

Специалисты оценивают емкость российского рынка игрушек в \$450 млн. До кризиса эта цифра была еще больше. Однако стабильный прирост в 25 % каждый год позволяет прогнозировать возвращение к прежним показателям в течение ближайших 1,5-2 лет. Совокупный размер рынка мягкой игрушки и кукол составляет 40 % от общего объема. Причем именно мягкие игрушки составляют наибольший сегмент «игрушечного» рынка.

Эксперты объясняют это тем, что игрушки из текстиля являются универсальным подарком для детей и взрослых. Большая часть игрушечных изделий приобретается родителями детей в возрасте до пяти-шести лет (около 85 % таких семей покупают игрушки минимум один раз в три месяца). Также, согласно исследованиям, почти половина детей в возрасте 4-7 лет выбирают игрушки самостоятельно, около 40 % - совместно с родными и в оставшихся случаях решение о покупке той или иной игрушки принимают сами родители без участия детей. Из соображений безопасности мягкие игрушки не рекомендуется давать детям младше трех лет, поэтому (а также по причине менее жестких требований к сертификации) эти товары позиционируются для старшей возрастной категории.

Однако по данным социологических опросов, 29 % родителей все же покупают или покупали игрушки для детей младше трех лет. Несколько реже мягкие игрушки покупают родители младших школьников. Подростки же практически не интересуются такой продукцией. Рынок мягкой игрушки особенно сильно зависит от уровня рождаемости, ведь дети младшего возраста являются наиболее активными потребителями этой продукции.

В отличие от стран Европейского сообщества, российский рынок игрушек развивается самыми стремительными темпами, что связано с ростом доходов потребителей и, соответственно, повышением расходов на товары не первой необходимости. Одновременно с этим эксперты отмечают и другую тенденцию: потребительский спрос постепенно смещается из сферы дешевых товаров (в основном, китайского производства) в сегмент высококачественных дорогих игрушек (российских и западных производителей). Изменения в покупательских предпочтениях привели к тому, что отечественные производители мягкой игрушки стали больше внимания уделять качеству и дизайну своей продукции. В результате они могут конкурировать с западными производителями.

По данным маркетинговых исследований, ведущими российскими производителями игрушек в широком ассортименте являются ОАО АК «Весна», ЗАО «Кругозор», ОАО «Звезда», завод игрушек «Огонек». Всего же в нашей стране насчитывается около пятидесяти относительно крупных производителей. Однако отечественные компании занимают всего 20 % этого рынка, оставшаяся доля принадлежит производителям из Китая и стран Западной Европы и Америки.

Конкуренция на рынке мягких игрушек высока. Однако спрос на игрушки также растет. В ближайшие несколько лет, по прогнозам специалистов, его рост составит около 25 % в год. Поэтому даже у молодых небольших компаний пока еще есть шанс найти свою нишу. Ассортимент такой продукции достаточно разнообразен –

от самых простых до дизайнерских, от «карманных» вариантов до гигантских игрушек. Особой популярностью пользуются так называемые экологичные игрушки, которые производятся исключительно из натуральных материалов и позиционируются как полностью безопасные и экологически чистые. Для малышек чаще всего покупают обычные игрушки без дополнительных функций, для детей постарше – интерактивные игрушки, которые умеют разговаривать, двигаться и даже реагировать на слова.

Есть игрушки, которые, на первый взгляд, не обладают большим функционалом, но при грамотном продвижении становятся лидерами продаж. Ярким примером такого продукта может стать игрушка для сна под названием Hug and Dream Minnie Mouse, которая была выпущена японским производителем Takara Tomy. Плюшевая игрушка в виде мышки снабжена устройством, которое воспроизводит звук дыхания спящего человека, и предназначена для расслабления и облегчения процесса отхода ко сну как для детей, так и для взрослых.

В принципе, сама по себе игрушка Takara Tomy не представляет собой ничего особенного. Уже давно существуют мягкие игрушки в виде детенышей животных, которые «спят», издавая характерные посапывающие звуки. Однако Hug and Dream Minnie Mouse отличается от других аналогичных продуктов тем, что под ее разработку была подведена целая научная база. Компания-производитель даже консультировалась со специалистами по когнитивным и дыхательным процессам, которые дали научное обоснование пользы таких игрушек.

Расходы на организацию производства мягких игрушек зависят от того, какой товар вы будете производить и в каком количестве. Если речь идет о большом объеме, необходимо будет приобрести специальное оборудование: промышленные швейные машины, вышивальные машины, оборудование для набивки. Стоимость одной швейной машины начинается от 30 тысяч рублей. Оборудование для набивки обойдется раз в десять дороже.

Мелкие фирмы, которые производят штучные дизайнерские игрушки или ограниченное количество видов продукции, передают заказы сторонним фабрикам (в России или реже в Китае), швеям, которые работают дома или в небольшом цехе. В последнем случае игрушки шьются на обычных бытовых швейных машинах и набиваются вручную. Стоят они, конечно, несколько дороже продукции, которая производится в промышленных объемах.

Кроме оборудования, другая существенная статья расходов – закупка фурнитуры и сырья. Для первой партии расходы составят около 100 тысяч рублей. Ткань, материал для набивки (синтепон, холофайбер, гранулят) и фурнитуру лучше покупать в оптовых компаниях. Обратите внимание на то, чтобы у вашего поставщика были все необходимые документы на материалы.

Для организации небольшого цеха по пошиву игрушек достаточно помещения площадью 20-25 кв. метров. Если же вы намерены открывать целую фабрику, в этом случае потребуется минимум 55-60 кв. метров, а также отдельные помещения для

хранения готовой продукции и сырья. Кроме того, скорее всего вам понадобится отдельно расположенный офис, где будут работать дизайнеры, секретарь, менеджеры по закупкам и продажам, бухгалтер. Впрочем, небольшие фирмы прекрасно обходятся и без офиса, а все вышеперечисленные сотрудники работают удаленно, встречаясь лишь по мере необходимости.

Если вы решите выпускать мягкие игрушки по мотивам мультфильмов, сериалов, кинофильмов и пр., то вам придется получить у правообладателя специальную лицензию на производство такого товара. Ее стоимость может быть весьма высокой. Также, независимо от того такие игрушки вы будете изготавливать и для кого они предназначены, ваша продукция должна быть сертифицирована.

Получение сертификата соответствия по системе ГОСТ Р на игрушки является обязательной процедурой для всех производителей, которые собираются реализовывать свою продукцию. Для оформления этого документа сначала необходимо выбрать орган сертификации, который должен быть аккредитован на подобную деятельность и иметь официально подтвержденное право выдавать сертификаты. Затем предприниматель составляет заявку по установленной форме и подает ее в орган сертификации с комплектом документов, куда входят: учредительные документы производителя продукции (свидетельство ОГРН и свидетельство ИНН); нормативные документы, описывающие производственный процесс (ГОСТ или Технические условия); документ, подтверждающий факт аренды производственных помещений или право собственности на них; сертификаты соответствия на материалы, из которых состоят

игрушки, и разрешение СЭС (желательно). Обратите внимание: точный список документов может различаться, поэтому уточните этот вопрос в организации, которая занимается сертификацией в вашем регионе.

Самый важный и ответственный этап работы по созданию мягкой игрушки, от которого зависит, будет ли она пользоваться популярностью среди покупателей, является разработка дизайна изделия. Предварительно определите возрастную аудиторию вашей будущей игрушки, изучите ассортимент других производителей (российских и зарубежных), проконсультируйтесь с психологами и педагогами, особенно если ваша продукция предназначена для детей дошкольного возраста. После составления эскиза и пошива образца не забудьте также узнать мнение о нем у взрослых людей, ведь в результате именно они принимают решение о покупке.

У каждой крупной компании есть собственный фирменный стиль. Одни стараются делать игрушки, максимально похожие на настоящих животных или героев мультипликационных фильмов (такие игрушки предназначены, в первую очередь, для детей), другие создают забавных и смешных игрушечных персонажей, придумывая для каждого из них отдельную историю. Чем меньше фирма-производитель, тем уже ассортимент выпускаемой ею продукции, тем больше внимания она уделяет эмоциональной составляющей своих товаров. Некоторые даже выпускают целые книги с веселыми историями о своих игрушках.

Особую нишу сувенирной и подарочной продукции занимают стилизованные фольклорные и народные игрушки и игрушки, изготавливаемые на заказ в единичном экземпляре или ограниченном тиражом в количестве нескольких штук.

Дополнительным источником дохода может стать производство наборов для изготовления мягких игрушек своими руками (так называемые детские наборы для творчества), пальчиковых игрушек, игрушек для кукольного театра, специализированных игрушек для педагогов и врачей (такие, например, используют в своей работе детские логопеды).

Так как при выборе игрушки покупатель, прежде всего, обращает внимание на ее внешний вид, а лишь потом на другие характеристики (качество материала, пошива, наличие сертификатов, упаковку), следовательно, успех вашего бизнеса во многом зависит от квалификации и вкуса дизайнеров, которые у вас работают. К сожалению, найти хороших специалистов совсем непросто. Многие известные художники и дизайнеры уехали за границу или давно сотрудничают с ведущими производителями игрушек. Нехватка квалифицированных кадров обусловлена тем, что в нашей стране существует очень мало профильных учебных заведений, которые занимаются их подготовкой. На многих российских фабриках эскизы будущих игрушек до сих пор разрабатывают люди, не имеющие специального образования. Иногда такие обязанности берут на себя даже сами директора предприятий.

К сожалению, это не лучшим образом сказывается на внешнем виде игрушек. Существует два варианта решения проблемы нехватки кадров: заказывать разработку новых игрушек у

независимых дизайнеров (что стоит очень дорого и не всегда оправданно) или же нанимать на работу молодых людей, имеющих хорошие художественные навыки и задатки, и обучать их всему самостоятельно. В последнем случае на обучение уйдет немало средств и времени, и всегда есть риск, что работник, на подготовку которого вы потратили так много сил, рано или поздно уйдет в другую компанию. Некоторые предприниматели предпочитают приобретать права на выпуск игрушек по рисункам независимых художников, которых они находят в интернете. На основе эскиза составляются лекала, по которым впоследствии раскраивается и шьется игрушка.

Не стоит забывать о том, что потребители при выборе мягкой игрушки обращают внимание и на имя производителя и/или торговую марку. Именно этот фактор является решающим при выборе. Поэтому российские и западные компании активно проводят рекламные кампании, чтобы сделать свои бренды узнаваемыми среди покупателей. При продвижении своей продукции производители ориентируются, прежде всего, на детскую аудиторию, среди которой особой популярностью пользуется реклама продуктов питания и игрушек.

В первую очередь это касается телевизионной рекламы. Если ваш продукт предназначен для дошкольников, то он должен соответствовать нескольким важным требованиям. Игрушки для аудитории такого возраста должны быть красочными, изготовленными из безопасных гипоаллергенных материалов. Дети предпочитают приобретать игрушки в виде персонажей любимых сказок и мультфильмов (очень важно следить за спросом и постоянно расширять свой ассортимент) или же, как



уже упоминалось выше, в виде героев оригинальных интересных историй.

Все рекламные и промо-материалы, начиная с ярлычков и упаковки и заканчивая листовками и каталогами, должны иметь яркий запоминающийся дизайн с красивыми рисунками. Некоторые западные производители даже размещают на упаковке примеры художественных набросков, на основании которых был разработан дизайн той или иной игрушки. Особенно это актуально в том случае, если ваши игрушки предназначены не только для детей, но и для взрослых (в том числе и коллекционеров). Реклама на телевидении стоит очень дорого, и не каждая, даже крупная, компания может себе позволить такие расходы. Однако промо- и PR -акции должны стать одной из главных составляющих программы продвижения вашей продукции. Многие производители игрушек принимают активное участие в различных благотворительных акциях, проводят конкурсы, рекламируются в интернете.

При планировании рекламных кампаний учитывайте тот факт, что мягкая игрушка относится к сезонным товарам. Пик продаж приходится на новогодние праздники и 8 марта, независимо от того, предназначен ваш продукт для детской или взрослой аудитории. Летом такой товар практически не пользуется спросом, поэтому этот сезон производители используют для модернизации и отладки своего оборудования, разработки новых коллекций, планирования акций и пр. С августа-сентября объем продаж постепенно увеличивается, в основном, за счет оптовых компаний, которые начинают готовиться к новому году.

Можно реализовывать мягкие игрушки и напрямую – через детские и сувенирные магазины, крупные торговые сети, рынки. У продукции молодых компаний практически нет шансов попасть на полки супермаркетов, где преобладают игрушки западных брендов, поэтому они ищут другие способы увеличения продаж. Эксклюзивные авторские игрушки с успехом продаются через интернет-магазины и группы в социальных сетях.

Кроме того, они пользуются большим спросом среди пользователей многочисленных проектов по типу совместных закупок. Это хорошая возможность для небольших фирм найти первых клиентов и продавать мелкооптовые партии своей продукции. Тем более что основная аудитория сайтов совместных закупок – это мамы детей дошкольного и младшего школьного возраста.

Как утверждают предприниматели, которые работают в сфере производства мягкой игрушки, этот бизнес отличается высокой рентабельностью. Он не требует больших расходов. Минимальный комплект подержанного оборудования для небольшого производства, аренда помещений, оформление всех необходимых документов (регистрация юридического лица и получение сертификатов соответствия) – на все это потребуется около 300 тысяч рублей.

Конечно, если вы собираетесь открывать целую фабрику для производства мягких игрушек, расходы будут намного больше.

Наценка даже для оптовой цены составляет на такую продукцию свыше 100 %. Сырье и фурнитуру можно приобрести у отечественных производителей. Высокая рентабельность и небольшие первоначальные затраты позволяют производителям мягких игрушек быстро выйти на уровень самоокупаемости. Зачастую уже через год работы предприятие начинает приносить стабильную прибыль (при наличии отлаженной системы сбыта готовой продукции).