A close-up photograph of a young child's face, showing blue eyes and a wide smile. The background is blurred.

РЫНОК детских товаров от 0 до 3-х лет

Анастасия Джадафова
Ведущий Консультант
отдела потребительских панелей

pptcloud.ru

GfK

1**Методология исследования****2****Структура затрат на детские товары****3****Каналы розничной торговли детскими товарами / Сетевая торговля: основные игроки**

Размер и структура выборки

Целевая Группа: мамы с детьми 0-36 месяцев

Региональное покрытие: городская Россия (населенные пункты 10 000 тыс. +)

Размер Выборки: 1,200 мам с детьми 0-36 месяцев

- 00-12 месяцев: 630
- 13-24 месяцев: 430
- 25-36 месяцев: 140
- Москва: 500
- Города 1 млн.+: 300
- Остальные города: 400

Квота:

- возраст ребенка в месяцах
- размер населенного пункта
- доход на человека в семье



Поддержание панели / исследуемые категории

4

Исследуются только детские товары:

- Постоянное панельное исследование с июля 2005 г.
- Каждый месяц мы рекрутируем мам с новорожденными детьми вместо тех, кто достигает 36 месяцев и выбывает из исследования
- Таким образом, размер выборки поддерживается на уровне 1,200 мам с детьми 0-36 каждый месяц



Исследуются только детские товары:

- Подгузники
- Влажные салфетки
- Косметические средства
- Ср-ва для стирки и ополаскиватели для тканей
- Детское питание
- Игрушки, текстиль, книги, аксессуары и т.д.



Дневник регистрации покупок

Респонденты фиксируют все свои покупки по исследуемым категориям

Регистрируется следующая информация:

- дата покупки
 - описание продукта
(включая штрих-код)
 - количество упаковок
 - размер упаковки
 - цена
 - место покупки
(торговые каналы и сети)



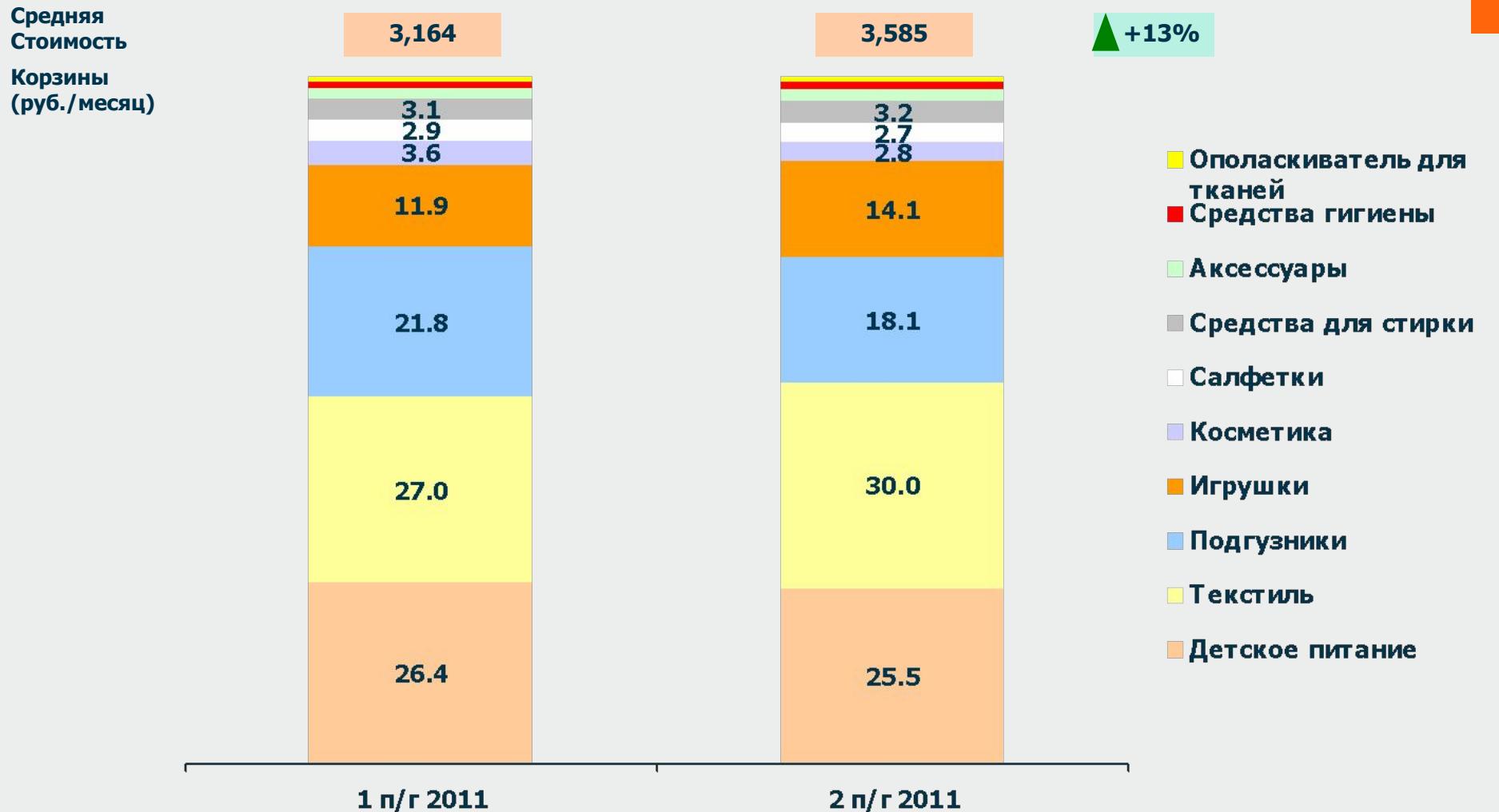
2

Структура затрат на детские товары

Городская Россия

Корзина детских товаров (дети 0-3 года)

Стоимостные доли детских товаров



1 п/г 2011

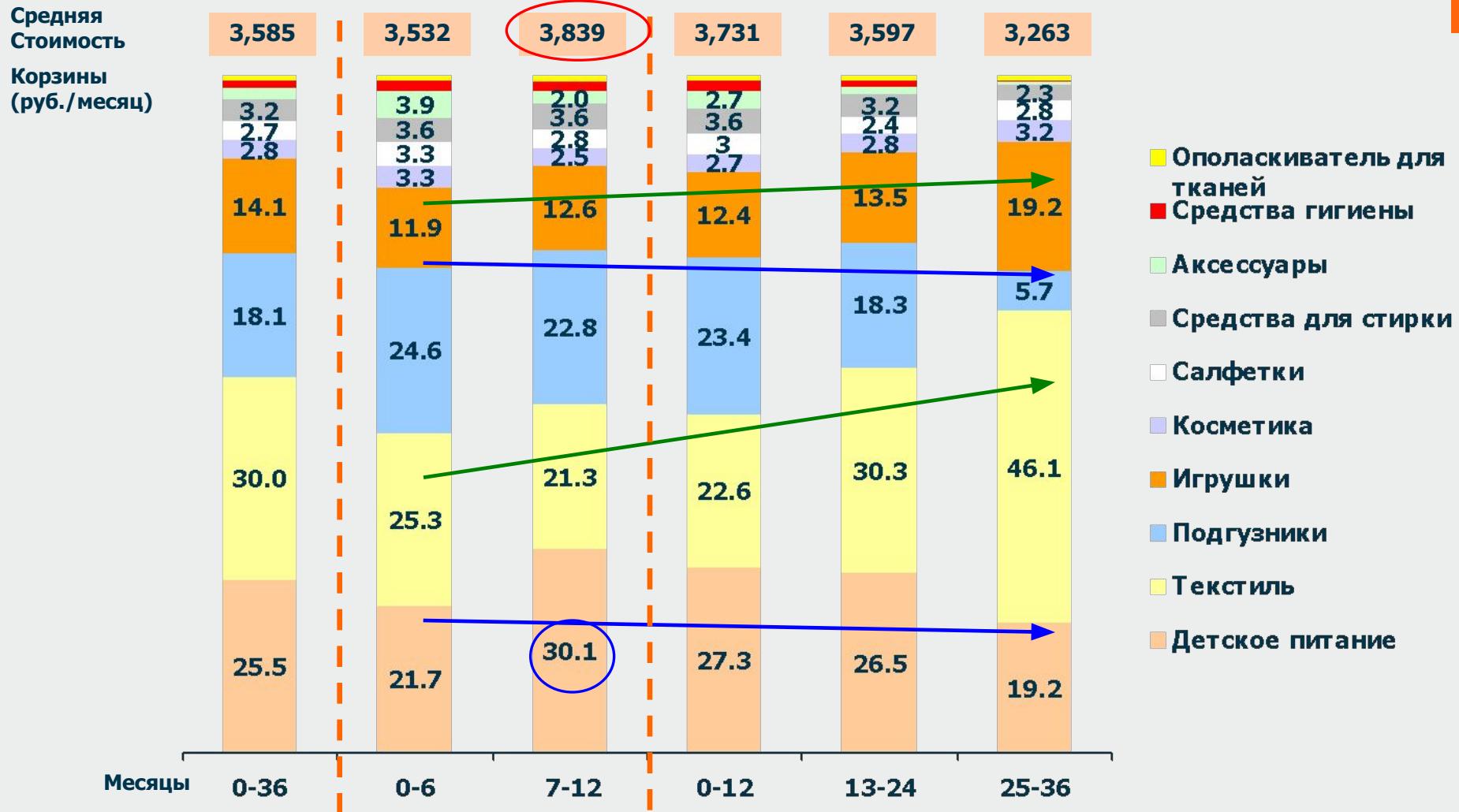
2 п/г 2011

Городская Россия

Корзина детских товаров

Стоимостные доли детских товаров по возрасту ребенка

8



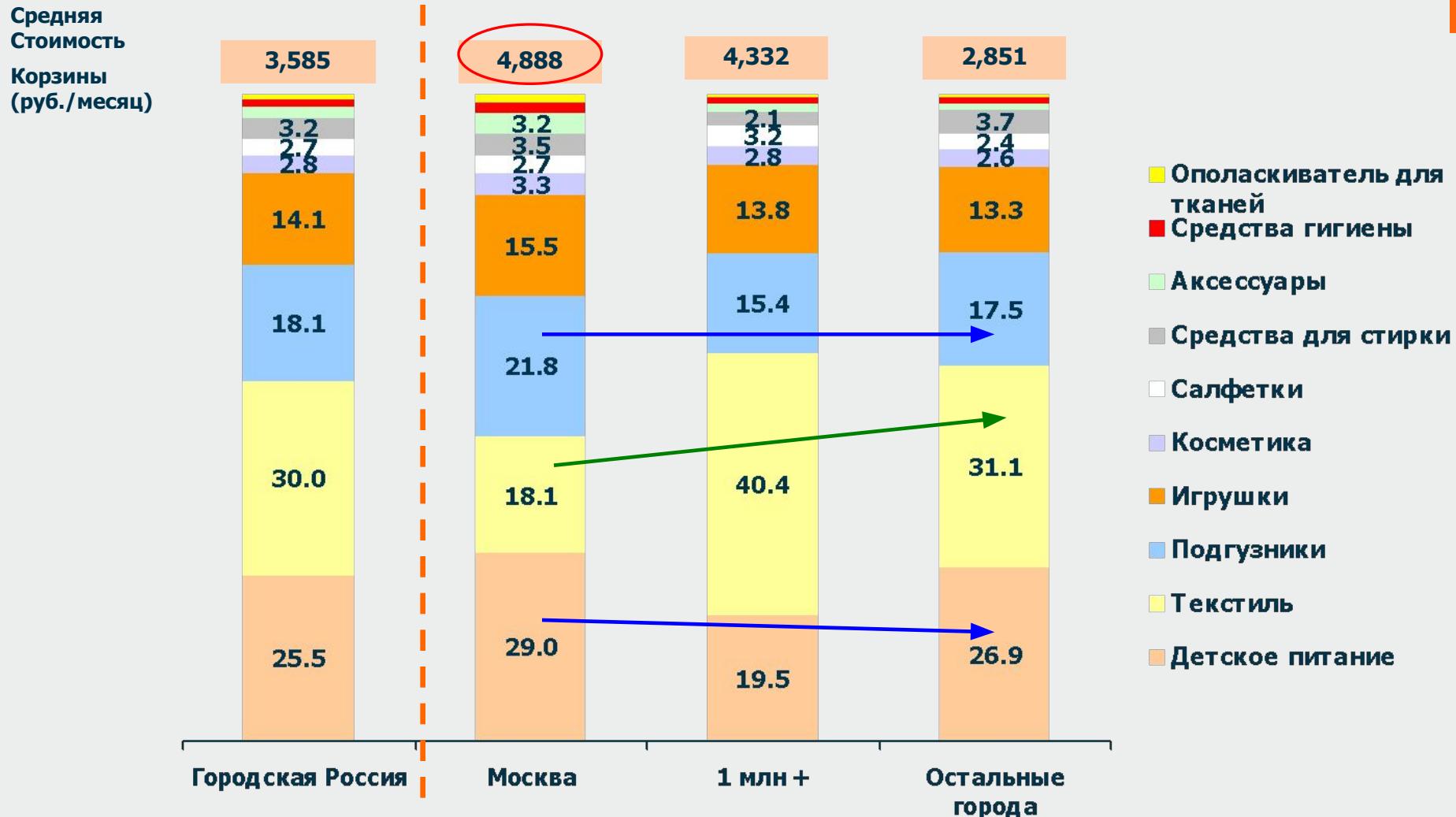
Период: июль'11-декабрь'11

Городская Россия

Корзина детских товаров

Стоимостные доли детских товаров по регионам

9

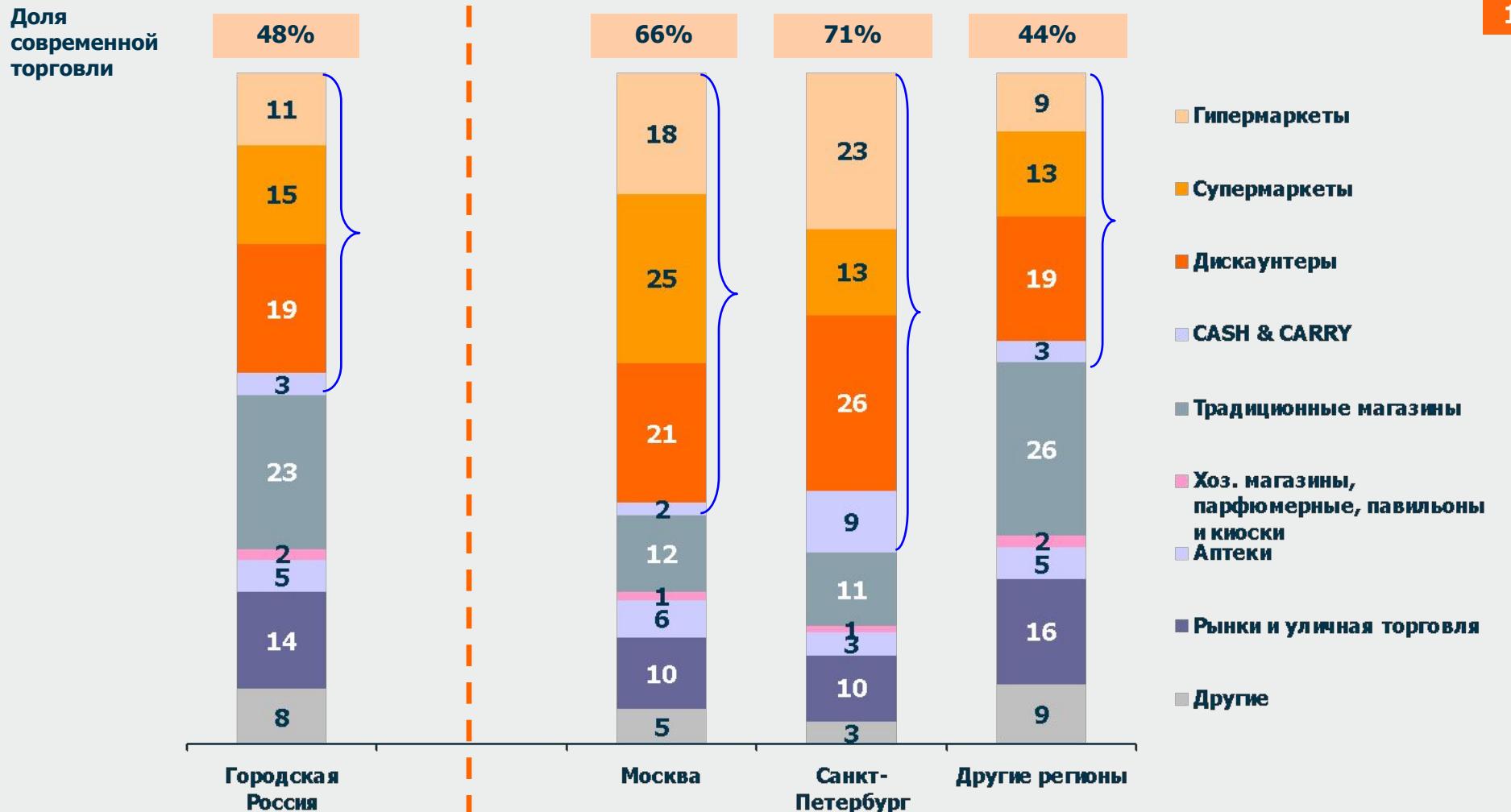


3

Каналы розничной торговли детскими товарами / Сетевая торговля: основные игроки

Доля форматов современной торговли товаров повседневного спроса (FMCG)

Региональные отличия



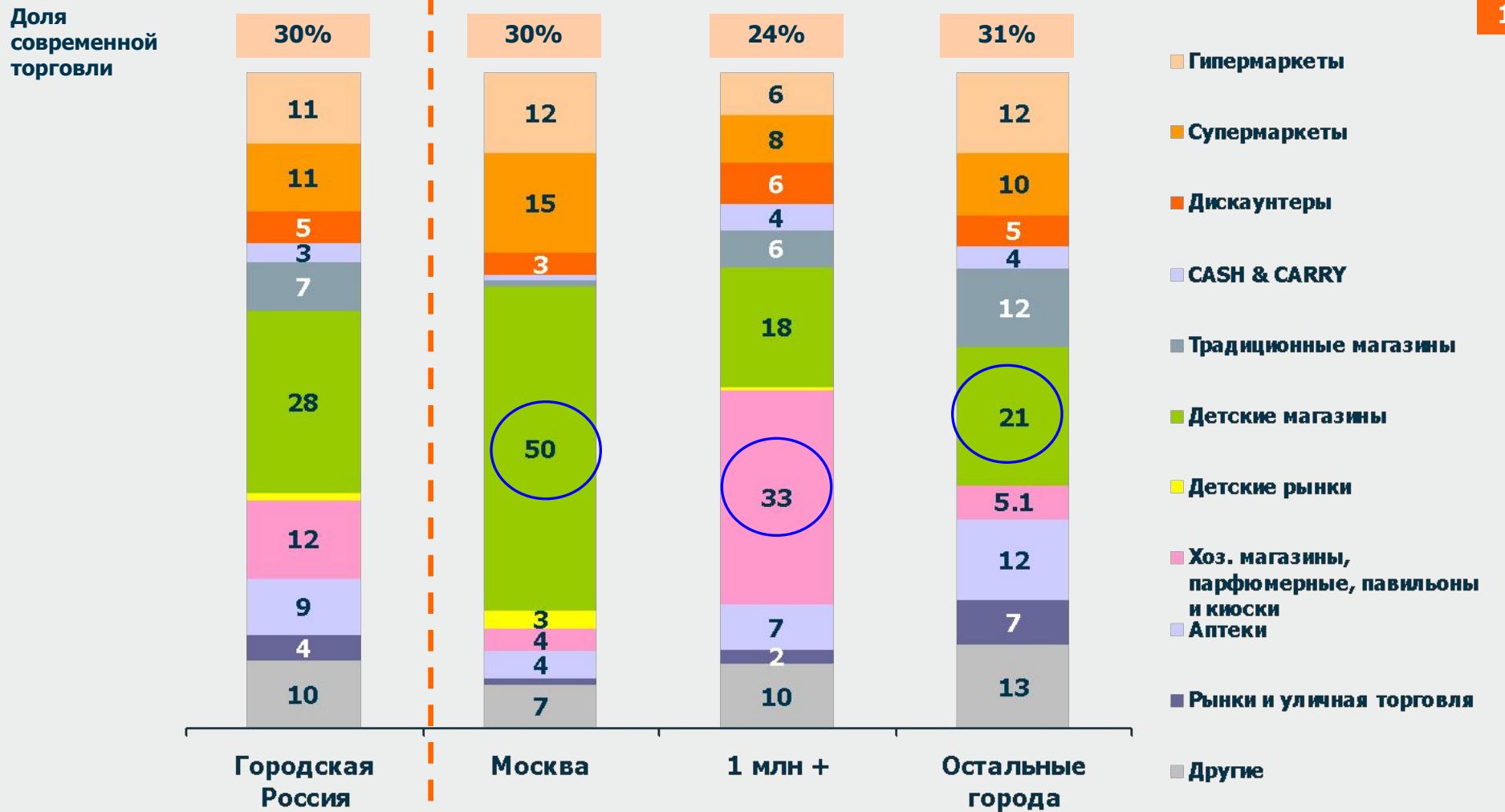
Период: 2011 в целом

Городская Россия (города от 10 тыс. жителей)

Данные скан панели ГfК-Русь

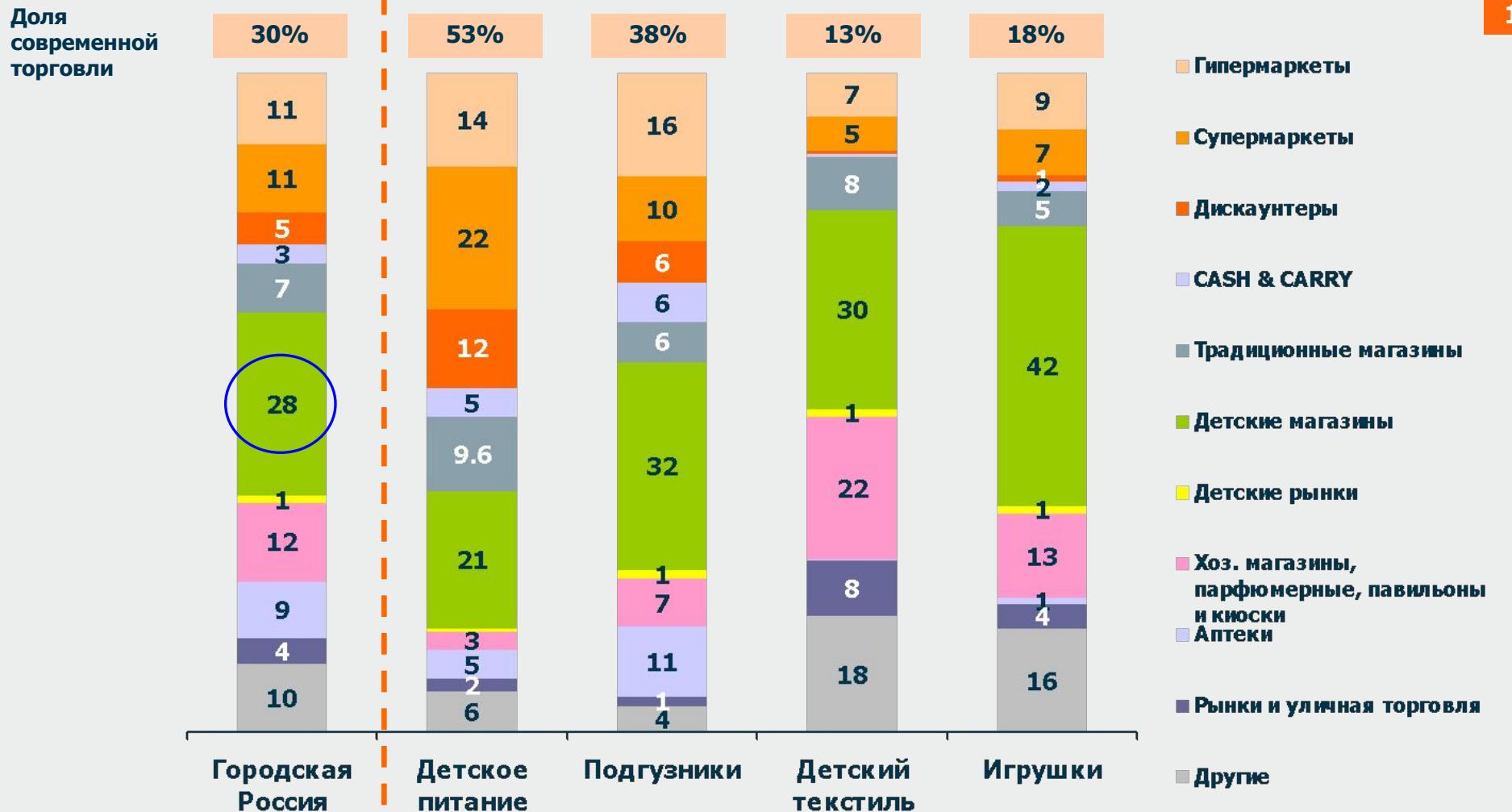
Доли каналов по товарам для детей от 0 до 3-х лет

Региональные отличия



Период: июль'11-декабрь'11

Доли каналов торговли в различных категориях детских товаров

Городская
РоссияДетское
питание

Подгузники

Детский
текстиль

Игрушки

Сетевая торговля

Основные игроки, Городская Россия

ТОП-10 сетей по обороту	Количество покупателей, %	Средний чек за один поход в т.т., руб.	Частота покупки
1. АШАН	20%	501	8 раз
2. Детский Мир	30%	548	5 раз
3. Кораблик	8%	657	5 раз
4. Перекресток	15%	315	4 раза
5. Магнит	31%	120	16 раз
6. Дети	6%	882	5 раз
7. Лента	11%	348	10 раз
8. Дочки-сыночки	8%	819	3 раза
9. Пятерочка	24%	155	6 раз
10. Здоровый малыш	4%	942	8 раз
Рынок детских товаров в целом	100%	248	87 раз

**Спасибо за
внимание!**