

эксперты



Юрий Кузьмичев руководитель нижегородского «Магазина Готового Бизнеса»



Марат Закеров владелец сети «Мама+Я»

По информации компании «Детский мир – Центр», рынок детских товаров ежегодно растет на 15-20%. Он далек от насыщения игроками, а некоторые сегменты (в частности, «премиум») практически пустуют.

Гипермаркеты сетям не помеха

Согласно подсчетам экспертов, объем российского рынка товаров для детей в денежном выражении сегодня составляет \$6 млрд., из которых около \$1,3 млрд. приходится на Москву. Структура продаж во всех городах-миллионниках (в том числе, и в Нижнем Новгороде) одинакова: 60% продаж приходится на рынки, 10% – на мелкие магазины, 30% занимает специализированная розница. Последняя в Нижнем Новгороде представлена федеральными и местными игроками: «Детский мир», «Бегемот», «Кенгуру», «Насяня», «Мама+Я», «Алина».

По данным руководителя «Магазина Готового Бизнеса» Юрия Кузьмичева, рынок детских товаров в Нижегородской области за последние два года увеличил свою емкость в полтора–два раза. «Рынок еще находится в стадии формирования. Все ниши, начиная от одежды и игрушек средней ценовой категории, заканчивая детскими товарами высшей ценовой категории, не заполнены», - подчеркнул г-н Кузьмичев. В свою очередь, Марат Закеров, владелец сети «Мама+Я», отметил, что в последние два года рынок пополнился неспециализированными игроками — гипермаркетами «Метро», «Реал», «Лента», где также представлены детские товары. Однако, несмотря на это, доходы местных и столичных сетей, а также индивидуальных предпринимателей, реализующих товары для маленьких нижегородцев, продолжают расти.

Битва за премиум-сегмент началась

Самым пустующим сегментом рынка детских товаров эксперты считают сегмент «премиум». Пока в этой нише работает только столичная сеть «Кенгуру». По утверждению генерального директора сети «Кенгуру» в Нижнем Новгороде Надежды Райко, премиальные товары у горожан в последние два-три года становятся все более востребованными. Поэтому к федералам планируют присоединиться и местные сети. Марат Закеров: «Рынок пока очень емкий. Успешны практически все магазины во всех нишах. Премиум-сегмент пустует, и мы, конечно же, делаем ставку на него».

Как заметила Надежда Райко, если и говорить о какой-то конкуренции в премиум-сегменте, то речь пойдет только о конкуренции со столичными бутиками: «Преимущество Москвы — в широте выбора и возможности приобрести эксклюзивные бренды или коллекции, не представленные в Нижнем Новгороде. Мы стараемся не отставать, так как покупатели становятся все более требовательными к ассортименту, представленному в магазинах, позиционирующихся как «премиум-класс».



Рынок прирастает за счет франшиз

«Рынок детских товаров сейчас находится в фазе бурного роста и активных изменений по всей стране. Если до недавнего времени у нас в регионе торговали игрушками оптом до 10 фирм, то в ближайшее время их количество, возможно, сократится за счет полного закрытия или репрофилирования», - рассказал Игорь Кашенин, директор гипермаркета «Бегемот». Закрытие крупных оптовиков региона связано с бурным развитием сетей. Оно происходит двумя способами: это либо открытие собственных магазинов, но чаще – открытие с использованием франчайзинга (например, магазин «Оранжевый слон»). Если говорить о малом бизнесе в сфере продаж детских товаров, то здесь предприниматели конкурируют за счет интернет-продаж. Они слабо освоены крупными сетями и приносят отличный доход. Так, например, магазин «Филиппок» продает через Интернет высококачественные развивающие игры отечественного производства. «Когда создавался наш магазин, то мы рассчитывали, что он будет функционировать только в Нижнем Новгороде и области. Но самый первый заказ был из Москвы. Сейчас территорией нашей деятельности является вся Россия, ближнее и дальнее зарубежье, в том числе Германия, Америка, Франция. Был один заказ из Индонезии на кубики Никитиных «Сложи узор». Нашими клиентами являются родители, детские дошкольные и школьные учреждения», – рассказывает Татьяна Видяева, директор Интернет-магазина «Филиппок». Успех Интернет-продаж детских товаров г-жа Видяева связывает с широкими обучающими возможностями сети, а также с возможностью предварительного продвижения товара предпринимателями.

На заметку предпринимателю

5 фактов о рынке детских товаров

1. Эксперты прогнозируют рост рынка на 20% ежегодно в течение ближайших лет.
2. Производители расширяют ассортимент «взрослых» товаров продукцией для детей.
3. Изменились предпочтения и стиль покупок детской продукции. Уже сейчас при выборе товара все более важными становятся известность бренда и места продаж.
4. Соотношение мест покупок детских товаров изменится в пользу цивилизованной розничной торговли. По прогнозам специалистов, спрос на товары и услуги цивилизованной «детской» розницы в ближайшие годы увеличится в два-три раза.
5. Рынок детских товаров - один из самых перспективных в России для вхождения на него как крупного, так и мелкого бизнеса.