

РОССИЙСКОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО
Том 20 • Номер 1 • январь 2019
ISSN 1994-6937
Russian Journal of Entrepreneurship
издательство Креативная экономика

# Тенденции и перспективы развития рынка игрушек

*Майорова Е.А.* [1]

[1] Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова, Москва, Россия

**АННОТАЦИЯ:**

Значение рынка игрушек обусловлено их влиянием на интеллектуальное и личностное развитие детей. Цель исследования – выявить тенденции и перспективы развития рынка игрушек в Российской Федерации. Результаты показали, что объем рынка игрушек и его доля на рынке детских товаров снижается; рост потребительских цен на игрушки, повышавшийся в 2014–2015 гг., в настоящее время замедлился либо прекратился; на рынке детских игрушек ожидается трансформация ассортимента, вызванная изменением возрастной структуры детей; в связи с сокращением доходов населения и рационализацией потребления на рынке игрушек активно развивается сегмент низких цен; увеличиваются продажи через интернет как детских товаров вообще, так и игрушек в частности. Наблюдавшаяся до 2016 г. тенденция роста доли лицензионной продукции в настоящее время не проявляется. Указанные изменения будут полезны предприятиям индустрии игрушек при управлении ассортиментом, ценообразованием и другими аспектами деятельности.

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:** рынок детских товаров, рынок игрушек, потребительские цены, доходы населения.

## Trends and prospects of the toy market

*Mayorova EA.* [1]

[1] Plekhanov Russian University of Economics, Russia

## Введение

ТР ТС 08/2001 определяет игрушку как «изделие или материал, предназначенные для игры ребенка (детей) в возрасте до 14 лет»[1]. Большое значение рынка игрушек обусловлено их влиянием на интеллектуальное и личностное развитие детей. На российском рынке детских товаров сегмент игрушек имеет долю 19%[2] и является третьим по значимости после товаров для новорожденных и одежды. Наибольшие темпы роста на российском рынке игрушек в 2018 г. демонстрируют продажи коллекционных наборов кукол, конструкторов, наборов для

[1] Технический регламент Таможенного союза ТР ТС 008/2011 «О безопасности игрушек» (утв. решение Комиссии таможенного союза от 23 сентября 2011 г. № 798, с изменениями на 17 марта 2017 г.)

[2] Russian Target Group Index, Ipsos Comcon, Годовой отчет ГК «Детский мир» за 2017 г. http://corp.detmir.ru/u/section_file/4588/detsky_mir-ar-2018.pdf

соревновательных игр, заводных машинок и наборов для научных экспериментов и опытов[1]. Эффективное управление ассортиментом, ценообразованием, маркетингом и прочими сферами деятельности предприятий, представляющих индустрию игрушек, требует знания рынка, тенденций и перспектив его развития. В этой связи цель статьи – выявить тенденции и перспективы развития рынка игрушек в Российской Федерации.

Полученные результаты и выводы основаны на исследованиях Russian Target Group Index, Ipsos Comcon, Data Insight, Nielsen Connected Commerce, RTD-Info, NPD Group, РБК, статистических данных Росстата, материалах Конгресса индустрии детских товаров и выставки «Мир детства», научных работах, посвященных как непосредственно рынку игрушек и детских товаров (Афанасьева Э.М. [2, 3] *(Afanaseva, 2014; Afanaseva, 2015)*, Еланская О.А. [6] *(Elanskaya, 2016)*, Керзина Е.А. и Маркова Д.С. [8] *(Kerzina, Markova, 2015)*, Мосная Д.В [12] *(Mosnaya, 2016)*), так и трендам российской розничной торговли в целом, распространяющимся на рынок игрушек (Алексейчева Е.Ю. [1] *(Alekseycheva, 2016)*, Брагин Л.А. и др. [4, 5] *(Bragin, Karaschuk, Nikishin A.F., 2017; Bragin, Krasilnikova, Mayorova, Nikishin, 2017)*, Кишко В.А. и др. [9, 10] *(Kishko, Malinin, Mayorova, 2017; Kishko, Matveeva, Mayorova, 2017)*, Куренкова В.П. [11] *(Kurenkova, 2015)*, Никишин А.Ф [13] *(Nikishin, 2010)*, Николаева Т.И., Урясьева Т.И. [14]

[1] RTD-Info. NPD Group: Игрушки по лицензии «Гарри Поттер» — лидеры праздничных продаж. http://rdt-info.ru/2018121914957/npd-group-igrushki-po-litsenzii-garri-potter-lidery-prazdnichnyh-prodazh.html

**ABSTRACT:**

The importance of the toy market is connected with their impact on the intellectual and personal development of children. The purpose of the study is to identify trends and prospects of development of the toy market in the Russian Federation. The results has shown that the volume of the toy market and its share in the market of children's goods is declining; the growth of consumer prices for toys, rising in 2014-2015, has now slowed or stopped; the market of children's toys is expected to transform the range, caused by changes in the age structure of children; in connection with the reduction of income and rationalization of consumption in the toy market is actively developing segment of low prices; the sales via the Internet as children's goods in general, and toys in particular are increased . The trend of growth of the share of licensed products observed until 2016 is not currently evident. These changes will be useful to the toy industry in the management of assortment, pricing and other aspects of activity.

**KEYWORDS:** children's goods market, toy market, consumer prices, income

**JEL Classification: L81, J11, R22** **Received: 21.01.2019 / Published: 31.01.2019**

© Author(s) / Publication: CREATIVE ECONOMY Publishers
For correspondence: Mayorova EA. (mayorova.ea@rea.ru)

**CITATION:**

Mayorova E.A. (2019) Tendentsii i perspektivy razvitiya rynka igrushek [Trends and prospects of the toy market]. Rossiyskoe predprinimatelstvo. 20. (1). – 197-206. doi: 10.18334/rp.20.1.39766

*(Nikolaeva, Uryaseva, 2016)*, Панасенко С.В. и др. [15] *(Panasenko, Stukalova, Mazunina, 2018)*, Рамазанов И.А. и др. [16] *(Ramazanov, Shalnova, Shvayko, 2017)*, Чернухина Г.Н. и Красильникова Е.А. [17] *(Chernukhina, Krasilnikova, 2017)*).

В результате были выявлены следующие тенденции и перспективы развития российского рынка детских игрушек.

## 1. Сокращение объема рынка игрушек и его доли на рынке детских товаров.

Несмотря на то, что в 2015–2017 гг. объем рынка детских товаров увеличивался примерно на 1% ежегодно, сегмент детских игрушек постепенно сокращался – как в абсолютном стоимостном, так и в относительном выражении (*рис. 1*). При этом темп снижения объема рынка игрушек замедляется: в 2016 г. он составил 95% по отношению к предыдущему году, в 2017 г. – 96%, в 2018 г. – предварительно 97%.

## 2. Снижение темпов роста потребительских цен.

В 2014–2015 гг. после введения западных экономических санкций и ответного продовольственного эмбарго на российском потребительском рынке в целом произошло увеличение цен. Несмотря на то, что на детские товары, включая игрушки, санкции не распространяются, цены на такие товары тоже возросли. Однако в 2016 г. рост цен на игрушки стал замедляться и в 2018 г. приблизился к 100%. *Рисунок 2* иллюстрирует указанные изменения на примере игрушек мягких, игрушек пластмассовых для детей ясельного возраста и конструктора детского пластмассового.

## 3. Трансформация ассортимента, вызванная изменением возрастной структуры детей.

В результате роста рождаемости, достигшей своего максимума в 2014–2015 гг., в последние годы численность детей увеличивалась, а в их структуре преобладали дети в возрасте от 0 до 4 лет. По среднему варианту прогноза Росстата, в последующие годы рождаемость в Российской Федерации будет снижаться. Соответственно, изменится возрастная структура детей – ожидается увеличение доли детей в возрасте от 5 до 9 лет, которая достигнет максимального значения (37%) в 2021–2022 гг., а затем начнет сокращаться, и увеличение доли детей в возрасте от 10 до 14 лет, которое продолжится до 2027–2028 гг., когда составит 39% (*рис. 3*).

**ОБ АВТОРЕ:**

***Майорова Елена Александровна,*** доцент кафедры торговой политики, кандидат экономических наук (mayorova.ea@rea.ru)

**ЦИТИРОВАТЬ СТАТЬЮ:**

Майорова Е.А. Тенденции и перспективы развития рынка игрушек // Российское предпринимательство. – 2019. – Том 20. – № 1. – С. 197-206. doi: 10.18334/rp.20.1.39766

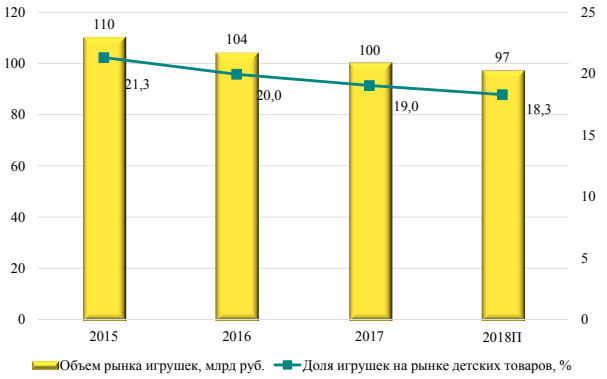



**Рисунок 1.** Изменение объема российского рынка игрушек
*Источник:* Построено на основе данных Russian Target Group Index, Ipsos Comcon, представленных в Годовом отчете ГК «Детский мир» за 2017 г. http://corp.detmir.ru/u/section_file/4588/detsky_mir-ar-2018.pdf




**Рисунок 2.** Темп роста средних потребительских цен на отдельные виды игрушек, в % к аналогичному периоду предыдущего года
*Источник:* построено на основе данных Росстата (www.gks.ru)

Изменение возрастной структуры населения приводит к изменению потребительского спроса, что в свою очередь вызывает необходимость уточнения торгового ассортимента [7] *(Karaschuk, Mayorova, 2018)*. Соответственно, изменение возрастной структуры детей повлияет на спрос на детские товары вообще и на игрушки в частности и вызовет трансформацию их ассортимента. Со снижением доли детей в возрасте

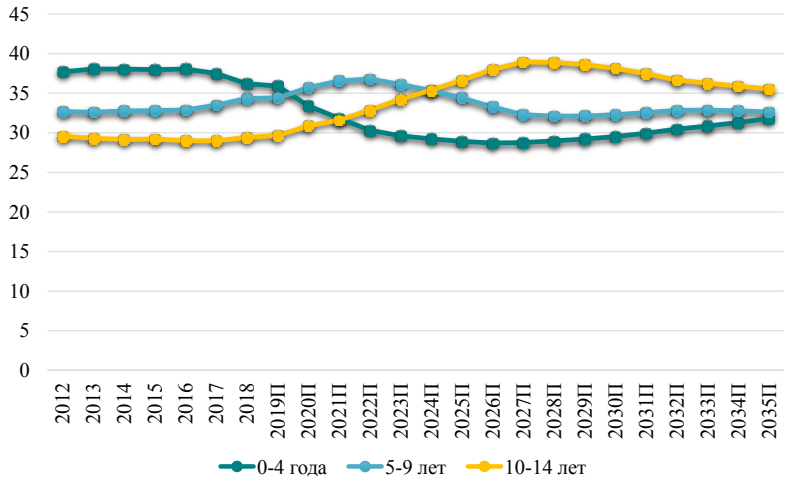



**Рисунок 3.** Изменение возрастной структуры детей в возрасте до 14 лет, %
*Источник:* построено на основе данных Росстата (www.gks.ru)

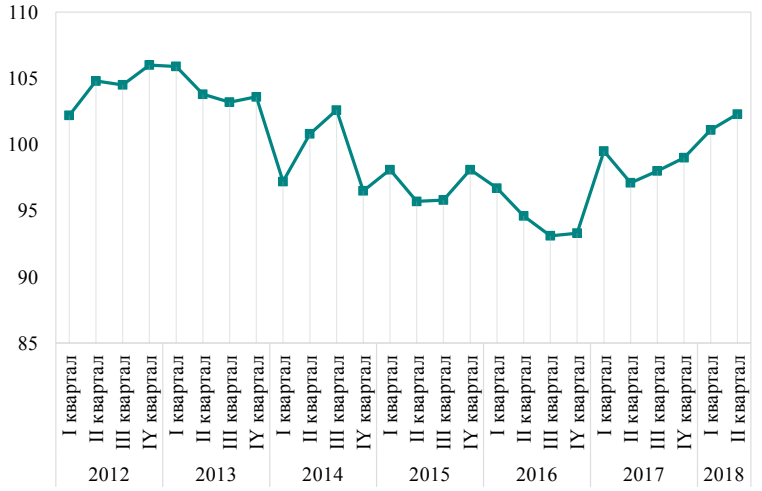



**Рисунок 4.** Изменение реальных располагаемых денежных доходов населения Российской Федерации, % к соответствующему периоду предыдущего года
*Источник:* построено на основе данных Росстата (www.gks.ru)

от 0 до 4 лет ожидается сокращение спроса и доли в ассортименте игрушек для новорожденных. С другой стороны, возрастет доля игрушек, предназначенных для детей 5–9 лет, а впоследствии – игрушек, предназначенных для детей 10–14 лет.

## 4. Развитие сегмента низких цен.

Спрос на детские игрушки изменяется в зависимости от доходов населения. После увеличения в 2012–2013 гг. реальные располагаемые денежные доходы российского населения начали сокращаться. В третьем и четвертом кварталах 2016 г. темп их роста относительно аналогичных кварталов 2015 г. незначительно превышал 93%. В 2017 г. снижение доходов российского населения замедлилось, а в 2018 г. прекратилось – по итогам первого и второго кварталов 2018 г. темп их роста составил 101,1% и 102,3% соответственно (*рис. 4*).

Снижение доходов способствовало переходу российского населения на сберегающую модель потребления. Сократилось число импульсивных покупок детских игрушек, повысился спрос на более дешевые игрушки, а также игрушки, бывшие в употреблении. Покупатели стали активнее пользоваться промоакциями. Рост доходов, начавшийся в первой половине 2018 г., на данный момент не позволяет вернуться к уровню докризисного периода. В этой связи в ближайшее время изменений в поведении потребителей в связи с ростом доходов не ожидается.

## 5. Развитие онлайн-торговли игрушками

Снижение доходов населения является одним из факторов, способствующих распространению онлайн-торговли игрушками и другими товарами для детей. По данным Data Insight, рост объема продаж детских товаров происходит за счет увеличения количества заказов даже при снижении среднего чека. Среди интернет-магазинов детских товаров на детских игрушках специализируются 34%. На их долю также приходится 27% заказов и 29% объема выручки[1]. По результатам опроса, проведенного Nielsen Connected Commerce в 2018 г., 19% потребителей покупали детские товары онлайн[2]. В настоящее время доля онлайн-продаж на российском рынке игрушек составляет 6–8% и стремительно увеличивается[3]. В интернет-торговле, в том числе детскими игрушками, повышается значение социальных сетей. Распространению онлайн-торговли игрушками и другими детскими товарами способствуют низкие цены, широкий ассортимент, удобство совершения покупки, а также распространение омниканальных продаж.

Значимым сегментом рынка игрушек являются лицензионные товары. В 2016 г. доля лицензионной продукции составляла 23% рынка игрушек, а ее увеличение счи-

[1] Онлайн-рынок детских товаров. Data Insight при поддержке RoboKassa. http://www.datainsight.ru/sites/default/files/DI-Children2017.pdf

[2] Покупатели перемещаются в онлайн: рост интернет-торговли в России в цифрах. Nielsen Connected Commerce. https://www.nielsen.com/ru/ru/insights/news/2018/pokupateli-peremeshchayutsya-v-onlayn-rost-internet-torgovli-v-rossii-v-cifrah.html

[3] RTD-Info. Ирина Седова, NPD Group: Что происходит на рынке детских игрушек. http://rdt-info.ru/2019011015023/irina-sedova-npd-group-chto-proishodit-na-rynke-detskih-igrushek.html

талось одним из трендов рынка[1]. Однако, по данным NPD Group, опубликованным РБК, с 2016 г. российский рынок лицензионных игрушек растет более медленно, чем рынок игрушек в целом[2]. В этой связи расширение сегмента лицензионных товаров в качестве самостоятельной тенденции не выделяется. Одной из причин прекращения роста доли лицензионной продукции также явилось снижение доходов населения и вызванная им рационализация потребления.

## Заключение

Результаты исследования позволили выявить следующие тенденции и перспективы развития российского рынка игрушек. Объем рынка игрушек и его доля на рынке детских товаров снижается. Рост потребительских цен на игрушки, повышавшийся в 2014–2015 гг., в настоящее время замедлился либо прекратился. На рынке детских игрушек ожидается трансформация ассортимента, вызванная изменением возрастной структуры детей. В связи с сокращением доходов населения и рационализацией потребления на рынке игрушек активно развивается сегмент низких цен. Увеличиваются продажи через интернет как детских товаров вообще, так и игрушек в частности. Наблюдавшаяся до 2016 г. тенденция роста доли лицензионной продукции в настоящее время не проявляется.

Указанные изменения необходимо учитывать предприятиям индустрии игрушек при управлении ассортиментом, ценообразованием и другими аспектами своей деятельности.

## ИСТОЧНИКИ:

1. Алексейчева Е.Ю. Основные тренды потребительского поведения в условиях кризиса // Экономика и предпринимательство. – 2016. – № 8(73). – с. 453-456.
2. Афанасьева Э.М. Перспективы развития интернет-торговли на российском рынке детских товаров // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. – 2014. – № 11-2. – с. 142-147.
3. Афанасьева Э.М. Современные тенденции развития российского рынка детских товаров // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. – 2015. – № 2(74). – с. 38.
4. Брагин Л.А., Каращук О.С., Никишин А.Ф. Развитие зоны обслуживания организаций торговли в современных условиях // Экономика и предпринимательство. – 2017. – № 10-2(87). – с. 474-477.
5. Брагин Л.А., Красильникова Е.А., Майорова Е.А., Никишин А.Ф. Интернет-

[1]RTD-Info. Объем рынка игрушек в России в денежном выражении составляет 54 миллиарда рублей. http://rdt-info.ru/2017071112515/ob-em-rynka-igrushek-v-rossii-v-denezhnom-vyrazhenii-sostavlyaet-54-milliarda-rubley.html

[2] РБК. Аналитики назвали самые продаваемые лицензионные игрушки за три года. https://www.rbc.ru/society/24/08/2018/5b7fddb89a79479f13d8e2ca

технологии в организации торговли в современных жилых комплексах // Экономика и предпринимательство. – 2017. – № 9-4(86). – с. 1188-1190.
6. Еланская О.А. Состояние и направления развития отечественного рынка детских игрушек // Science Time. – 2016. – № 3(27). – с. 166-170.
7. Каращук О.С., Майорова Е.А. Поколения потребителей и их влияние на ассортимент в торговле // Российское предпринимательство. – 2018. – № 11. – с. 3335-3346.
8. Керзина Е.А., Маркова Д.С. Модель поведения потребителей на рынке деревянных игрушек (на примере г. Перми) // Евразийский союз ученых. – 2015. – № 10-5(19). – с. 69-75.
9. Кишко В.А., Малинин С.А., Майорова А.Н. Стратегические аспекты развития торговли в Российской Федерации // Экономика и предпринимательство. – 2017. – № 12-2(89). – с. 159-163.
10. Кишко В.А., Матвеева С.В., Майорова А.Н. Формирование конкурентоспособности розничной торговой организации // Экономика и предпринимательство. – 2017. – № 8-3(85). – с. 1189-1193.
11. Куренкова В.П. Торговля России: регулирование и саморегулирование в условиях рынка // Российское предпринимательство. – 2015. – № 11. – с. 1542-1556. – doi: 10.18334/rp.16.11.236.
12. Мосная Д.В. Современные тенденции развития российского рынка детских товаров // Экономика и предпринимательство. – 2016. – № 5(70). – с. 315-318.
13. Никишин А.Ф. Пути увеличения продаж торгового предприятия в условиях кризиса // Проблемы экономики. – 2010. – № 3. – с. 57-59.
14. Николаева Т.И., Урясьева Т.И. Пути повышения эффективности и укрепления рыночной позиции специализированных магазинов // Торгово-экономический журнал. – 2016. – № 3. – с. 223-238. – doi: 10.18334/tezh.3.3.36949.
15. Панасенко С.В., Стукалова И.Б., Мазунина Т.А. Направления развития современной розничной торговли // Российское предпринимательство. – 2018. – № 3. – с. 599-608. – doi: 10.18334/rp.19.3.38818.
16. Рамазанов И.А., Шальнова О.А., Швайко В.В. Поведение покупателей в эпоху глобальных рынков и новых информационных технологий // Маркетинг в России и за рубежом. – 2017. – № 2. – с. 31-41.
17. Чернухина Г.Н., Красильникова Е.А. Влияние современных тенденций развития розничной торговли на изменение конъюнктуры потребительского рынка // Современная конкуренция. – 2017. – № 2(62). – с. 64-71.

## REFERENCES:

Afanaseva E.M. (2014). *Perspektivy razvitiya internet-torgovli na rossiyskom rynke detskikh tovarov* [Prospects of development of Internet trade in the Russian market of children's goods]. *Humanities, socio-economic and social sciences*. (11-2). 142-147. (in Russian).

Afanaseva E.M. (2015). *Sovremennye tendentsii razvitiya rossiyskogo rynka detskikh tovarov* [Current trends in the development of the Russian market of children's goods]. *Management of economic systems: scientific electronic journal.* (2(74)). 38. (in Russian).

Alekseycheva E.Yu. (2016). *Osnovnye trendy potrebitelskogo povedeniya v usloviyakh krizisa* [The main trends of consumer behavior in a crisis]. *Journal of Economy and Entrepreneurship*. (8(73)). 453-456. (in Russian).

Bragin L.A., Karaschuk O.S., Nikishin A.F. (2017). *Razvitie zony obsluzhivaniya organizatsiy torgovli v sovremennyh usloviyakh* [Development of a service area for trade organizations in modern conditions].*Journal of Economy and Entrepreneurship*. (10-2(87)). 474-477. (in Russian).

Bragin L.A., Krasilnikova E.A., Mayorova E.A., Nikishin A.F. (2017). *Internet-tekhnologii v organizatsii torgovli v sovremennyh zhilyh kompleksakh* [Internet technologies in the organization of trade in modern residential complexes]. *Journal of Economy and Entrepreneurship*. (9-4(86)). 1188-1190. (in Russian).

Chernukhina G.N., Krasilnikova E.A. (2017). *Vliyanie sovremennyh tendentsiy razvitiya roznichnoy torgovli na izmenenie konyunktury potrebitelskogo rynka* [Influence of current trends of development of retail on change of the conjuncture of the consumer market]. *Modern competition. 11* (2(62)). 64-71. (in Russian).

Elanskaya O.A. (2016). *Sostoyanie i napravleniya razvitiya otechestvennogo rynka detskikh igrushek* [State and directions of development of the domestic market of children's toys]. *Science Time*. (3(27)). 166-170. (in Russian).

Karaschuk O.S., Mayorova E.A. (2018). *Pokoleniya potrebiteley i ikh vliyanie na assortiment v torgovle*[Generations of consumers and their influence on the range in trade]. *Russian Journal of Entrepreneurship. 19* (11). 3335-3346. (in Russian).

Kerzina E.A., Markova D.S. (2015). *Model povedeniya potrebiteley na rynke derevyannyh igrushek (na primere g. Permi)* [Model of consumer behavior in the market of wooden toys (on the example of Perm)].*Eurasian Union of Scientists*. (10-5(19)). 69-75. (in Russian).

Kishko V.A., Malinin S.A., Mayorova A.N. (2017). *Strategicheskie aspekty razvitiya torgovli v Rossiyskoy Federatsii* [Strategic aspects of trade development in the Russian Federation]. *Journal of Economy and Entrepreneurship*. (12-2(89)). 159-163. (in Russian).

Kishko V.A., Matveeva S.V., Mayorova A.N. (2017). *Formirovanie konkurentosposobnosti roznichnoy torgovoy organizatsii* [Formation of competitiveness of the retail organization]. *Journal of Economy and Entrepreneurship*. (8-3(85)). 1189-1193. (in Russian).

Kurenkova V.P. (2015). *Torgovlya Rossii: regulirovanie i samoregulirovanie v usloviyakh rynka* [Trade in Russia: regulation and self-regulation in the market conditions]. *Russian Journal of Entrepreneurship*. *16*(11). 1542-1556. (in Russian). doi: 10.18334/rp.16.11.236.

Mosnaya D.V. (2016). *Covremennye tendentsii razvitiya rossiyskogo rynka detskikh tovarov* [Current trends in the development of the Russian market of children's goods]. *Journal of Economy and Entrepreneurship*. (5(70)). 315-318. (in Russian).

Nikishin A.F. (2010). *Puti uvelicheniya prodazh torgovogo predpriyatiya v usloviyakh krizisa* [Ways to increase sales of commercial enterprises in the crisis]. *The problems of Economy*. (3). 57-59. (in Russian).

Nikolaeva T.I., Uryaseva T.I. (2016). *Puti povysheniya effektivnosti i ukrepleniya rynochnoy pozitsii spetsializirovannyh magazinov* [Ways of Enhancing the Effectiveness and Strengthening the Market Position of Specialized Shops]. *Russian Journal of Retail Management*. *3* (3). 223-238. (in Russian). doi: 10.18334/tezh.3.3.36949.

Panasenko S.V., Stukalova I.B., Mazunina T.A. (2018). *Napravleniya razvitiya sovremennoy roznichnoy torgovli*[Directions of modern retail trade]. *Russian Journal of Entrepreneurship*. *19* (3). 599-608. (in Russian). doi: 10.18334/rp.19.3.38818.

Ramazanov I.A., Shalnova O.A., Shvayko V.V. (2017). *Povedenie pokupateley v epokhu globalnyh rynkov i novyh informatsionnyh tekhnologiy* [Customers behavior in the era of global markets and new information technologies]. *Journal of Marketing in Russia and Abroad*. (2). 31-41. (in Russian).