
- 4) Частично не удовлетворен
- 5) Полностью не удовлетворен

Опросный лист

6. Как часто вы посещаете ТРЦ?

- 1) Раз в неделю
- 2) Раз в месяц
- 3) Несколько раз в месяц
- 4) Раз в полгода
- 5) Раз в год
- 6) Другое (_____)

7. Учитываете ли Вы степень удовлетворенности Ваших детей развлекательными услугами при выборе ТРЦ для совместного отдыха?

- 1) да
- 2) нет

Опросный лист

8. Какими услугами по организации развлечений и отдыха детей вы пользовались в последний раз? (Можно выбрать несколько вариантов ответа)

- 1) кинотеатр,
- 2) детский городок,
- 3) боулинг,
- 4) аттракционы,
- 5) контактный зоопарк,
- 6) игровые аппараты,
- 7) карусели,
- 8) каток,
- 9) организация детского праздника.

9. Если Вы заказывали организацию детского праздника, то остались ли Ваши дети довольны? (Если не заказывали, то пропустите данный вопрос)

- 1) Да, дети были довольны
- 2) Нет, детям не понравилось
- 3) Затрудняюсь ответить

Опросный лист

10. Какими услугами вы собираетесь воспользоваться в ближайшее время? (Можно выбрать несколько вариантов ответа)

- 1) кинотеатр,
- 2) детский городок,
- 3) боулинг,
- 4) аттракционы,
- 5) контактный зоопарк,
- 6) игровые аппараты,
- 7) карусели,
- 8) каток,
- 9) организация детского праздника.

Опросный лист

11. Отметьте в таблице на сколько наличие данных услуг влияет на Ваш выбор ТРЦ для отдыха с детьми:

	очень важно	важно	нейтрально	не очень важно	совершенно не важно
кинотеатр					
детский городок					
боулинг					
контактный зоопарк					
игровые аппараты					
карусели					
каток					
организация детского праздника					

Опросный лист

12. Возникали ли у вас проблемы, связанные с услугами, предоставляемыми в ТРЦ?

Как часто они возникали?

1) да, возникали

1-3 раза

4-6 раз

7 и более раз

2) нет, не возникали

3) затрудняюсь ответить

13. Если у Вас возникли проблемы, то с чем они были связаны?

1) персонал

2) цена

3) техническое оснащение

4) другое (_____)

Опросный лист

14. Удовлетворены ли Ваши дети уровнем развлекательных услуг в ТРЦ?

удовлетворены

частично удовлетворены

частично не удовлетворены

полностью не удовлетворены

затрудняюсь ответить

15. В каких ТРЦ, по вашему мнению, цена на развлекательные услуги не соответствует их уровню?

16. Считаете ли вы, что уровень предоставляемых услуг в ТРЦ необходимо повысить?

1) да, уровень услуг необходимо повышать

2) нет, меня всё устраивает

3) затрудняюсь ответить

Опросный лист

17. Удовлетворены ли Вы профессиональными навыками аниматоров, работающих в ТРЦ?

- 1) полностью удовлетворяют;
- 2) частично удовлетворяют;
- 3) частично не удовлетворяют;
- 4) полностью не удовлетворяют.

18. Какие услуги для детей Вы хотели бы видеть в ТРЦ?

Опросный лист

19. В каком районе города вы проживаете?

1) Верх-Исетский

2) Железнодорожный

3) Орджоникидзевский

4) Кировский

5) Чкаловский

6) Октябрьский

7) Ленинский

8) Другое (_____)

20. Уровень дохода в вашей семье на 1 человека?

1) До 19000 рублей

2) От 20000 до 49000 рублей

3) От 50000 рублей

Благодарим Вас за участие в нашем опросе.

Описание выборки

Изучив методы описания выборки, мы выбрали для себя метод Котлера, потому что он показался нам наиболее удобным для применения на практике.

Данный метод позволяет ответить на три главных вопроса: Кто станет участником исследования? Сколько людей будет охвачено исследованием? Как будут отобраны участники исследования?

Описание выборки

Генеральная совокупность для нашего исследования:

- Жители Екатеринбурга (2117340 человек по данным переписи 2015 года^[7])
- Жители соседних городов (Верхняя Пышма, Березовский, Полевской, Среднеуральск, Первоуральск, Арамилы, Сысерть) (367773 человек по данным переписи 2015 года)
- По доходу: низкий (до 19000 рублей) , средний (от 20000 до 49000 рублей), высокий (от 50000 рублей)
- Имеющие детей в возрасте от 7 до 13 лет (342631 человек по данным переписи 2015 года)

Описание выборки

Квотная выборка

Изначально выделяется некоторое количество групп объектов:

- Жители Екатеринбурга и соседних городов;
- Имеющие детей в возрасте от 7 до 13 лет;
- Разделение людей на группы по доходу.

С помощью калькулятора на сайте www.surin.marketolog.biz мы рассчитали необходимую для нас выборку в размере 384 человек.

Опрос будет проводиться в Торгово-Развлекательных Центрах рядом с зонами отдыха и развлечений, а так же через социальные сети (Одноклассники, Facebook и Вконтакте).

Спасибо за внимание!