

ОБЗОР СИТУАЦИИ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ ИГРУШЕК В ПЕРИОД КРИЗИСА

Общеизвестно, что игрушкам принадлежит важнейшая роль в развитии ребенка. Они являются материальной базой игр. От того, какие игры и игрушки окружают ребенка, во многом зависит его интеллектуальное и личностное развитие. Игрушки помогают ребенку познавать окружающий мир, приучают его к целенаправленной, осмысленной деятельности, развивают воображение, интуицию, формируют ценности, которые проявляются в виде любознательности, наблюдательности, любви к труду, побуждения к творчеству, интереса к технике, и т.п. Именно с помощью игрушек и игр ребенок наиболее естественно и непосредственно открывает для себя одну за другой сферы общечеловеческого знания, получает необходимую предметную информацию.

По данным [2], в России на первом месте в структуре продаж детских товаров находится одежда – 30–35%. Второе место занимают игры и игрушки – около 24%. Более 20% рынка – товары для новорожденных. На обувь приходится 9–10% (рис. 1).

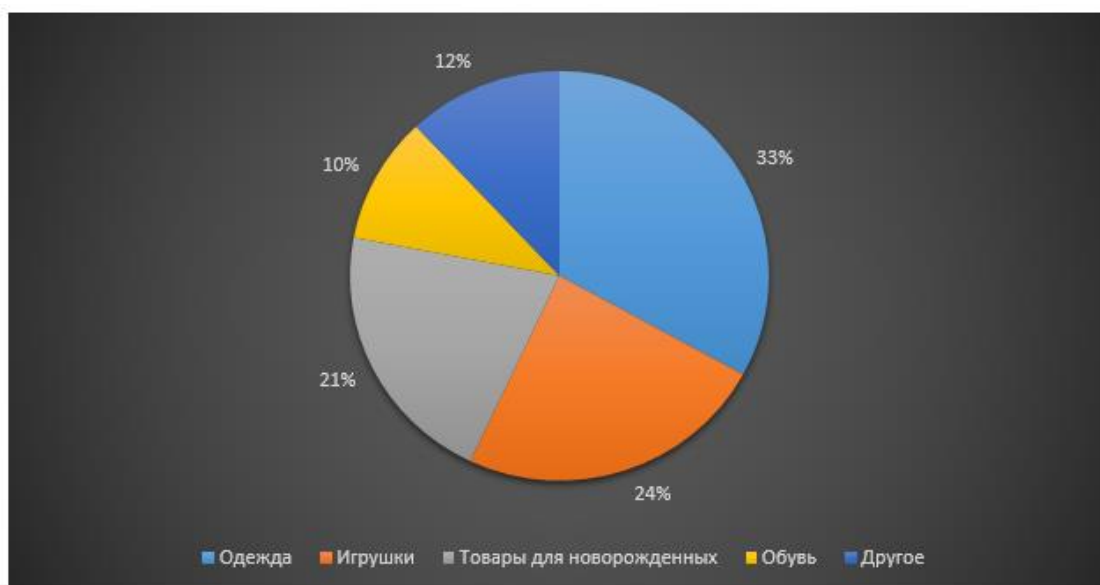


Рис. 1 Структура рынка детских товаров [1]

Сегмент детской одежды остается одним из наиболее быстрорастущих, его объем оценивается в 168 млрд рублей в денежном выражении. Он единственный из мужского, женского и детского показал положительный темп роста (+0,63%) [2]. Предпочтение отдается более долговечным и качественным товарам при желании сократить траты на частое обновление гардероба.

Сегменты детского питания, средств ухода и гигиены остаются в целом стабильными. Исключение составляют так называемые товары для удовольствия, то есть не относящиеся к категории первой необходимости – детские соки и пюре. Их потребление сократилось в 2016 году на 18,2% и 4% соответственно. Крупнейшая товарная категория – подгузники при росте цен в среднем на 14% показала прирост в 2016 году в 20% в натуральном выражении (рис 4).

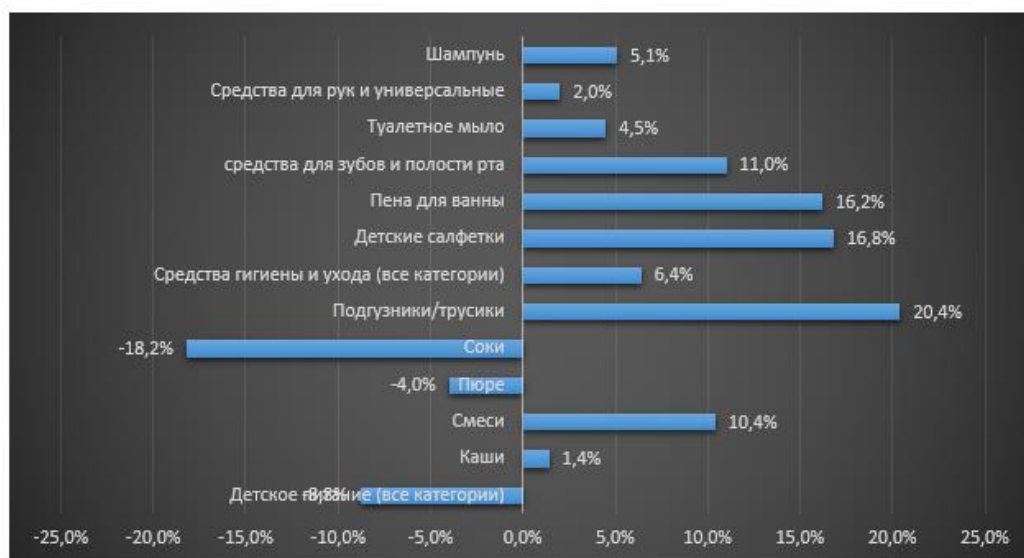


Рис. 2 Динамика рынка детских товаров в натуральном выражении по категориям в 2016 году (темп прироста к прошлому году), % [1].

Рынок детских товаров, в частности игрушек, достаточно устойчив к кризисным изменениям в экономике: спрос на продукцию снижается, но не так значительно, как на других рынках. Это обусловлено как нежеланием взрослых экономить на детях, так и достаточно большим количеством праздников в году (день рождения, Новый год, гендерные праздники, 1 сентября и др.). Развитие сетей продаж, достаточно невысокая стоимость игрушек и их недолговечность также поддерживают продажи на стабильно высоком уровне.

Надо отметить, что российский рынок детских игрушек в 2000-е годы был одним из самых быстрорастущих в Европе, его прирост составлял 15-18% ежегодно.

Тем не менее, из-за кризиса в 2013-2015 гг. платежеспособность населения упала. Как следствие, произошли некоторые изменения на рынке игрушек. В сегментах детской одежды и обуви наблюдалась стагнация, как и на всем фэшн-рынке. В настоящее время ситуация выглядит следующим образом: в денежном выражении сегменты «люкс» и «премиум» упали на 5-7%, сегменты «средний» и «средний плюс» выросли на те же 5-7%, а сегменты «эконом» и «масс-март» выросли на 20%. По итогам 2016 года

прирост оценивается всего на уровне 2%. В целом, объем сегмента игрушек оценивается примерно в 107 млрд рублей [1].

Более значительному падению рынка детских игрушек препятствует устойчивый рост рождаемости в РФ. Согласно Росстату, по сравнению с 2000 г. количество новорожденных возросло к настоящему моменту уже более чем на 50%. При этом пик рождаемости в XXI веке пришелся на 2014: родились 1,947 млн детей, что стало абсолютным рекордом в новой истории России [2].

Сегодня в Российской Федерации (с учетом территории Крыма) проживают более 24 млн детей (более 15% населения страны). Самая значительная группа – дети в возрасте до 4 лет – около 9 млн человек. Дети 5–9 лет составляют около 8 млн, 10–13 лет – более 5 млн, а подростки в возрасте 14–15 лет – более 2 млн человек [3].

Основными покупателями детских игрушек являются родители, имеющие детей от 0 до 6 лет. Меньше, родители с детьми 7-9 лет. Подростков игрушки интересуют меньше всего (рис. 2).



Рис. 3 Сегментация рынка детских игрушек по возрастному признаку [1]

40% детей 4-6 лет выбирают игрушки самостоятельно, 40% совместно с родителями, а 20% детей игрушки выбирают родители.

Самым крупным поставщиком детских товаров является Китай: 70% игрушек, представленных на национальном рынке. На 2м месте по производительности Европа: 20% игрушек. Российские производители: всего около 10% производимых детских игрушек [3].

Средняя стоимость игрушки в 2014 году составляла 491 рубль, в 2015 году – уже 610 рублей. Сократился ассортимент игрушек стоимостью до 120 рублей – с 31,0% до 15,9%; при этом, выросла доля игрушек стоимостью 300-780 рублей.[1] По данным продаж сети магазинов «Детский мир», средняя стоимость подарка-игрушки составляет 1268 рублей в ноябре - декабре 2016

г. Этот показатель вырос на 3,1% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года [4].

Как отмечает «Детский мир» [4], география оказывает большое влияние на потребительские настроения и предпочтения родителей. Так, средний чек наиболее значительно вырос в Нижнем Новгороде — на 8,8% до 1214 рублей. Самые щедрые родители живут в Краснодаре — средняя стоимость подарка здесь составляет 1420 рублей, что несколько выше общероссийского показателя. В Москве средняя стоимость игрушки также выше - 1276 руб. (+2,6%). Интересно, что в Санкт-Петербурге он ниже — 1162 руб., но динамика его роста (4%) выше столичного (табл.1).

Таблица 1

Изменение среднего чека на игрушки, руб. [4].

Средний чек	2015	2016	Изменение, %
В среднем по России	1229	1268	3,1%
Москва	1244	1276	2,6%
Санкт-Петербург	1118	1162	4,0%
Екатеринбург	1199	1229	2,4%
Казань	1201	1225	2,0%
Краснодар	1392	1420	2,0%
Нижний Новгород	1116	1214	8,8%
Новосибирск	1192	1206	1,2%

Наблюдается также высокая степень насыщенности рынка. На фоне этого многие торговые сети провели сокращение и оптимизацию ассортимента, оставив на полках только самые оборачиваемые позиции. Интересной тенденцией является повышение спроса на развивающие и образовательные игрушки – потребитель хочет получить от приобретаемой игрушки больше функций.

Ознакомившись с российским рынком детских игрушек, можно отметить, что в связи с кризисом рынок детских игрушек претерпел некоторые изменения. Из-за большой насыщенности сегмента товарами, с одной стороны, и снижения покупательской способности родителей, с другой стороны, многие сети производят оптимизацию товарных линеек. Она строится на результатах анализа поведения родителей, которые в силу обозначенных причин выбирают более экономичные и в тоже время долговечные товары.

Список литературы:

1. Обзор рынка детских товаров – URL: <http://www.openbusiness.ru/biz/business/obzor-rynka-detskikh-tovarov/>
2. Рынок детских товаров остается наиболее стабильным – URL: <https://www.retail.ru/articles/88989/>
3. Детские игрушки на рынке РФ – URL: http://www.petraline.ru/info/o_rynke_igrushek_rossii.html
4. Исследование ГК «Детский мир»: 28 млрд рублей потратят российские родители на детские игрушки к новогодним праздникам [Электронный ресурс]. – 2016. – Режим доступа <http://www.rdt-info.ru/2016120811770/issledovanie-gk-detskiy-mir-28-mlrd-rublej-potratyat-rossiyskie-roditeli-na-detskie-igrushki-k-novogodnim-prazdnikam.html>