



<b>Название отчета</b>	Российский рынок детских социальных сетей по итогам 2019 года
<b>Название компании-исполнителя</b>	Маркетинговое Агентство Step by Step
<b>Дата выхода отчета</b>	13.02.2020
<b>Количество страниц</b>	69 стр.
<b>Язык отчета</b>	русский
<b>Стоимость (руб.)</b>	40 000 руб.
<b>Полное описание отчета (цель, методы, структура, источники информации, выдержки из текста, графическая информация, диаграммы-примеры и т.п.) – не более 2-х стр.А4</b>	<p><b>Цель исследования:</b> анализ текущей ситуации на рынке детских социальных сетей РФ</p> <p><b>Задачи:</b>                  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> <p><b>Описание типа исследования:</b>                  Данный отчет написан по результатам кабинетного исследования. Кабинетное исследование представляет собой вид качественного маркетингового исследования, направленного на поиск и анализ данных, содержащихся в открытых источниках информации.</p> <p><b>Выдержки из исследования:</b>                  .... Вместе с тем, социальные сети пользуются все большим спросом со стороны детей. К примеру, по имеющимся данным свыше ..... тысяч детей до 13 лет ежедневно пытаются зарегистрироваться на Facebook . При этом ....., как и другие «взрослые» соцсети, содержат в том числе не пригодный для детской аудитории контент. Детские социальные сети видятся удачным решением, позволяющим.....</p> <p>Социальные сети, ориентированные на дошкольников, активно задействуют прежде всего ..... Соцсети, нацеленные на школьников, уже могут активно работать с контентом, связанным с ..... Кроме того, для соцсетей первого типа характерен более высокий уровень безопасности (речь идет о .....).</p> <p>Основным способом монетизации традиционных социальных сетей является ....., однако применительно к детским социальным сетям этот инструмент имеет ограниченные возможности применения. Соответственно, наряду с рекламой можно выделить другие способы монетизации .....</p> <p>Временем расцвета детских социальных сетей на Западе стал период с 2005 по 2010 год. Однако большинство успешных в те годы проектов данной направленности к настоящему моменту перестали существовать. Среди них, к примеру, следующие сети.....</p> <p>«.....» – детская социальная сеть, ориентированная на детей дошкольного и младшего школьного возраста, их родителей, детских и семейных фотографов, а также прочих любителей детской фотографии.... Ключевым элементом ресурса является раздел с фотографиями. При этом, поскольку, ..... создан не для хранения фотографий, а для общения на</p>



	детскую и семейную тематику, здесь нельзя отменить комментарии или оценки.....
Подробное оглавление/содержание отчета	<p>Введение 5</p> <p>Основные определения 7</p> <p>Методологическая часть 8</p> <p>Описание типа исследования 8</p> <p>Объект исследования 8</p> <p>Цели и задачи исследования 8</p> <p>География исследования 8</p> <p>Время проведения исследования 8</p> <p>Методы сбора данных 9</p> <p>Макроэкономические факторы, влияющие на Рынок 10</p> <p>Общая экономическая ситуация 10</p> <p>Динамика валового внутреннего продукта 10</p> <p>Промышленное производство 10</p> <p>Уровень инфляции 11</p> <p>Инвестиции 12</p> <p>Розничная торговля 13</p> <p>Описание отрасли. Детский Рунет 18</p> <p>Описание влияющего рынка. Интернет-рынок РФ 24</p> <p>Описание смежного рынка. Рынок социальных медиаплатформ 27</p> <p>Сегментация рынка 30</p> <p>Сегментация рынка в зависимости от возраста ребенка, на который рассчитана сеть 30</p> <p>Сегментирование по типу контента 30</p> <p>Сегментирование по целевой аудитории сети 30</p> <p>Сегментирование по ключевым функциям, реализуемым социальной сетью 31</p> <p>Сегментирование по модели монетизации 31</p> <p>Тенденции в различных рыночных сегментах 32</p> <p>Основные рыночные показатели 33</p> <p>Подходы к оценке объема рынка 33</p> <p>Основные тенденции рынка 36</p> <p>Прогноз развития рынка 37</p> <p>Конкурентный анализ 38</p> <p>Описание основных игроков рынка 46</p> <p>«Шарарам в стране Смешариков»/ ООО «Новые медиа» 46</p> <p>Минибанда/ ООО «Минибанда» 48</p> <p>Бэбиблог/ ООО «Бэбиблог-РТ» 49</p> <p>Веселый жираф/ ИП Гаврилина Елена Владимировна 51</p> <p>Бэби.ру/ ООО «Бэбисфера» 52</p> <p>Дневник.ру 53</p> <p>Киндернет 57</p> <p>Сравнительная характеристика основных игроков рынка 59</p> <p>Тенденции в направлении конкуренции между ключевыми игроками рынка 62</p> <p>Анализ потребителей 63</p> <p>Сегментирование по возрасту детей 63</p> <p>Сегментирование по типу потребителей 63</p> <p>Сегментирование по частоте использования Интернета детьми 63</p> <p>Сегментирование по продолжительности ежедневного использования Интернета 64</p> <p>Сегментирование по типу устройства, с которого ребенок выходит в сеть 64</p> <p>Сегментирование по использованию социальных сетей и созданию собственного контента 65</p> <p>Обобщающие выводы по отчету 66</p> <p>Факторы, благоприятствующие развитию Рынка 66</p> <p>Анализ рисков 66</p>



	<p>Прогнозы развития рынка 67</p> <p>Потребление 67</p> <p>Основные игроки и предоставляемые ими сервисы 67</p> <p>Текущая ситуация и перспективы развития рынка 68</p>
Количество и названия таблиц, диаграмм, графиков	<p>Таблица 1. Характеристика ключевых игроков</p> <p>Таблица 2. Сравнительная характеристика основных игроков рынка</p> <p>Диаграмма 1. Динамика ВВП за период 2014 - 2019 гг. в текущих ценах, млрд. руб.</p> <p>Диаграмма 2. Индекс промышленного производства, в % к предыдущему году</p> <p>Диаграмма 4. Динамика роста инвестиций в 2017 – 2020 (прогноз) гг., %</p> <p>Диаграмма 5. Оборот розничной торговли 2-11 – 2019 гг., трлн. руб. и прирост %</p> <p>Диаграмма 3. Динамика среднедушевых доходов населения РФ, рублей в месяц</p> <p>Диаграмма 7. Аудитория детского контента в Рунете в 2018 гг., млн человек</p> <p>Диаграмма 8. Число детей в возрасте 5-11 лет, которые пользуются Интернетом, 2018 гг., млн человек</p> <p>Диаграмма 9. Доля детей в возрасте 5-7 лет, которые пользуются Интернетом, 2018 гг., % от числа детей данной возрастной категории</p> <p>Диаграмма 10. Доля детей в возрасте 8-11 лет, которые пользуются Интернетом, 2018 гг., % от числа детей данной возрастной категории</p> <p>Диаграмма 11. Доля детей в возрасте 5-11 лет, которые имеют собственное устройство для выхода в Интернет, 2018 гг., % от числа детей данной возрастной категории, которые пользуются Интернетом</p> <p>Диаграмма 12. Потребление контента в Сети детьми в возрасте 5-7 и 8-11 лет, 2018 гг., % от числа детей данной возрастной категории, которые пользуются Интернетом</p> <p>Диаграмма 13. Число абонентов фиксированного широкополосного доступа в Интернет на 100 человек населения, 2011-2018 гг.</p> <p>Диаграмма 14. Число абонентов мобильного широкополосного доступа в Интернет на 100 человек населения, 2011-2018 гг.</p> <p>Диаграмма 15. Абонентская плата за доступ к сети Интернет, месяц, 2011-2018 гг., рублей</p> <p>Диаграмма 16. Проникновение Интернета в возрастных группах, %</p> <p>Диаграмма 17. Активность пользователей ВКонтакте и Instagram в разрезе возрастных групп, % использующих каждый день от всех пользователей</p> <p>Диаграмма 18. Активность пользователей Одноклассников и Facebook в разрезе возрастных групп, % использующих каждый день от всех пользователей ресурса</p> <p>Рисунок 1. Главная страница детской социальной сети Togetherville.com</p> <p>Рисунок 2. Главная страница детской социальной сети ScuttlePad.com</p> <p>Рисунок 3. Главная страница детской социальной сети Skid-e-Kids</p> <p>Рисунок 4. Главная страница детской социальной сети Disney Club Penguin</p> <p>Рисунок 5. Главная страница детской социальной сети Edmodo</p> <p>Рисунок 6. Главная страница детской социальной сети Kidsworld.com</p> <p>Рисунок 7. Главная страница детской социальной сети Твиди</p> <p>Рисунок 8. Главная страница детской социальной сети Мир Бибигона</p> <p>Рисунок 9. Главная страница детской социальной сети «Шарарам в стране Смешариков»</p> <p>Рисунок 10. Главная страница детской социальной сети «Минибанда»</p> <p>Рисунок 11. Главная страница детской социальной сети «Babyblog»</p> <p>Рисунок 12. Главная страница детской социальной сети «Веселый жираф»</p> <p>Рисунок 13. Ключевые темы форумов детской социальной сети «Веселый жираф»</p> <p>Рисунок 14. Главная страница детской социальной сети «Baby.ru»</p>



	Рисунок 15. Главная страница детской социальной сети «Дневник.ру» Рисунок 16. Главная страница детской социальной сети «Киндернет»
Способ предоставления отчета (в электронном / печатном виде/ оба)	В печатном/ электронном формате
Название файла (если отчет предоставлен в электронном виде)	SbS_дет_соц_сети_2020.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.**