

Тенденции детского рынка

СНОВА В ШКОЛУ: ЗАТРАТЫ НА ШКОЛЬНУЮ ФОРМУ В 2016 ГОДУ
ПО ДАННЫМ РЕГУЛЯРНОГО ИССЛЕДОВАНИЯ РОСИНДЕКС // IPSOS COMCON. АВГУСТ 2016

Специализированную школьную форму купил только каждый четвертый родитель первоклассника

В августе родители начинают готовить своих детей к новому учебному году. Однако в связи с экономической обстановкой, россияне более рационально подходят к покупкам, в том числе это отражается на школьной форме.

По данным исследования [РосИндекс](#), компании Ipsos Comcon родители школьников тратят около 3600 руб. на комплект школьной формы в 2016 году, в Москве – 4100 руб. По России затраты на комплект школьной формы выросли на 5%, а по Москве, наоборот, уменьшились с 5100 руб. до 4100 руб. Это связано с резким ростом предложений от производителей детской одежды, которые предлагают к школьному сезону коллекции одежды в рамках школьного дресс-кода.

В целом объем рынка школьной формы вырос на 9%, в 2016 году он оценивается в 8,5 млрд. руб. в год. (города России 100,000+).

По-прежнему не все родители могут купить детям специализированную школьную форму, всего 24% родителей российских первоклассников покупают детям форму (22% в 2015). В Москве эта доля резко снизилась с 33% до 26%, родители стараются сэкономить, покупая повседне-

ную одежду, не выбивающуюся из школьного стиля. А некоторые шьют форму самостоятельно.

Если в начальных классах покупке школьной формы препятствуют в основном экономические возможности родителей, то в подростковом возрасте главным барьером становятся вкусы детей. Более половины подростков 13-15 лет не хотят носить школьную форму, поскольку считают, что она выглядит «дурацкой».

Об исследовании

РосИндекс — ежеквартальное исследование компании Ipsos Comcon. Это самый масштабный проект по изучению потребителей в России.

РосИндекс является инструментом стратегического маркетинга: решает задачи по выделению и описанию целевых групп, сегментов потребителей, конкурентному анализу, анализу динамики рынков, потребительских трендов, географическому анализу рынков, выбору каналов коммуникации и поиску партнеров для совместного продвижения брендов. Позволяет работать со встроенными сегментациями ([LifeStage](#), [психографическое шкалирование](#) и другие). Проводится в городах с населением 100 тыс.+
Годовая выборка: более 25 тыс. респондентов

[Подробнее >>>](#)

Тенденции:

- По России затраты на комплект школьной формы выросли на 5%
- В Москве тратить на школьную форму стали меньше (средние затраты сократились на 1000р.)
- В целом объем рынка школьной формы вырос на 9%, в 2016 году он оценивается в 8,5 млрд. руб. в год.
- Не все родители могут купить детям специализированную школьную форму

Объем рынка школьной формы, руб.



Источник: Ipsos Comcon, исследование [РосИндекс](#)
Выборка: Города 100+, опрос проводился среди родителей школьников

Контакт:

Третьякова Ольга • +7 (495) 502 98 98 • Olga.Tretyakova@ipsos.com
Ipsos Comcon • (495) 502 9898 • www.ipsos-comcon.ru

GAME CHANGERS

