

РОССИЙСКИЙ РЫНОК ДЕТСКИХ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ ПО ИТОГАМ 2019 ГОДА

ДЕМОВЕРСИЯ

Данное исследование подготовлено ГК Step by Step исключительно в информационных целях. Информация, представленная в исследовании, получена из открытых источников или собрана с помощью маркетинговых инструментов. ГК Step by Step не дает гарантии точности и полноты информации для любых целей. Информация, содержащаяся в исследовании, не должна быть прямо или косвенно истолкована покупателем как рекомендательная к вложению инвестиций. ГК Step by Step не несет ответственности за убытки или ущерб, причиненный вследствие использования информации исследования третьими лицами, а также за последствия, вызванные неполнотой представленной информации. Данные материалы не могут распространяться без разрешения ГК Step by Step.

Дата выпуска отчета:
Февраль 2020 г.

г. Москва





АННОТАЦИЯ

Предмет исследования: Рынок детских социальных сетей РФ.

Цель данного исследования – анализ текущей ситуации на Рынке.

Задачи:

- 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

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.

География исследования: Российская Федерация

Время проведения исследования: январь – февраль 2020 года

Кол-во страниц: 69 стр.

Язык отчета: русский

Отчет содержит: 18 диаграмм, 2 таблицы, 16 рисунков



ПОЛНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ОТЧЕТА

Введение	5
Основные определения	7
Методологическая часть	8
Описание типа исследования.....	8
Объект исследования.....	8
Цели и задачи исследования	8
География исследования.....	8
Время проведения исследования	8
Методы сбора данных.....	9
Макроэкономические факторы, влияющие на Рынок.....	10
Общая экономическая ситуация	10
Динамика валового внутреннего продукта	10
Промышленное производство	10
Уровень инфляции	11
Инвестиции.....	12
Розничная торговля.....	13
Описание отрасли. Детский Рунет	18
Описание влияющего рынка. Интернет-рынок РФ	24
Описание смежного рынка. Рынок социальных медиаплатформ	27
Сегментация рынка	30
Сегментация рынка в зависимости от возраста ребенка, на который рассчитана сеть	30
Сегментирование по типу контента	30
Сегментирование по целевой аудитории сети	30
Сегментирование по ключевым функциям, реализуемым социальной сетью	31
Сегментирование по модели монетизации	31
Тенденции в различных рыночных сегментах	32
Основные рыночные показатели	33
Подходы к оценке объема рынка	33
Основные тенденции рынка.....	36
Прогноз развития рынка.....	37
Конкурентный анализ	38
Описание основных игроков рынка	46
«Шарарам в стране Смешариков»/ ООО «Новые медиа».....	46



Минибанда/ ООО «Минибанда»	48
Бэбиблог/ ООО «Бэбиблог-РТ»	49
Веселый жираф/ ИП Гаврилина Елена Владимировна	51
Бэби.ру/ ООО «Бэбисфера»	52
Дневник.ру	53
Киндернет	57
Сравнительная характеристика основных игроков рынка	59
Тенденции в направлении конкуренции между ключевыми игроками рынка	62
Анализ потребителей	63
Сегментирование по возрасту детей	63
Сегментирование по типу потребителей	63
Сегментирование по частоте использования Интернета детьми	63
Сегментирование по продолжительности ежедневного использования Интернета	64
Сегментирование по типу устройства, с которого ребенок выходит в сеть	64
Сегментирование по использованию социальных сетей и созданию собственного контента	65
Обобщающие выводы по отчету	66
Факторы, благоприятствующие развитию Рынка	66
Анализ рисков	66
Прогнозы развития рынка	67
Потребление	67
Основные игроки и предоставляемые ими сервисы	67
Текущая ситуация и перспективы развития рынка	68

СПИСОК ТАБЛИЦ

Таблица 1. Характеристика ключевых игроков

Таблица 2. Сравнительная характеристика основных игроков рынка

СПИСОК ДИАГРАММ

Диаграмма 1. Динамика ВВП за период 2014 - 2019 гг. в текущих ценах, млрд. руб.



Диаграмма 2. Индекс промышленного производства, в % к предыдущему году

Диаграмма 4. Динамика роста инвестиций в 2017 – 2020 (прогноз) гг., %

Диаграмма 5. Оборот розничной торговли 2-11 – 2019 гг., трлн. руб. и прирост %

Диаграмма 3. Динамика среднедушевых доходов населения РФ, рублей в месяц

Диаграмма 7. Аудитория детского контента в Рунете в 2018 гг., млн человек

Диаграмма 8. Число детей в возрасте 5-11 лет, которые пользуются Интернетом, 2018 гг., млн человек

Диаграмма 9. Доля детей в возрасте 5-7 лет, которые пользуются Интернетом, 2018 гг., % от числа детей данной возрастной категории

Диаграмма 10. Доля детей в возрасте 8-11 лет, которые пользуются Интернетом, 2018 гг., % от числа детей данной возрастной категории

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

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

Диаграмма 13. Число абонентов фиксированного широкополосного доступа в Интернет на 100 человек населения, 2011-2018 гг.

Диаграмма 14. Число абонентов мобильного широкополосного доступа в Интернет на 100 человек населения, 2011-2018 гг.

Диаграмма 15. Абонентская плата за доступ к сети Интернет, месяц, 2011-2018 гг., рублей

Диаграмма 16. Проникновение Интернета в возрастных группах, %

Диаграмма 17. Активность пользователей ВКонтакте и Instagram в разрезе возрастных групп, % использующих каждый день от всех пользователей

Диаграмма 18. Активность пользователей Одноклассников и Facebook в разрезе возрастных групп, % использующих каждый день от всех пользователей ресурса

СПИСОК РИСУНКОВ

Рисунок 1. Главная страница детской социальной сети Togetherville.com

Рисунок 2. Главная страница детской социальной сети ScuttlePad.com



- Рисунок 3. Главная страница детской социальной сети Skid-e-Kids
- Рисунок 4. Главная страница детской социальной сети Disney Club Penguin
- Рисунок 5. Главная страница детской социальной сети Edmodo
- Рисунок 6. Главная страница детской социальной сети Kidzworld.com
- Рисунок 7. Главная страница детской социальной сети Твиди
- Рисунок 8. Главная страница детской социальной сети Мир Бибигона
- Рисунок 9. Главная страница детской социальной сети «Шарарам в стране Смешариков»
- Рисунок 10. Главная страница детской социальной сети «Минибанда»
- Рисунок 11. Главная страница детской социальной сети «Babyblog»
- Рисунок 12. Главная страница детской социальной сети «Веселый жираф»
- Рисунок 13. Ключевые темы форумов детской социальной сети «Веселый жираф»
- Рисунок 14. Главная страница детской социальной сети «Baby.ru»
- Рисунок 15. Главная страница детской социальной сети «Дневник.ру»
- Рисунок 16. Главная страница детской социальной сети «Киндернет»

ВЫДЕРЖКИ ИЗ ИССЛЕДОВАНИЯ

ОБЩАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СИТУАЦИЯ

ДИНАМИКА ВАЛОВОГО ВНУТРЕННЕГО ПРОДУКТА

Валовой внутренний продукт (ВВП) – это

Согласно данным Росстата, объем ВВП России за 2018 г. составил в текущих ценах млрд. рублей, за 2019 г. –

ДИАГРАММА 1. ДИНАМИКА ВВП ЗА ПЕРИОД 2014 - 2019 ГГ. В ТЕКУЩИХ ЦЕНАХ, МЛРД. РУБ.

ПРОМЫШЛЕННОЕ ПРОИЗВОДСТВО

Индекс выпуска товаров и услуг по базовым видам экономической деятельности —

Индекс промышленного производства — показатель динамики объема промышленного

В 2018 году индекс достиг отметки в

ДИАГРАММА 2. ИНДЕКС ПРОМЫШЛЕННОГО ПРОИЗВОДСТВА, В % К ПРЕДЫДУЩЕМУ ГОДУ

УРОВЕНЬ ИНФЛЯЦИИ

Индекс потребительских цен, или индекс инфляции, –

.....

В течение 2019 г. (за исключением января) темпы монетарной инфляции в терминах

ИНВЕСТИЦИИ

Инвестиции в основной капитал - совокупность затрат,



Инвестиции в основной капитал в РФ за

ДИАГРАММА 3. ДИНАМИКА РОСТА ИНВЕСТИЦИЙ В 2017 – 2020 (ПРОГНОЗ) ГГ., %

Ранее за 2018 год рост инвестиций составил

РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ

Оборот розничной торговли – выручка

.....

ДИАГРАММА 4. ОБОРОТ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ 2011 – 2019 ГГ., ТРЛН. РУБ. И ПРИРОСТ %

УРОВЕНЬ ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ

Внутренний спрос в 2019 году оставался на низких уровнях, рост реальных располагаемых доходов населения не превышает

Среднедушевой доход населения России по итогам 2019 года

ДИАГРАММА 5. ДИНАМИКА СРЕДНЕДУШЕВЫХ ДОХОДОВ НАСЕЛЕНИЯ РФ, РУБЛЕЙ В МЕСЯЦ

Согласно данным регулярных опросов по изучению потребительского поведения населения в России, проводимых Росстатом,

- **Индекс потребительской уверенности**, отражающий совокупные потребительские ожидания населения,

РЕЗЮМЕ

Экономическая ситуация в стране остается актуальным и наиболее важным вопросом для каждого жителя, ведь ее благополучие означает улучшение



уровня жизни граждан. Оптимистичный прогноз экономики России в 2020 году официальных источников

ОПИСАНИЕ ОТРАСЛИ. ДЕТСКИЙ РУНЕТ

Российский рынок детских социальных сетей — составляющая детского Рунета.

В соответствии с докладом

ДИАГРАММА 6. АУДИТОРИЯ ДЕТСКОГО КОНТЕНТА В РУНЕТЕ В 2018 ГГ., МЛН ЧЕЛОВЕК

Детский Рунет –

ДИАГРАММА 7. ЧИСЛО ДЕТЕЙ В ВОЗРАСТЕ 5-11 ЛЕТ, КОТОРЫЕ ПОЛЬЗУЮТСЯ ИНТЕРНЕТОМ, 2018 ГГ., МЛН ЧЕЛОВЕК

По данным опроса в городах с населением

ДИАГРАММА 8. ДОЛЯ ДЕТЕЙ В ВОЗРАСТЕ 5-7 ЛЕТ, КОТОРЫЕ ПОЛЬЗУЮТСЯ ИНТЕРНЕТОМ, 2018 ГГ., % ОТ ЧИСЛА ДЕТЕЙ ДАННОЙ ВОЗРАСТНОЙ КАТЕГОРИИ

ДИАГРАММА 9. ДОЛЯ ДЕТЕЙ В ВОЗРАСТЕ 8-11 ЛЕТ, КОТОРЫЕ ПОЛЬЗУЮТСЯ ИНТЕРНЕТОМ, 2018 ГГ., % ОТ ЧИСЛА ДЕТЕЙ ДАННОЙ ВОЗРАСТНОЙ КАТЕГОРИИ

Более трети детей выходят в Интернет самостоятельно, этому способствует то, что у

ДИАГРАММА 10. 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

Уже в возрасте 5-7 лет



Почти каждый день (6-7 дней в неделю) интернетом пользуются

В выходные дни дети пользуются интернетом больше, чем в будни:

Потребление контента в Сети меняется с возрастом: малыши 5-7 лет в основном смотрят

Главный тренд коммуникационных сервисов

.....

ДИАГРАММА 11. ПОТРЕБЛЕНИЕ КОНТЕНТА В СЕТИ ДЕТЬМИ В ВОЗРАСТЕ 5-7 И 8-11 ЛЕТ, 2018 Г., % ОТ ЧИСЛА ДЕТЕЙ ДАННОЙ ВОЗРАСТНОЙ КАТЕГОРИИ, КОТОРЫЕ ПОЛЬЗУЮТСЯ ИНТЕРНЕТОМ

ВКонтакте – основной ресурс, где дети делятся контентом и создают его сами. По данным сервиса

Среди коммуникационных платформ с большой долей авторов младше 18 лет доминирует

ОПИСАНИЕ ВЛИЯЮЩЕГО РЫНКА. ИНТЕРНЕТ-РЫНОК РФ

На уровень развития отечественного рынка детских социальных сетей напрямую влияет Интернет-рынок РФ, от успешности развития которого зависит степень проникновения Интернета в России.

По даннымв Интернет заходит в среднем

Росстат реализует В соответствии с результатами этого исследования в период

ДИАГРАММА 12. ЧИСЛО АБОНЕНТОВ ФИКСИРОВАННОГО ШИРОКОПОЛОСНОГО ДОСТУПА В ИНТЕРНЕТ НА 100 ЧЕЛОВЕК НАСЕЛЕНИЯ, 2011-2018 ГГ.



ДИАГРАММА 13. ЧИСЛО АБОНЕНТОВ МОБИЛЬНОГО ШИРОКОПОЛОСНОГО ДОСТУПА В ИНТЕРНЕТ НА 100 ЧЕЛОВЕК НАСЕЛЕНИЯ, 2011-2018 ГГ.

ДИАГРАММА 14. АБОНЕНТСКАЯ ПЛАТА ЗА ДОСТУП К СЕТИ ИНТЕРНЕТ, МЕСЯЦ, 2011-2018 ГГ., РУБЛЕЙ

Проникновение Интернета среди молодежи и людей с.....

ДИАГРАММА 15. ПРОНИКНОВЕНИЕ ИНТЕРНЕТА В ВОЗРАСТНЫХ ГРУППАХ, %

Такой важнейший элемент Интернет-рынка, как рынок широкополосного доступа в интернетпрошлого года показал стабильный рост.

Аналитики зафиксировали, что доходы провайдеров

Топ-5 интернет-провайдеров

ОПИСАНИЕ СМЕЖНОГО РЫНКА. РЫНОК СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИАПЛАТФОРМ

В апреле 2019 г. в русскоязычных социальных медиа в среднем в день публиковалось

Ключевыми игроками этого рынка в России являются азиатские социальные

Приложение Likee

По данным

Ведущий аналитик Российской ассоциации

..... При этом ещё в начале прошлого года

Итак,успешно конкурируют с традиционными социальными сетями, в том числе детскими, за внимание тинейджеров. Вместе с тем, более



младшие дети, прежде всего дошкольники, в гораздо меньшей степени вовлечены в активность, связанную с созданием, потреблением и распространением контента социальных видеоплатформ.



СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА

СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА В ЗАВИСИМОСТИ ОТ ВОЗРАСТА РЕБЕНКА, НА КОТОРЫЙ РАССЧИТАНА СЕТЬ

Основываясь на критерии возраста ребенка, можно выделить следующие три сегмента рынка:

.....
.....
.....

Социальные сети, ориентированные на

СЕГМЕНТИРОВАНИЕ ПО ТИПУ КОНТЕНТА

Как показал опыт 2010-х гг., универсальные детские социальные сети неконкурентоспособны. Как итог, подобные сети нередко являются специализированными и ориентированными на определенный тип контента. Исходя из этого, можно выделить следующие два основных сегмента:

.....
.....
.....

СЕГМЕНТИРОВАНИЕ ПО ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ СЕТИ

Детские социальные сети привлекают не только детей, но и другие категории потребителей:

.....
.....
.....

СЕГМЕНТИРОВАНИЕ ПО КЛЮЧЕВЫМ ФУНКЦИЯМ, РЕАЛИЗУЕМЫМ СОЦИАЛЬНОЙ СЕТЬЮ

На основе данного критерия можно выделить следующие основные сегменты:

.....



.....
.....

Сегментирование по модели монетизации

Основным способом монетизации традиционных социальных сетей является реклама, однако применительно к детским социальным сетям этот инструмент имеет ограниченные возможности применения. Соответственно, наряду с рекламой можно выделить другие способы монетизации:

.....
.....
.....

Тенденции в различных рыночных сегментах

Аналитики говорят о следующих рыночных тенденциях:

.....
.....
.....



ОСНОВНЫЕ РЫНОЧНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ

Подходы к оценке объема рынка

Российский рынок детских социальных сетей является слабо развитым и малоизученным, в связи с этим данные о его объеме в открытых источниках отсутствуют.

Однако есть возможность оценить размер отдельных сегментов рынков, пересекающихся с рынком детских социальных сетей, и за счет этого составить представление если не об объеме, то хотя бы о перспективах этого рынка.

Прежде всего представляет интерес информация о **детской аудитории «универсальных» социальных сетей**.

.....

.....

ДИАГРАММА 16. АКТИВНОСТЬ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ В КОНТАКТЕ И INSTAGRAM В РАЗРЕЗЕ ВОЗРАСТНЫХ ГРУПП, % ИСПОЛЬЗУЮЩИХ КАЖДЫЙ ДЕНЬ ОТ ВСЕХ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ

ДИАГРАММА 17. АКТИВНОСТЬ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ ОДНОКЛАССНИКОВ И FACEBOOK В РАЗРЕЗЕ ВОЗРАСТНЫХ ГРУПП, % ИСПОЛЬЗУЮЩИХ КАЖДЫЙ ДЕНЬ ОТ ВСЕХ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ РЕСУРСА

Выше уже упоминался **рынок социальных медиаплатформ**,

.....

.....

.....

Напомним, что по оценке Mediascope в июне 2019 года один раз в месяц и более платформой воспользовались

Другой близкий исследуемому рынок – **рынок сетевых игр**. Сейчас возраст большинства геймеров – 15–25 лет. Но все больше игр выпускается для детей до 15 лет. В Китае в 2018 г. даже приостановили регистрацию новых

игр, чтобы регламентировать ограничения для детской аудитории. Этот сегмент еще больше увеличит нынешнюю мировую аудиторию в

Наиболее значительным сегментом игрового рынка в России являются многопользовательские онлайн-продукты. Этот сегмент особенно

Сделаем промежуточные выводы:

.....
.....
.....

Таким образом, несмотря на то, что рынок детских игр развит слабо, он является перспективным, поскольку, во-первых, существует запрос со стороны несовершеннолетних Интернет-пользователей на онлайн-общение, во-вторых, эти пользователи проявляют повышенный интерес к медиаконтенту и играм, что может быть с успехом использовано (и уже используется) разработчиками детских социальных сетей.

На основе представленных данных можно сделать выводы о потенциально большой емкости анализируемого рынка. Но любая цифра будет неточной, поскольку рассмотренные цифры относятся скорее к возрасту 12-18 лет, а рынок детских социальных сетей потенциально способен охватить в том числе и малышей, предложив для них продукты типа "Шарарам в стране смешариков" (см. далее).

ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РЫНКА

.....
.....
.....



ПРОГНОЗ РАЗВИТИЯ РЫНКА

Рынок будет развиваться, но это развитие пойдет по иному пути, нежели в случае «универсальных» социальных сетей, что обусловлено поиском оптимальных путей монетизации детского контента. В данный момент на рынке для решения этой задачи задействуются следующие инструменты:

.....

.....

.....

Отметим также, что активно развивается и продолжит развитие сегмент

.....

.....

Более подробно основные сегменты анализируемого рынка и соответствующие им модели монетизации будут рассмотрены в следующем разделе отчета.



КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ

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:

.....
.....
.....
.....

Рисунок 1. Главная страница детской социальной сети TOGETHERVILLE.COM

.....

Рисунок 2. Главная страница детской социальной сети SCUTTLEPAD.COM

.....

Рисунок 3. Главная страница детской социальной сети SKID-E-KIDS

.....
.....

Таких примеров еще много, разные по содержанию и свойствам проекты, схожие только в одном — все они позиционировались как социальные сети для детей, зародились в период с 2007 по 2011 гг. и исчезли через два-четыре года

При этом существуют и немногочисленные детские социальные сети, которые, появившись несколько лет назад, продолжают существовать и сейчас. Назовем некоторые из них:

.....
.....
.....

Рисунок 4. Главная страница детской социальной сети DISNEY CLUB PENGUIN



.....

.....

Рисунок 5. Главная страница детской социальной сети Edmodo

.....

.....

Рисунок 6. Главная страница детской социальной сети Kidzworld.com

Анализ того, какие сети закрылись, а какие продолжают функционировать, позволяет выявить закономерность:

.....

.....

История российского рынка детских социальных сетей во многом повторяет историю аналогичных рынков развитых стран. Многие яркие детские соцсети, созданные в 2000-е гг., закрылись в течение 2010-х гг. Назовем в качестве примера некоторые из них:

.....

Рисунок 7. Главная страница детской социальной сети Твиди

.....

Рисунок 8. Главная страница детской социальной сети Мир Бибигона

Актуальный отечественный рынок детских социальных сетей можно определенным образом структурировать, выделив следующие наиболее заметные сегменты:

–

–



-
-
-
-
-

Подробно рассмотрим характеристики ключевых игроков названных сегментов.

ТАБЛИЦА 1. ХАРАКТЕРИСТИКА КЛЮЧЕВЫХ ИГРОКОВ

Наименование компании	Логотип	Местонахождение	Год создания	Сайт
Целевая аудитория – дети 4-12 лет				
Целевая аудитория – родители малышей и те, кто желает ими стать				
Целевая аудитория - школьники, их родители и учителя				
Целевая аудитория – дети дошкольного и младшего школьного возраста, их родители, профессиональные детские и семейные фотографы				

Ниже представлена информация об основных игроках рынка.



ОПИСАНИЕ ОСНОВНЫХ ИГРОКОВ РЫНКА

«ШАРАРАМ В СТРАНЕ СМЕШАРИКОВ»/ ООО «НОВЫЕ МЕДИА»

.....
.....

РИСУНОК 9. ГЛАВНАЯ СТРАНИЦА ДЕТСКОЙ СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ «ШАРАРАМ В СТРАНЕ СМЕШАРИКОВ»

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

Сумма доходов ООО «Новые медиа» в 2018 г.:

.....

Сумма расходов ООО «Новые медиа» в 2018:

.....

МИНИБАНДА/ ООО «МИНИБАНДА»

.....

РИСУНОК 10. ГЛАВНАЯ СТРАНИЦА ДЕТСКОЙ СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ «МИНИБАНДА»

.....
.....
.....
.....
.....
.....



.....
.....
.....
.....

Бэбиблог/ ООО «Бэбиблог-РТ»

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

Рисунок 11. Главная страница детской социальной сети «BABYBLOG»

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

Сумма доходов компании в 2018 г.:

.....

Сумма расходов компании в 2018 г.:

.....



ВЕСЕЛЫЙ ЖИРАФ/ ИП ГАВРИЛИНА ЕЛЕНА ВЛАДИМИРОВНА

.....
.....
.....
.....
.....
.....

РИСУНОК 12. ГЛАВНАЯ СТРАНИЦА ДЕТСКОЙ СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ «ВЕСЕЛЫЙ ЖИРАФ»

.....
.....
.....
.....
.....
.....

РИСУНОК 13. КЛЮЧЕВЫЕ ТЕМЫ ФОРУМОВ ДЕТСКОЙ СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ «ВЕСЕЛЫЙ ЖИРАФ»

.....
.....
.....
.....
.....
.....

БЭБИ.РУ/ ООО «БЭБИСФЕРА»

.....
.....
.....
.....
.....
.....

РИСУНОК 14. ГЛАВНАЯ СТРАНИЦА ДЕТСКОЙ СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ «BABY.RU»

КИНДЕРНЕТ

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

Рисунок 16. Главная страница детской социальной сети «Киндернет»

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОСНОВНЫХ ИГРОКОВ РЫНКА

ТАБЛИЦА 2. СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОСНОВНЫХ ИГРОКОВ РЫНКА

Компании	Соотношение доходов и расходов в 2018 г.	Модель монетизации	Сильные стороны
Целевая аудитория – дети в возрасте 4-12 лет			
			–
Целевая аудитория – родители малышей и те, кто желает ими стать			
			–
			–
			–
			–
Целевая аудитория – школьники, их родители и учителя			
			–
Целевая аудитория – дети дошкольного и младшего школьного возраста, их родители, профессиональные детские и семейные фотографы			
			–



**ТЕНДЕНЦИИ В НАПРАВЛЕНИИ КОНКУРЕНЦИИ МЕЖДУ
КЛЮЧЕВЫМИ ИГРОКАМИ РЫНКА**

Рынок детских социальных сетей является сложным для входа, но не по причине высокого уровня конкуренции. Как было показано ранее в данном разделе,

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....



АНАЛИЗ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

СЕГМЕНТИРОВАНИЕ ПО ВОЗРАСТУ ДЕТЕЙ

Можно выделить три основных возрастных сегмента детей - потенциальных пользователей соцсетей:

.....
.....
.....

Исследования показывают, что дети разных возрастов по-разному ведут себя в Интернете. В частности,

.....

СЕГМЕНТИРОВАНИЕ ПО ТИПУ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Потребителями контента детских социальных сетей являются не только дети, но и – в зависимости от типа сети – их родители, педагоги и т.д. Соответственно, исходя из этого, можно выделить следующие сегменты:

.....
.....
.....
.....

СЕГМЕНТИРОВАНИЕ ПО ЧАСТОТЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНТЕРНЕТА ДЕТЬМИ

На основе этого критерия можно выделить следующие сегменты:

.....

Как уже было отмечено выше, чем старше ребенок, тем выше вероятность, что он часто пользуется Интернетом. Так, среди детей в возрасте

СЕГМЕНТИРОВАНИЕ ПО ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТИ ЕЖЕДНЕВНОГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНТЕРНЕТА

Исходя из того количества времени, которое дети ежедневно проводят в сети, можно выделить следующие сегменты:



.....
.....
.....
.....

В соответствии с имеющимися данными в
будни
..... детей 5-11 лет
пользуются
.....

**Сегментирование по типу устройства, с которого ребенок
выходит в сеть**

На основе типа устройства можно выделить следующие основные сегменты:

.....
.....
.....
.....
.....
.....

В соответствии с недавними исследованиями 55% детей в возрасте 8-11 лет
выходят в
сеть,
.....

**Сегментирование по использованию социальных сетей и
созданию собственного контента**

Возможны различные стратегии поведения ребенка в социальных сетях:
кто-то ориентирован на создание и распространение собственного контента,
а кто-то является лишь потребителем контента, созданного другими.



.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....



ОБОБЩАЮЩИЕ ВЫВОДЫ ПО ОТЧЕТУ

ФАКТОРЫ, БЛАГОПРИЯТСТВУЮЩИЕ РАЗВИТИЮ РЫНКА

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

АНАЛИЗ РИСКОВ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ПРОГНОЗЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА

ПОТРЕБЛЕНИЕ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



.....

ОСНОВНЫЕ ИГРОКИ И ПРЕДОСТАВЛЯЕМЫЕ ИМИ СЕРВИСЫ

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

ТЕКУЩАЯ СИТУАЦИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....