



Маркет
Аналитика

РОССИЙСКИЙ РЫНОК ДЕТСКИХ ИГРУШЕК. МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ И АНАЛИЗ РЫНКА (ДЕМО-ВЕРСИЯ)

Данное маркетинговое исследование российского рынка детских игрушек подготовлено компанией «Маркет Аналитика» исключительно в информационных целях. Компания «Маркет Аналитика» не дает гарантии полноты и точности информации. Информация, содержащаяся в исследовании, не должна быть прямо или косвенно истолкована покупателем, как рекомендательная по ведению бизнеса.

Информация, представленная в данном исследовании, была получена из открытых источников, баз данных и собственного информационного архива, а также обработана и проанализирована специалистами компании «Маркет Аналитика» с помощью различных маркетинговых инструментов.

Данное исследование или его часть не может тиражироваться или распространяться третьим лицам без письменного на то разрешения компании «Маркет Аналитика»

Москва, май 2015



СОДЕРЖАНИЕ

II. ХАРАКТЕРИСТИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

III. АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА ДЕТСКИХ ИГРУШЕК

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНКА

- 1.1. Определение продукции
- 1.2. Показатели социально-экономического развития
- 1.3. Мировой рынок игрушек
- 1.4. Рынок детских товаров в РФ
- 1.5. Рынок лицензированных детских товаров
- 1.6. Резюме по разделу

2. СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА ДЕТСКИХ ИГРУШЕК

- 2.1. Сегментация Рынка по воспитательному назначению
- 2.2. Сегментация игрушек по возрасту ребенка
- 2.3. Сегментация Рынка по материалу изготовления
- 2.4. Прочие основания для сегментации Рынка
- 2.5. Товарная структура Рынка
- 2.6. Сегментация Рынка по торговой марке
- 2.7. Сегментация Рынка по стоимости продукции
- 2.8. Влияние сезонности на Рынок
- 2.9. Резюме по разделу

3. ОСНОВНЫЕ КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РЫНКА ИГРУШЕК

- 3.1. Объем импорта и экспорта
- 3.2. Объем и темпы роста Рынка



3.3. Резюме по разделу

4. КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ РЫНКА ДЕТСКИХ ИГРУШЕК

4.1. Уровень конкуренции, параметры конкуренции

4.2. Сегментация игроков рынка

4.3. Описание профилей крупнейших игроков Рынка

4.4. Резюме по разделу

5. КАНАЛЫ ПРОДАЖ НА РЫНКЕ ДЕТСКИХ ИГРУШЕК

5.1. Особенности сбытовой политики на Рынке

5.2. Описание оптового сегмента

5.3. Описание розничного сегмента

5.4. Рынок детской Интернет-розницы

5.5. Резюме по разделу

6. АНАЛИЗ КОНЕЧНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ РЫНКА ДЕТСКИХ ИГРУШЕК

6.1. Описание потребителей на Рынке

6.2. Потребительские предпочтения на Рынке

6.3. Тренды стиля жизни детей

6.4. Резюме по разделу

7. ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ

7.1. Основные тенденции Рынка

7.2. STEERPLE-анализ рынка

7.3. Риски и барьеры при выходе на рынок

IV. РЕЗЮМЕ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ



II. ХАРАКТЕРИСТИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

Цель исследования

Изучение и анализ российского рынка детских игрушек: текущей ситуации, тенденций и перспектив его развития с учётом влияния кризиса

Задачи исследования

- Определить количественные показатели рынка
- Провести сегментацию и описать структуру рынка
- Дать характеристику сегментам рынка
- Провести конкурентный анализ рынка
- Провести анализ потребителей рынка
- Описать тенденции рынка, а также факторы, влияющие на развитие рынка
- Выявить перспективы развития рынка

Предмет исследования

Российский рынок детских игрушек (далее Рынок)

Методы сбора данных

Данное исследование было проведено кабинетным методом, который предполагает получение вторичной информации о рынке из открытых источников, а также консолидации уже имеющихся сведений об изучаемом рынке.



III. АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА ДЕТСКИХ ИГРУШЕК

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНКА

1.1. Определение продукции

Рынок детских игрушек является частью индустрии детских товаров – сектора экономики, включающего производство, сбыт товаров сферы материнства и детства (в том числе и услуг как товара) и сопряженные секторы.

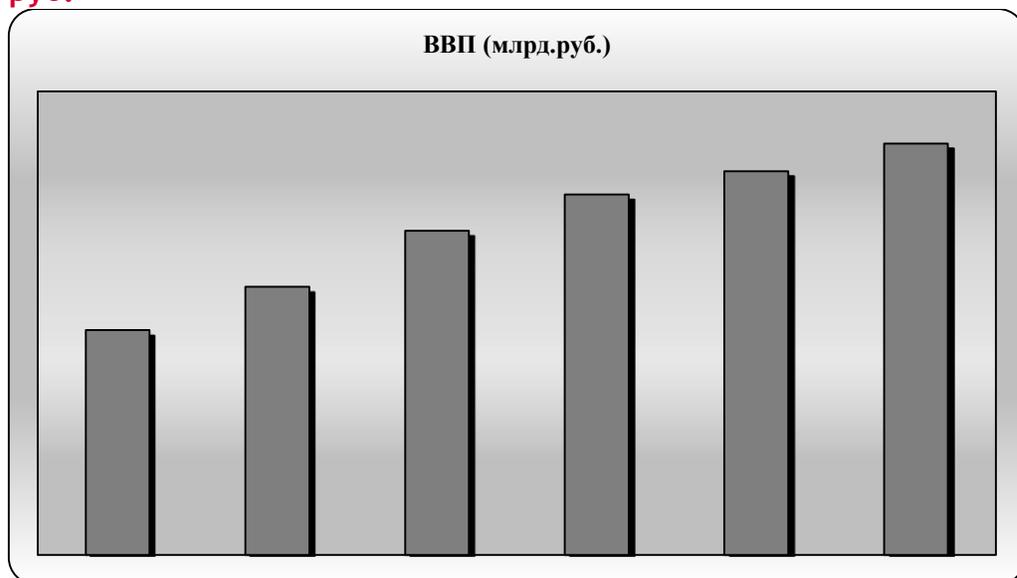
Игрушка – предмет, предназначенный для игры, который воссоздает реальные и воображаемые предметы и образы. Игрушка служит целям умственного, нравственного, эстетического и физического воспитания ребенка.

1.2. Показатели социально-экономического развития

Внутренний валовой продукт (ВВП)

По данным ***, объем **ВВП** России за 2014г. составил в текущих ценах *** млрд. руб. Индекс физического объема ВВП относительно 2013г. составил ***%. Индекс-дефлятор ВВП за 2014г. по отношению к ценам 2013г. составил ***%.

Диаграмма 1. Динамика ВВП за период 2007-2012гг., в текущих ценах, млрд. руб.



Источник: ***, 2015г.



В сентябре 2014г. был скорректирован «Прогноз социально-экономического развития Российской Федерации на 2015-2017г.г.», представленный «Минэкономразвития России». Согласно прогнозу возможно **три сценария развития экономики** (2 основных и 1 дополнительный):

1. **Базовый вариант (1)**
2. **Умеренно-оптимистичный вариант (2)**

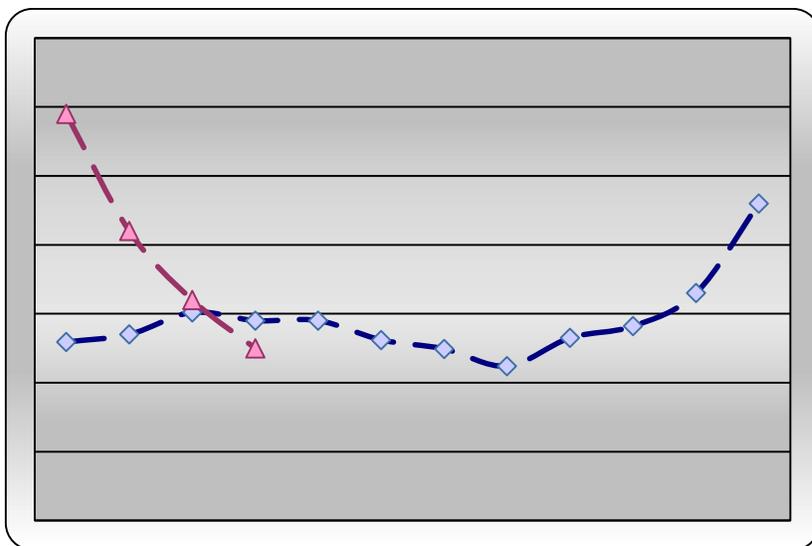
Дополнительно проработан вариант ухудшения ситуации в мировой экономике.

3. **Негативный вариант (А)**

Уровень инфляции

Официальная статистика для определения уровня инфляции в стране использует **индекс потребительских цен** (ИПЦ). В январе 2015г. инфляция в России стала максимальной за последние 16 лет (***%). В апреле 2015г. индекс потребительских цен составил ***%, с начала года - ***% (в апреле 2014г. - ***%, с начала года - ***%).

Диаграмма 2. Индекс потребительских цен, в 2014-2015г.г., % к предыдущему месяцу



Источник: ***, 2015г.



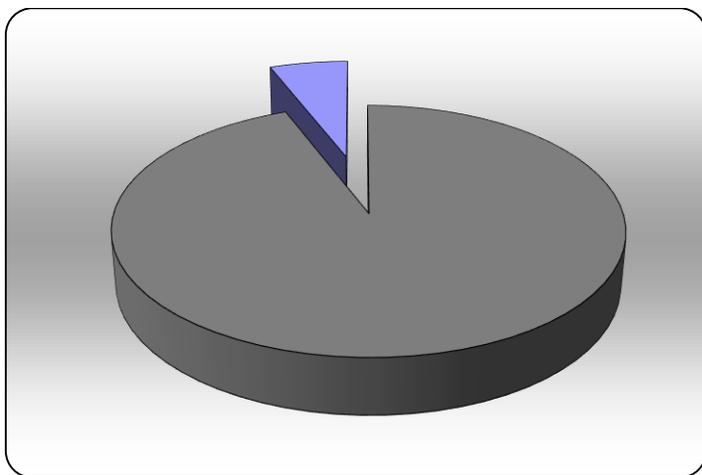
В апреле в 6 субъектах Российской Федерации потребительские цены на товары и услуги выросли на ***% и более, из них в Карачаево-Черкесской Республике - на ***% в результате увеличения тарифов на услуги на ***%. В Москве индекс потребительских цен за месяц составил ***% (с начала года - ***%), в Санкт-Петербурге - ***% (***%).

Уровень занятости

В марте 2015г. «Росстат» подвел итоги выборочного обследования населения по проблемам занятости, согласно которому численность **экономически активного населения** в возрасте 15-72 лет (занятые + безработные) составила *** млн. чел., или ***% от общей численности населения страны.

При этом, в численности экономически активного населения ***% (***) млн. чел.) классифицировались как занятые и ***% (***) млн. чел.) - как безработные с применением критериев МОТ (т.е. не имели работы или доходного занятия, искали работу и были готовы приступить к ней в обследуемую неделю).

Диаграмма 3. Уровень занятости в марте 2015г., %

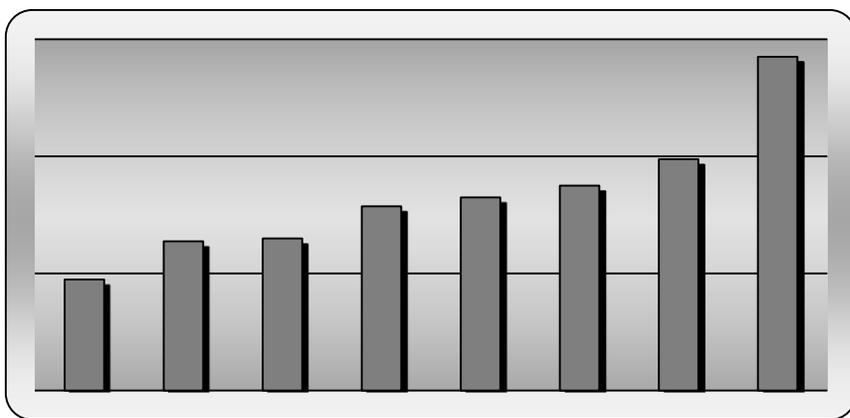


Источник: ***, 2015г.



По сравнению с февралем 2015г. численность занятого населения в марте 2015г. увеличилась на *** тыс. человек или на ***%, численность безработных - увеличилась на *** тыс. человек, или на ***%. По сравнению с мартом 2014г. численность занятого населения (без Республики Крым и г. Севастополя) уменьшилась на *** тыс. человек, или на ***%, численность безработных - увеличилась на *** тыс. человек, или на ***%.

Диаграмма 4. Уровень безработицы по федеральным округам в марте 2015г. (% от численности экономически активного населения)



Источник: ***, 2015 г.

Уровень доходов

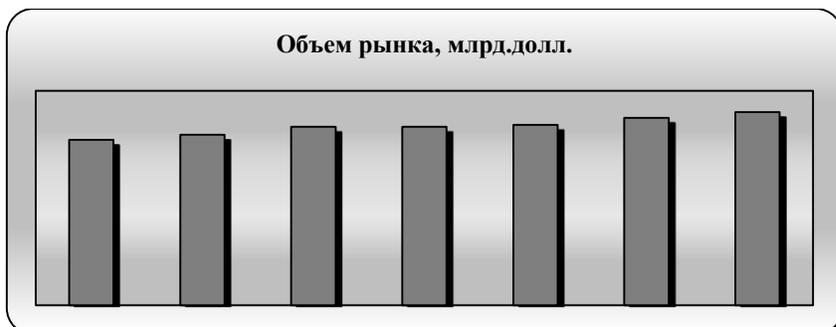
По предварительным данным «ФСГС РФ», **среднемесячная начисленная заработная плата** в марте 2015г. составила *** руб. и по сравнению с соответствующим периодом предыдущего года выросла на ***%, в I кв. 2015г. – на ***%.

1.3. Мировой рынок игрушек

В настоящее время, мировой рынок детских игрушек возобновил рост после периода стагнации. По данным ***, в 2014г. мировые продажи игрушек увеличились на ***% и составили *** млрд. долл.



Диаграмма 5. Динамика мирового рынка детских игрушек за 2008-2014г.г, млрд. долл.

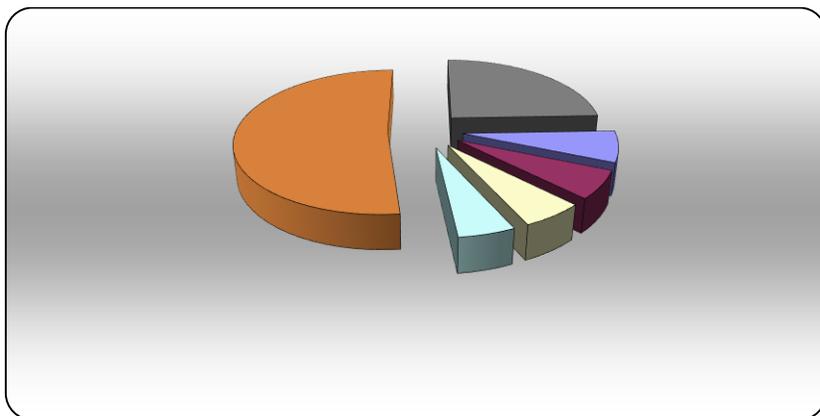


Источник: ***, 2015г.

Рынок игрушек, по-прежнему, остается высококонцентрированным – около ***% всех продаж приходится на пять стран:

- США – ***%
- Япония – ***%
- Китай – ***%
- Великобритания – ***%
- Франция – ***%

Диаграмма 6. Структура мировых продаж игрушек по странам за 2014г., % (в денежном выражении)

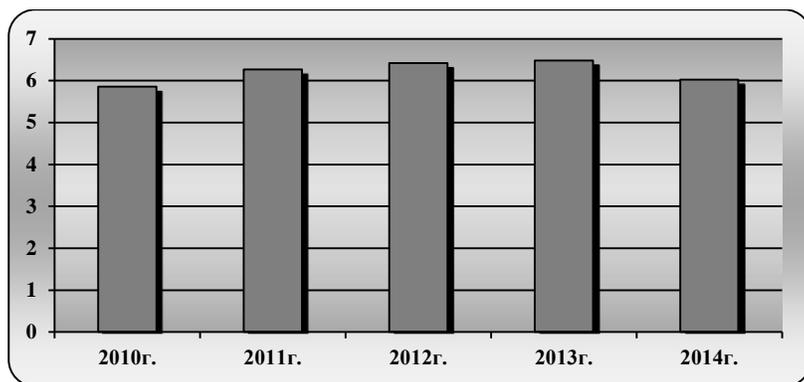


Источник: ***, 2015г.



Лидирующие компании на мировом рынке игрушек: Mattel, Hasbro, Lego, NAMCO BANDAI, TOMY-Takara, JAKKS Pacific. Важно отметить, что Mattel и Hasbro имеют основные производственные мощности в Китае, где в последнее время наблюдается существенный рост заработных плат, и, как следствие, издержки на продукцию растут.

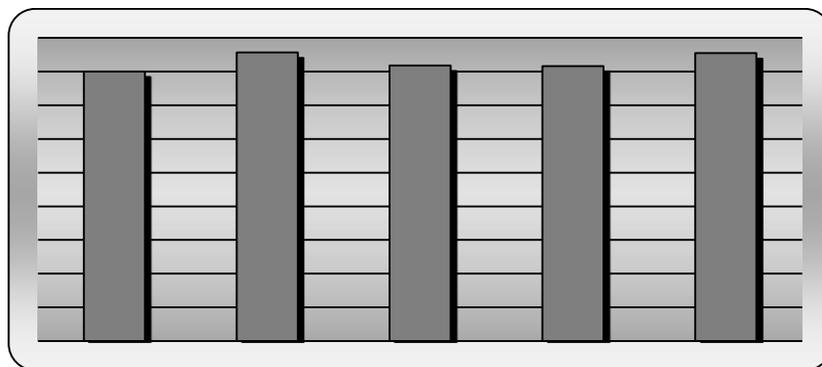
Диаграмма 7. Чистый объем продаж Mattel за 2010-2014г.г, млрд. долл.



Источник: ***, 2015г.

При этом операционная прибыль компании по итогам 2014г. составила *** млн. долл., что на ***% меньше операционной прибыли, полученной в 2013г. (*** млрд. долл.). Чистая прибыль американского производителя игрушек Mattel в 2014г. по сравнению с 2013г. сократилась на ***% и составила *** млн долл.

Диаграмма 8. Чистый объем продаж Hasbro за 2010-2014г.г., млрд. долл.



Источник: ***, 2015г.

Операционный доход компании увеличился в 2014г. на ***% до *** млн. долл.



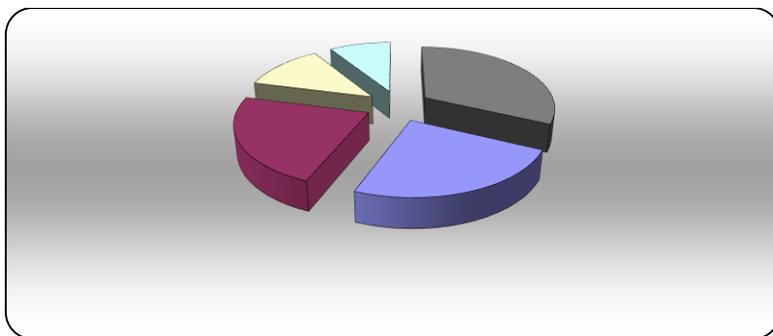
1.4. Рынок детских товаров в РФ

Рынок детских товаров включает в себя следующие **сегменты**:

- Игрушки
- Товары для новорожденных
- Одежда
- Обувь
- Книжно-канцелярские товары

Наиболее емким сегментом рынка является детская одежда, на долю которой в 2014г., приходилось ****% рынка в денежном выражении, на втором месте находятся товары для новорожденных – ****%, в свою очередь игрушки занимают ****% рынка. Согласно данным «АИДТ», в 2014г. наибольший рост продемонстрировал сегмент товаров для новорожденных – около ****%.

Диаграмма 9. Структура рынка детских товаров в 2014г., % (в денежном выражении)



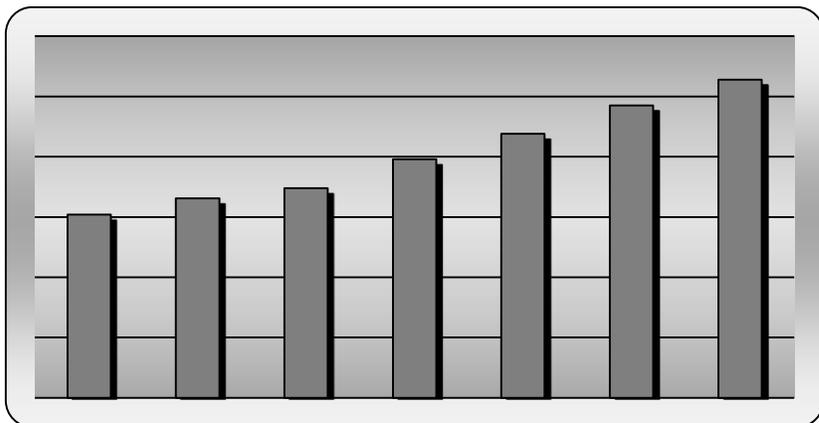
Источник: ***, ***, 2015г.

Несмотря на экономические сложности, отечественный рынок детских товаров остается одним из самых **перспективных и динамично развивающихся** сегментов розничной торговли. По словам генерального директора ГК «Детский мир» Владимира Чирахова рынок детских товаров менее подвержен влиянию кризиса, в отличие от других отраслей



экономики, так в 2014г. рынок детских товаров увеличился на ***% до *** руб. Наибольшим спросом пользуются такие товары как детское питание и подгузники.

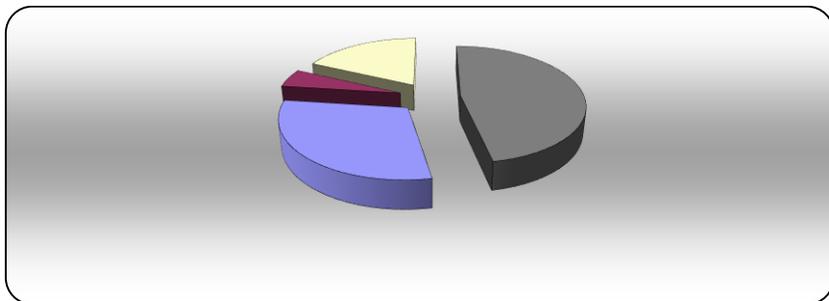
Диаграмма 10. Динамика рынка товаров для детей за 2008-2015г.г., млрд. руб.



Источник: ***, 2015г.

В свою очередь исследовательская компания Comcon Synovate более сдержана в оценках, по ее данным рынок детских товаров в 2014г. вырос на **%, достигнув отметки в *** млрд. руб., а в 2015г. ожидается прирост на уровне **%

Диаграмма 11. Места покупки детских товаров в 2014г., %



Источник: ***, 2014г.

Согласно исследованиям, наиболее популярными местами покупок товаров для детей являются специализированные детские магазины (**%), а также гипермаркеты (**%). Ежегодно в России появляется все больше крупных торговых центров, которые вытесняют

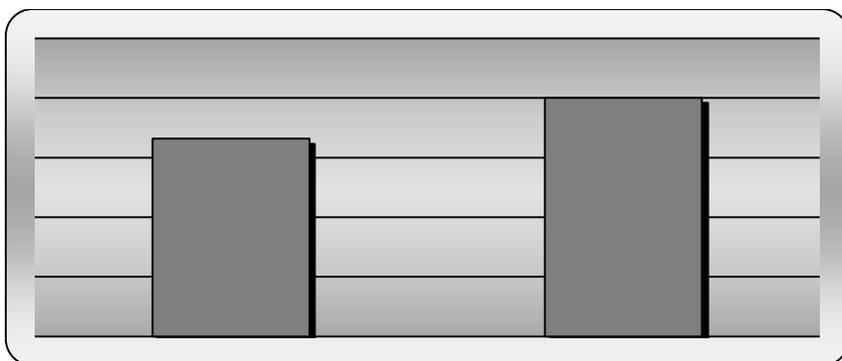


неорганизованную розницу, так если в регионах еще высока доля неорганизованной торговли (***)%, то в Москве ее доля не превышает 3-4%.

1.5. Рынок лицензированных детских товаров

По мнению экспертов, отечественный рынок лицензирования является одним из самых перспективных в мире. При этом данные об объеме отечественного рынка лицензионных детских товаров имеют серьезное расхождение. По оценке *** в 2014г. объем рынка детской лицензионной продукции составил 2 млрд. долл. при темпах роста около 20%.

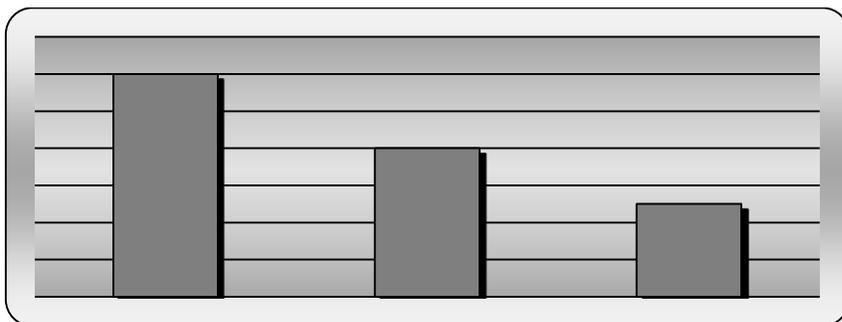
Диаграмма 12. Объем рынка детской лицензионной продукции за 2013-2014г.г., млрд. долл.



Источник: ***, 2015г.

Таким образом, суммарный объем рынка должен включать исходную оценку (***) долл.), плюс контрафакт (***) долл.), а также торговая наценка (***) долл.). В результате суммарный оборот лицензионной продукции оценивается в пределах *** долл.

Диаграмма 13. Доля лицензионных детских товаров, %



Источник: ***, 2015г.

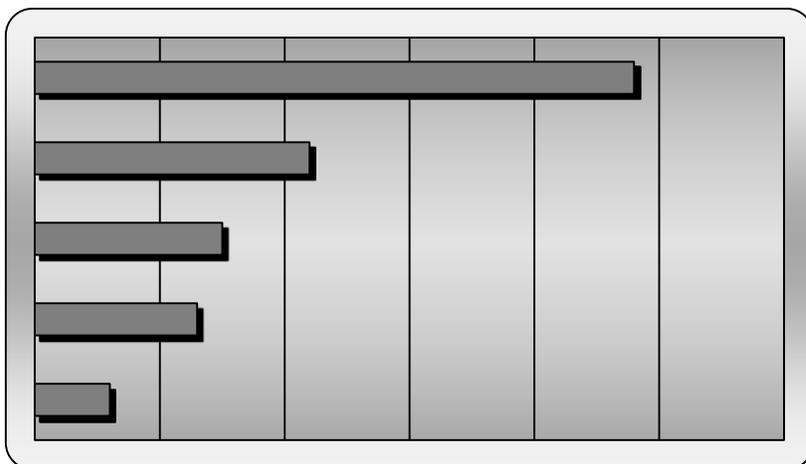


По оценке компании «Дисней», продажи лицензионных товаров в России составляют ***% продаж лицензионной продукции в мире.

По данным Synovate Comcon, наиболее популярные бренды у детей:

- Сердитые птицы (Angry Birds)
- ...
- ...
- ...

Диаграмма 14. Причины покупки лицензионных детских товаров в 2014г., %



Источник: ***, 2014г.

Основной причиной покупки лицензионных детских товаров среди россиян является симпатия ребенка к герою, фильму или мультфильму (***%). Также лицензионные товары привлекают своим качеством (***%) и внешним видом (***%).

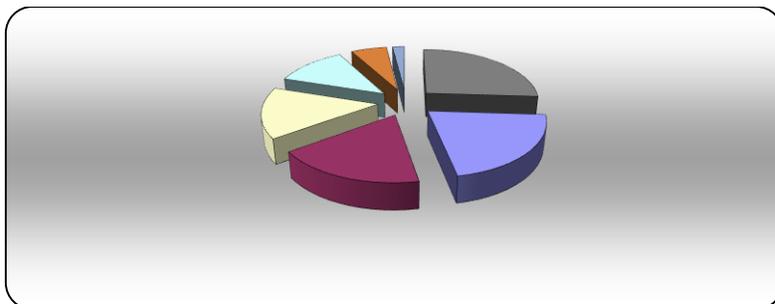
2.

2.1. Товарная структура Рынка

Главной особенностью товарной структуры рынка игрушек остается доминирующее положение категории «мягкая игрушка». По данным компании «Мир мягкой игрушки», на мягкие игрушки приходится ***% продаж; еще ***% занимает игрушечная техника.



Диаграмма 15. Структура рынка детских игрушек в 2014г. (доля продаж по видам), %



Источник: ***, 2015г.

Особой категорией игрушек являются компьютерные и видеоигры, которые, по мнению ряда экспертов, можно рассматривать как отдельный рынок. На электронные игры приходится как минимум ***% всех продаж. Игрушками второго «эшелона» можно назвать развивающие игры и конструкторы, которые вместе занимают около ***% рынка, а также куклы с сопутствующими товарами, занимающие ***%.

2.2. Сегментация Рынка по торговой марке

На рынке игрушек велика доля небрендовой продукции, произведенной в Китае. На китайский понапе приходится порядка ***% рынка. На Рынке представлены и всемирно известные бренды с длинной историей: Барби, Lego, Трансформеры и т.п. Российские торговые марки игрушек, к сожалению, не отличаются высокой степенью узнаваемости. Важная особенность Рынка: лицензии. Зачастую не так важен бренд производителя, как привлекательность анимационных героев, героев и персонажей фильмов, книг и компьютерных игр.

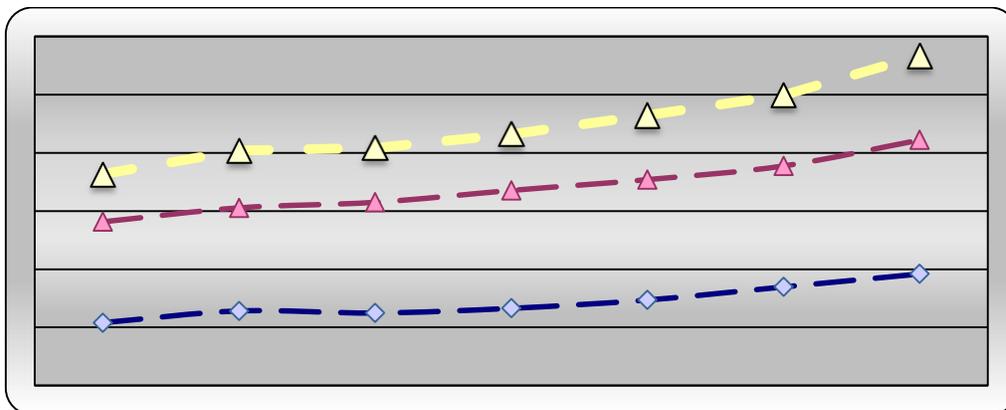
2.3. Сегментация Рынка по стоимости продукции

Деление по ценовым сегментам также во многом зависит от страны-производителя игрушки. Китайский понапе поставляет дешевую продукцию. Российские бренды, как правило, работают в «среднем» ценовом сегменте. Западные всемирно известные бренды – «средний» и «верхний» ценовой сегмент. Причем, например, продукция Hasbro на российском рынке



порядка на ***% дороже, чем на европейском и американском. В компании это объясняют как таможенной пошлиной, так и спецификой сбытовой цепочки на Рынке.

Диаграмма 16. Цены на некоторые виды детских игрушек в марте 2009-2015г.г., руб.



Источник: ***, 2015г.

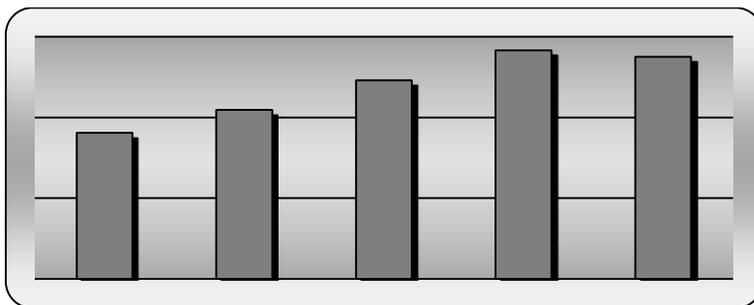
За прошедший год, цены на мягкие и пластмассовые игрушки, а также конструкторы выросли на ***%.

3. ОСНОВНЫЕ КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РЫНКА ИГРУШЕК

3.1. Объем импорта и экспорта

В прошлом году импорт детских игрушек сократился, так по данным ***, в 2014г. в Россию было **ввезено** детских игрушек на сумму в *** млн. долл., что на ***% меньше, чем в 2013г.

Диаграмма 17. Объем импорта детских игрушек за 2010-2014г.г., млн. долл.



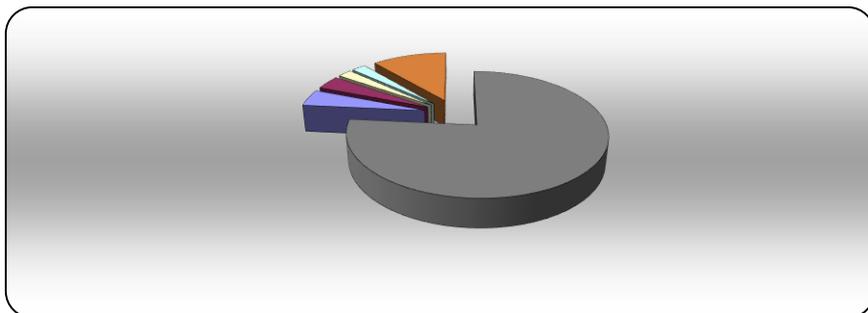
Источник: ***, 2015г.



Крупнейшим поставщиком детских игрушек на российский рынок является **Китай**, на долю которого приходится около ***% импорта. Далее с заметным отставанием следуют:

- Дания – ***%
- Беларусь – ***%
- Мексика – ***%
- Италия – ***%
- и др.

Диаграмма 18. Крупнейшие страны-поставщики детских игрушек в Россию за 2014г., %



Источник: ***, 2015г.

Из числа стран первой пятерки, лишь Дания смогла нарастить поставки детских игрушек в Россию (***)%.

Таблица 1. Крупнейшие страны-поставщики детских игрушек в Россию, долларов

Страны	2013г.	2014г.	Темпы роста, %

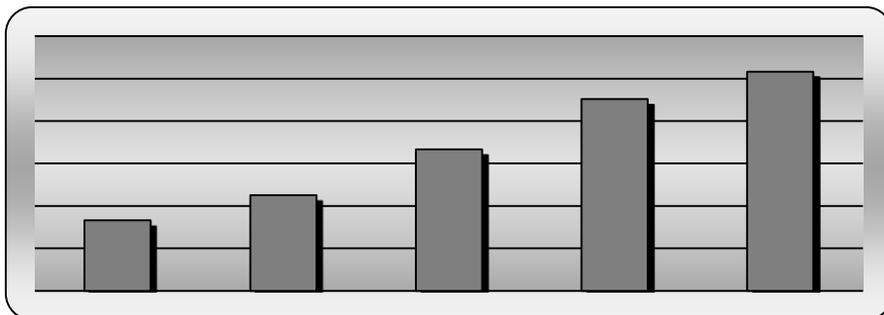
Источник: ***, 2015г.

Что касается **экспорта** игрушек, то Россия ежегодно наращивает поставки продукции за рубеж. По итогам 2014г. Россия продала в другие страны продукции на сумму в *** млн.



долл. По сравнению с 2013г. экспорт увеличился на ***% в стоимостном выражении, что несколько ниже, чем в предыдущие годы.

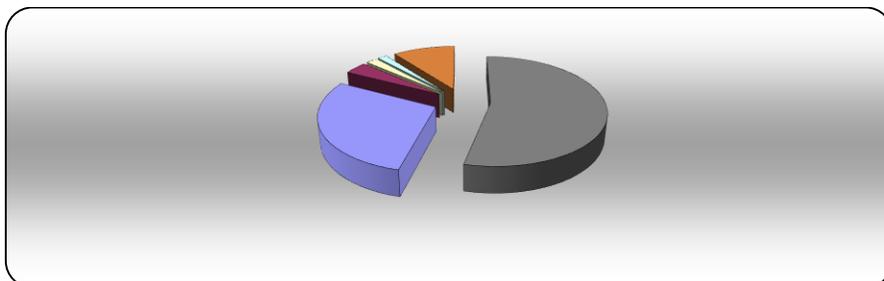
Диаграмма 19. Объем экспорта детских игрушек в 2010-2014г.г., млн. долл



Источник: ***, 2015г.

Основными покупателями отечественных игрушек являются Казахстан (**%) и Беларусь (**%).

Диаграмма 20. Крупнейшие страны-покупатели российских игрушек в 2014г., %



Источник: ***, 2015г.

По сравнению с 2013г. экспорт игрушек в Казахстан и Беларусь увеличился на ***% и ***% соответственно. Также необходимо отметить существенное сокращение поставок детских игрушек на Украину (**%).

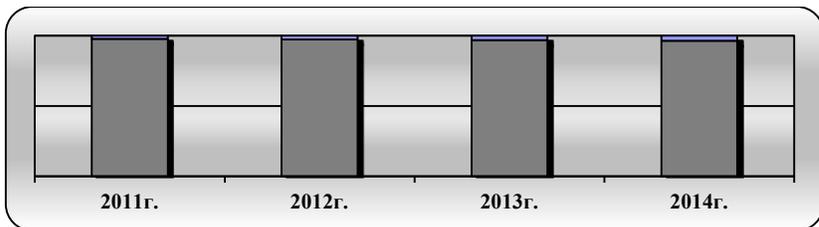
Таблица 2. Крупнейшие страны импортеры отечественных игрушек в 2013-2014г.г., долл.

Страна	2013г.	2014г.	Темпы роста, %

Источник: ***, 2015г.



Диаграмма 21. Соотношение импорта и экспорта детских игрушек в 2011-2014г., %



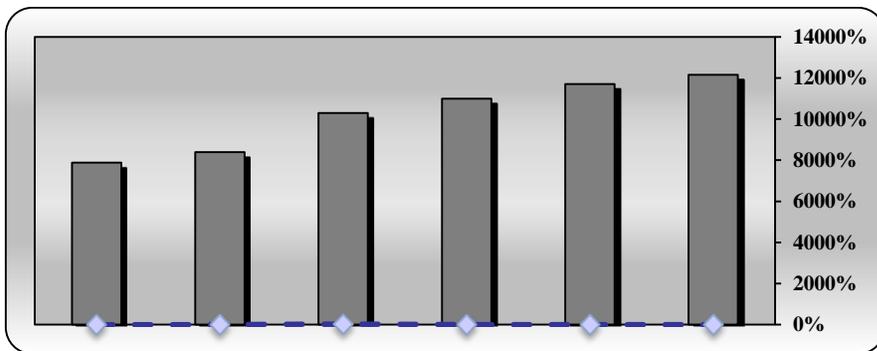
Источник: ***, 2015г.

В Россию преимущественно импортируются детские игрушки, доля экспорта мала. В денежном выражении доля импорта составляет *** %, а доля экспорта соответственно *** %. В последние годы наметилась тенденция к увеличению доли экспорта.

3.2. Объем и темпы роста Рынка

Как мы отмечали [ранее](#), на долю отечественного рынка игрушек приходится ***% рынка детских товаров. Таким образом, при общем объеме рынка [товаров для детей](#) в 2014г. равным *** млрд. руб., на сегмент **детских игрушек** приходится порядка *** млрд. руб. По сравнению с 2013г. объем рынка игрушек увеличился на ***%.

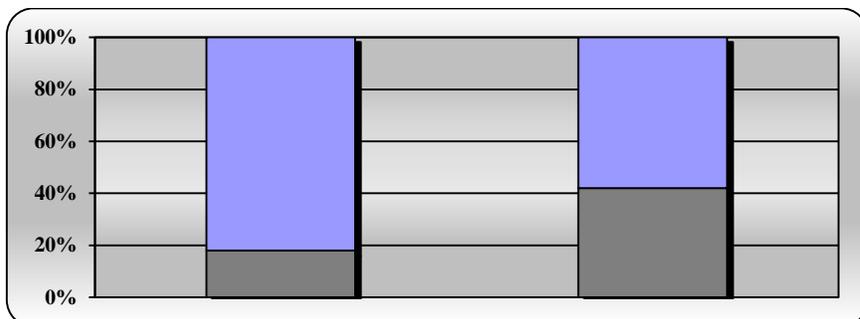
Диаграмма 22. Динамика рынка детских игрушек за 2009-2014г.г., млрд. руб.



Источник: ***, 2015г.



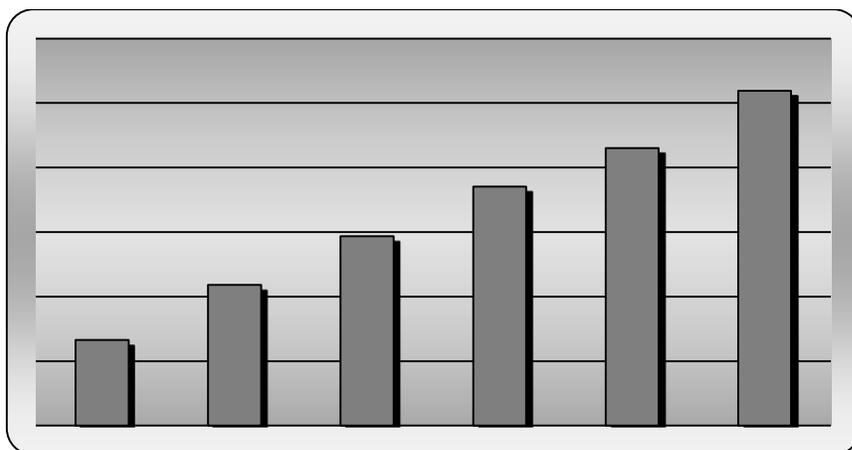
Диаграмма 23. Доля отечественных компаний на рынке игрушек, %



Источник: ***, 2014г.

По итогам 2014г. объем продаж игр и игрушек в России увеличился на ***% и составил *** млрд. руб.

Диаграмма 24. Объем розничных продаж игр и игрушек в РФ за 2009-2014г.г., млрд. руб.

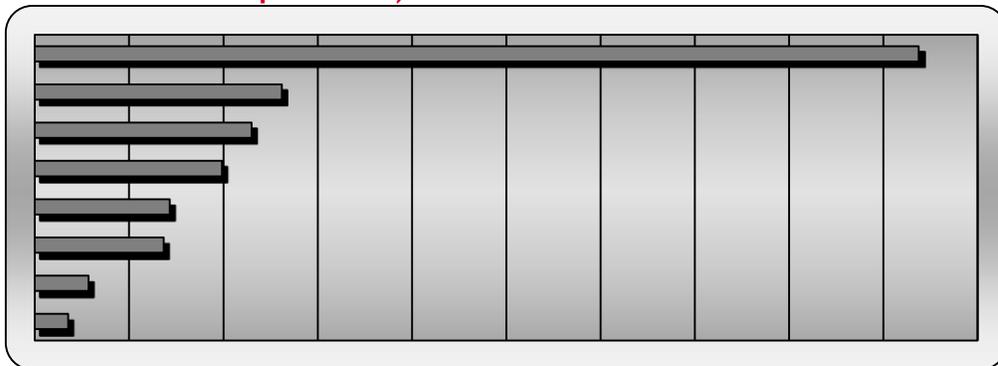


Источник: ***, 2015г.

Крупнейшим регионом сбыта детских игрушек и игр является Центральный федеральный округ, на долю которого приходится ***% всех продаж игр и игрушек, причем, только на Москву – ***%.

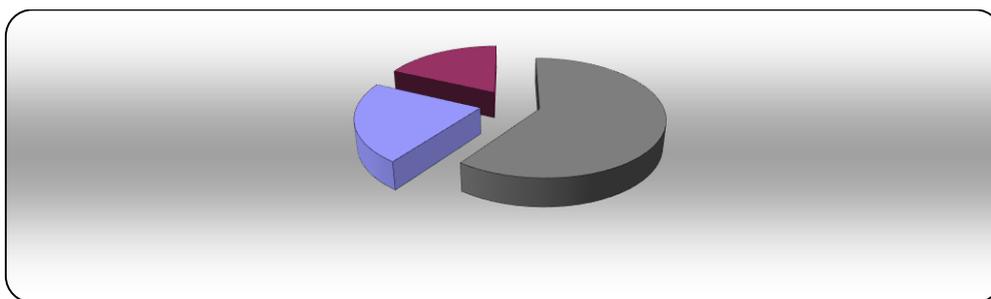


Диаграмма 25. Географическая структура продаж игрушек в РФ за 2014г., % (в стоимостном выражении)



Источник: ***, 2015г.

Диаграмма 26. Структура отечественного рынка игрушек по странам производителям в 2014г., %



Источник: ***, 2014г.

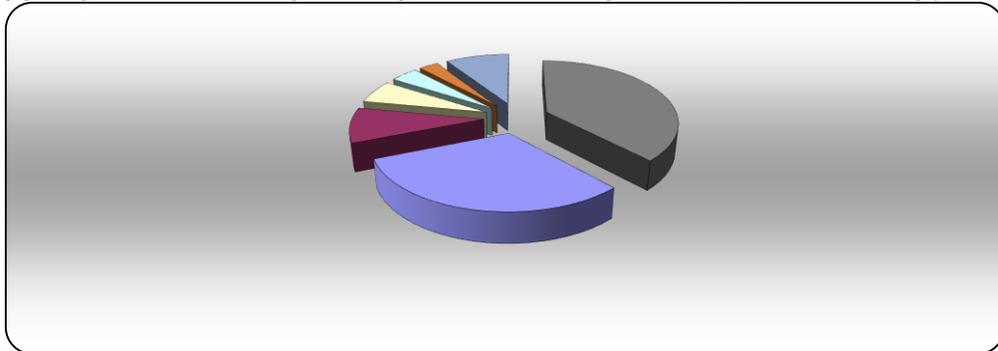
Таблица 3. Формы оптовой и розничной продажи на российском рынке детских игрушек

В-т	Формы оптовой и розничной продажи	Примеры компаний
Формы оптовой продажи		
1,3		
1,2		
Формы розничной продажи		
1,3		
1,2,3		
1,3		
1,2		

Источник: ***



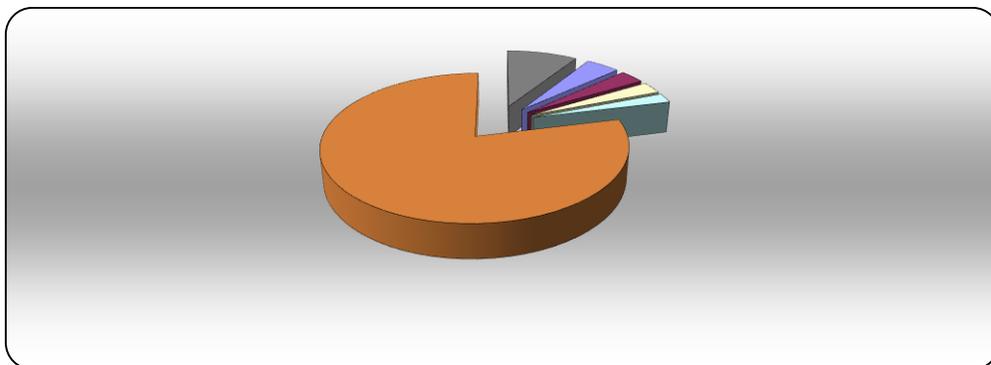
Диаграмма 27. Форматы розничной торговли детскими игрушками в 2011г., %



Источник: ***, 2012г.

Что касается крупнейших розничных сетей игрушек и прочих товаров для детей, то здесь лидером остается сеть «Детский мир». В 2014г. компания увеличила свою долю в сегменте детских товаров с ***% до ***%, при этом основной рост наблюдался в категории игрушек - с ***% в 2013г. до ***% в 2014г.

Диаграмма 28. Крупнейшие ритейлеры рынка детских товаров в 2014г., %



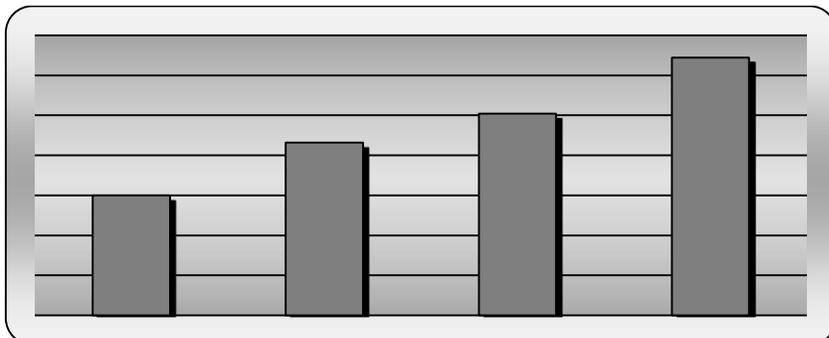
Источник: ***, 2015г.

В число лидеров сегмента товаров для детей также входят:

- «Дети»/«Здоровый малыш» - ***%
- «Дочки & Сыночки» - ***%
- «Кораблик» - ***%
- «Бегемот» - ***%
- и др.

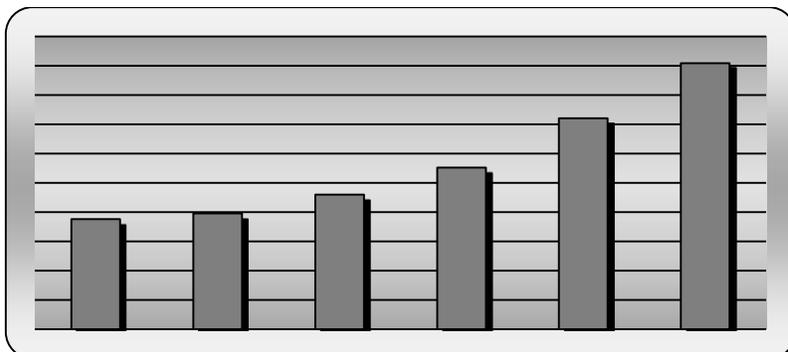


Диаграмма 29. Количество магазинов ГК «Детский мир» за 2011-2014г.г., шт.



Источник: ***, 2015г.

Диаграмма 30. Динамика выручки ГК «Детский Мир» за 2009-2014г.г., млрд. руб.

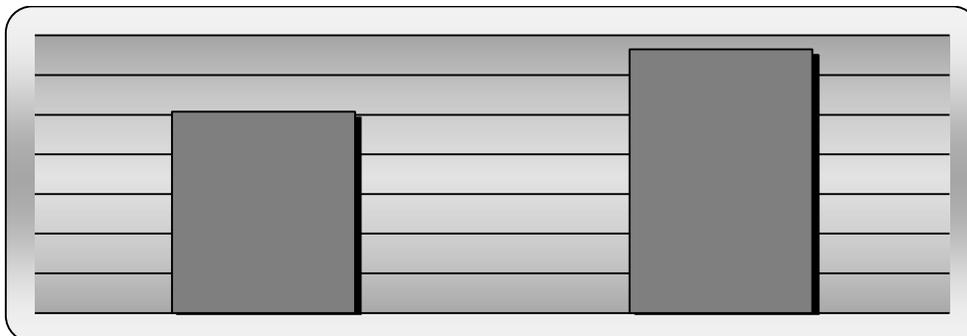


Источник: ***, 2015г.

Общая торговая площадь увеличилась на ***% по сравнению с предыдущим годом, с *** тыс. кв. м в 2013г. до *** тыс. кв. м в 2014г., благодаря открытию *** новых магазинов.



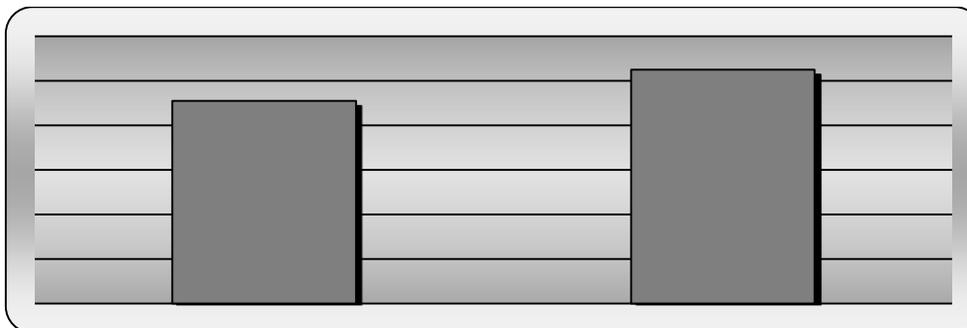
Диаграмма 31. Выручка сети «Кораблик» за 2013-2014г.г., млрд. руб.



Источник: ***, 2015г.

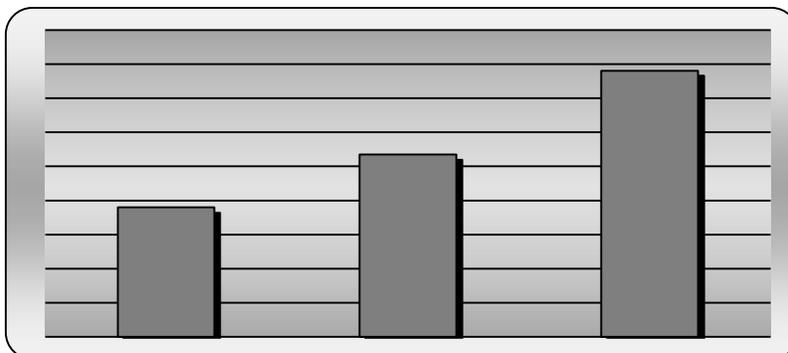
В 2014г. выручка сети детских магазинов «Бегемот» увеличилась на ****% и составила *** млрд. руб.

Диаграмма 32. Выручка сети «Бегемот» за 2013-2014г.г., млрд. руб.



Источник: ***, 2015г.

Диаграмма 33. Выручка сети «Дочки & Сыночки» за 2011-2013г.г., млрд. руб.



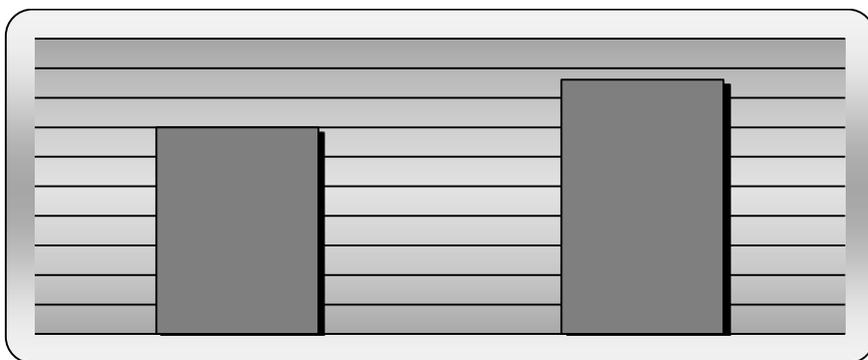
Источник: ***, 2014г.



3.3. Рынок детской Интернет-розницы

По состоянию на 2014г. детские интернет-магазины России ежемесячно совместно обслуживают около 1 млн. заказов. Около ***% этих заказов приходится на 50 крупнейших магазинов. Всего же в Рунете около *** тысяч интернет-магазинов, которые можно отнести к детскому сегменту, включая как специализированные детские магазины, так и магазины, которые имеют раздел детских товаров.

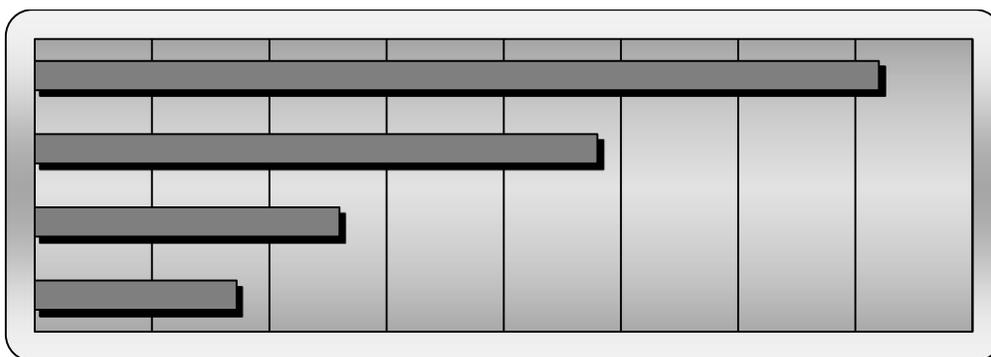
Диаграмма 34. Объем рынка детской Интернет-розницы за 2013-2014г.г., млрд. руб.



Источник: ***, 2014г.

По данным Data Insight российский рынок продаж детских товаров онлайн превысил в 2013г. году *** млрд. рублей, а по итогам 2014г. прогнозировался рост на уровне ***% до *** млрд. руб. Таким образом, сегмент Интернет-розницы занимает около ***% от всего рынка продаж детских товаров в России. Для сравнения, в США доля онлайн-продаж детских товаров превышает ***, в Германии – ***, а в Великобритании – **%

Диаграмма 35. Доля онлайн-продаж в общем объеме рынка детских товаров, %



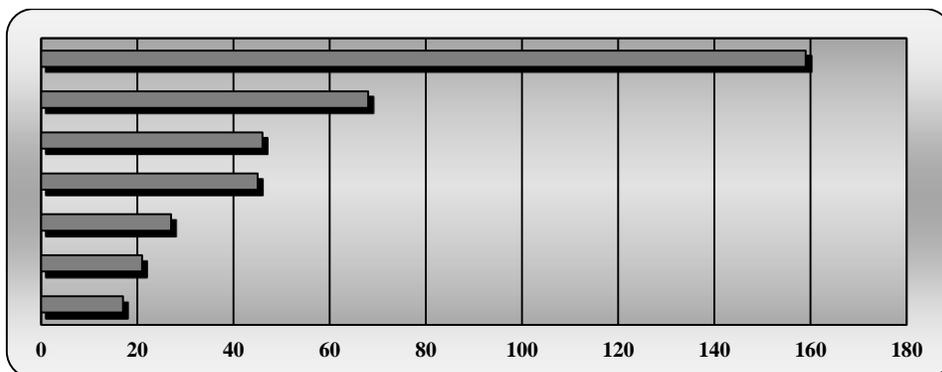
Источник: ***, 2015г.



Согласно рейтингу топ-100 крупнейших продавцов Рунета, в число лидеров в сегменте торговли детскими товарами входят:

- ESKY.RU
-
-
-

Диаграмма 36. Оборот крупнейших Интернет-магазинов, торгующих детскими товарами, млн. руб./мес.

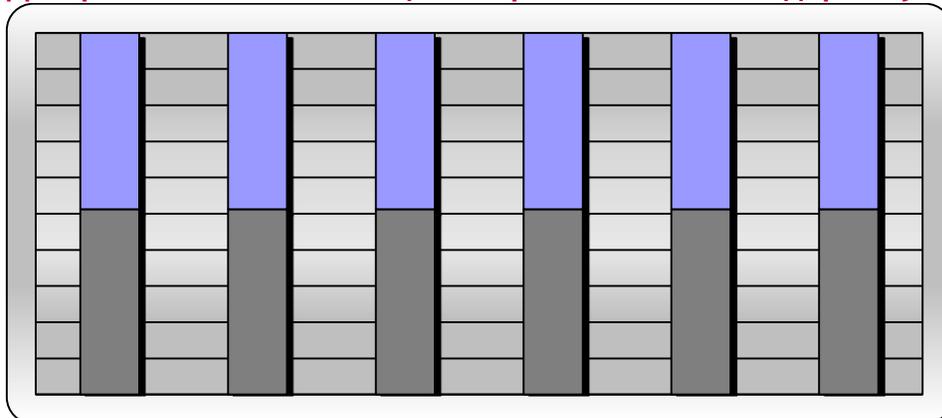


Источник: ***, 2014г.

4. АНАЛИЗ КОНЕЧНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ РЫНКА ДЕТСКИХ ИГРУШЕК

4.1. Описание потребителей на Рынке

Диаграмма 37. Сегментация потребителей по гендерному признаку, %

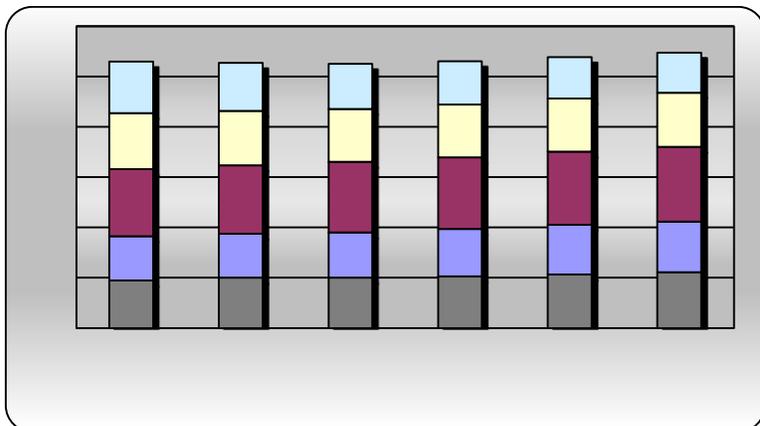


Источник: ***, 2015г.



В России по состоянию на 1 января 2014г. насчитывалось *** млн. мальчиков (***) и *** млн. девочек (***), в возрасте до 14 лет включительно. Таким образом, уровень потребления игрушек для мальчиков чуть выше, чем для девочек.

Диаграмма 38. Сегментация потребителей по возрасту ребенка, млн. чел.



Источник: ***, 2015г.

Таблица 4. Частные семейные домохозяйства по числу детей

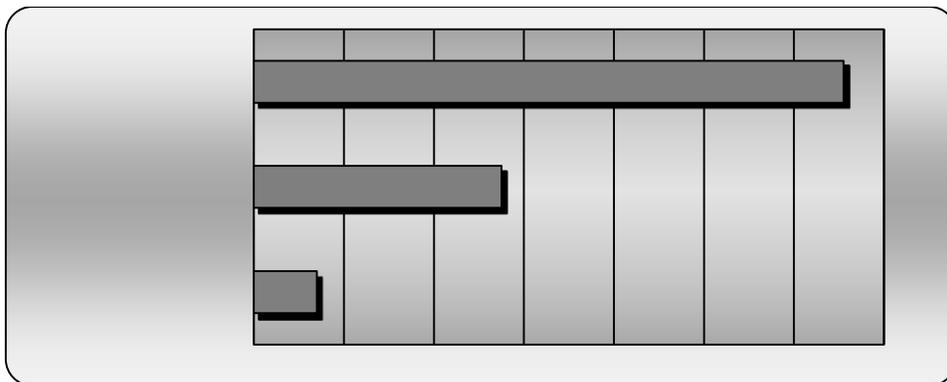
	Число домохозяйств, тысяч	В них число членов домохозяйств, тыс. чел.	Из общего числа домохозяйств – домохозяйства, состоящие				
			из 2 чел.	из 3 чел.	из 4 чел.	из 5 чел.	из 6 и более чел.
Все частные семейные домохозяйства							
из них домохозяйства, с детьми моложе 18 лет							
в том числе домохозяйства:							
с 1 ребенком							
с 2 детьми							
с 3 и более детьми							
в них детей							

Источник: ***

Большинство домохозяйств, состоящих из 2-х и более человек с детьми моложе 18 лет, имеют по одному ребенку – **%. В свою очередь **% проживают с 2 детьми и только **% имеют в своем составе 3 и более детей.



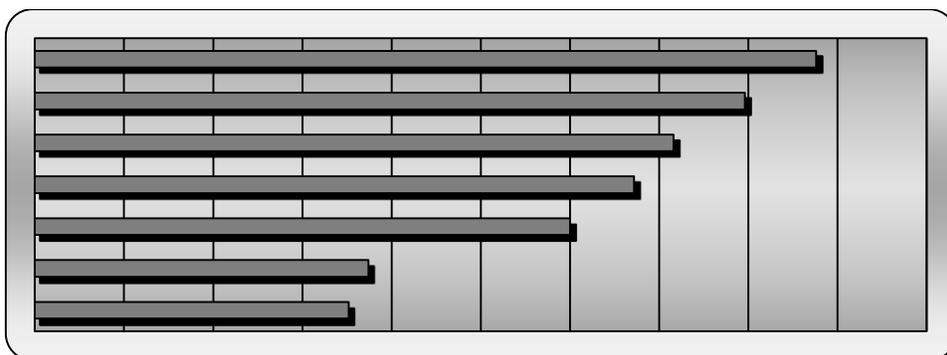
Диаграмма 39. Домохозяйства из 2-х и более человек по числу детей моложе 18 лет, %



Источник: ***

Таим образом, число многодетных семей в России не столь велико и в большинстве семей с детьми в возрасте до 18 лет, проживает 1 ребенок.

Диаграмма 40. Среднегодовые расходы на игрушки детям от 0 до 11 лет, долл.



Источник: ***, 2014г.

По данным NPD Group, в России на одного ребенка в возрасте от 0 до 11 лет ежегодно тратится в среднем *** долл. По этому показателю Россия стоит примерно на одном уровне с Германией (*** долл.). Лидирует же такие страны как Великобритания (*** долл.) и США (*** долл.).

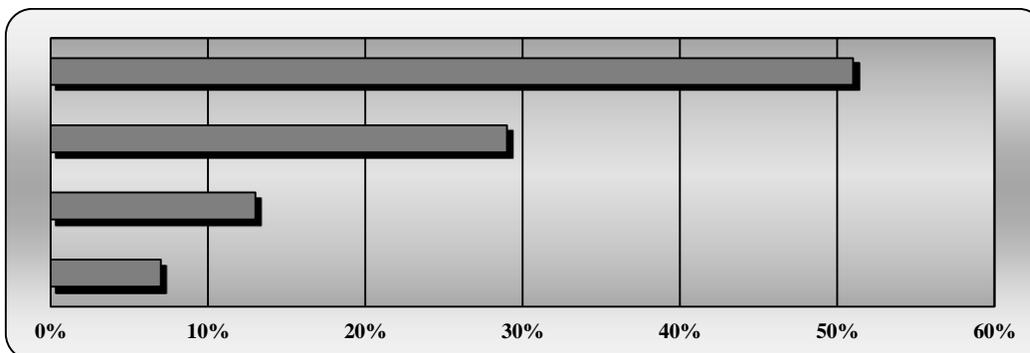
4.2. Потребительские предпочтения на Рынке

Рынок детских игрушек менее чувствителен к кризису, так согласно опросу, проведенному BrandScience в начале 2015г. около ***% респондентов не изменили свое поведение. Тем не



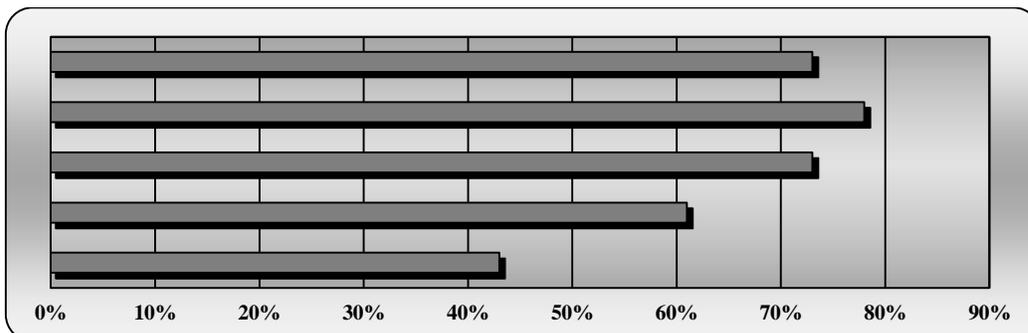
менее ***% опрошенных стали покупать игрушки реже и в меньшем объеме, около ***% респондентов стали совершать покупки в более дешевых магазинах, а ***% респондентов перешли на более дешевые бренды.

Диаграмма 41. Поведение потребителей игрушек в кризис, %



Источник: ***, 2015г.

Диаграмма 42. Покупатели детских лицензионных товаров в 2014г., %



Источник: ***, 2014г.

Таблица 5. ТОП-10 игрушек для мальчиков и девочек

№	ТОП-10 игрушек для мальчиков	ТОП-10 игрушек для девочек
1	Конструкторы блочные	Куклы модельные, домики, кукольная одежда
2	Игрушка радиоуправляемая	Наборы с игровыми фигурками
3
4
5
6
7
8
9
10

Источник: «АИДТ»



Маркет
Аналитика

По поводу приобретения готовых маркетинговых исследований компании «Маркет Аналитика» обращайтесь по указанным контактам.

Контактная информация:

Телефон: +7 (495) 720-13-80

E-mail: info@marketanalitika.ru

WWW.MARKETANALITIKA.RU