

*Барсукова Анастасия Евгеньевна  
студентка 3 курса бакалавриата  
Нижегородский государственный педагогический университет им. К.  
Минина,  
Россия, г. Нижний Новгород  
e-mail: anlakalina@yandex.ru*

## **ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА ТОВАРОВ ДЛЯ ДЕТЕЙ В РОССИИ**

***Аннотация:** Рынок детских товаров на сегодняшний день является одной частью экономики динамично развивающейся в Российской Федерации, несмотря на падение рождаемости. В статье рассмотрены основные факторы, которые оказывают положительное влияние на данный сегмент, и направления рынка развития детских товаров.*

**Ключевые слова:** детские товары, рынок детских товаров, розничная торговля, тенденции развития рынка, рождаемость, предпочтения покупателей.

*Barsukova Anastasia Evgenievna  
3rd year bachelor student  
Nizhny Novgorod State Pedagogical University named after K. Minina,  
Russia, Nizhny Novgorod*

## **PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF THE MARKET OF GOODS FOR CHILDREN IN RUSSIA**

***Abstract:** The market of children's goods is currently one part of the dynamically developing economy in the Russian Federation, despite the fall in the birth rate. The article considers the main factors that have a positive impact on this segment, and the directions of the market for the development of children's goods.*

**Keywords:** children's goods, children's goods market, retail, market trends, fertility, customer preferences.

На сегодняшний день российский рынок детских товаров является одним из наиболее разнообразных и динамично развивающихся, несмотря на присутствие негативных факторов. Целесообразно отметить, что на развитие данного сегмента торговли в первую очередь оказывает влияние именно демографическая ситуация - как правило, с ростом доли детей растут и объемы продаж детских товаров [1]. Однако с другой стороны, именно данная ниша

очень чутко реагирует на демографические изменения. В случае, если начинает рождаться меньше детей, то, соответственно, и покупать товары для малышей начинают меньше, а отсюда и падение объемов рынка детских товаров. Так, согласно данным федеральной службы государственной статистики, с 2018 года наблюдается тенденция сокращения детей в возрасте от 0 до 4 лет. Однако стоит отметить, что число детей в группах от 5 до 9 возрастает. Так, прирост в 2020 году по сравнению с 2014 годом составил 21% и в категории с 10 до 14 лет на 18%. Вероятно, за счет расширения последних двух категорий не будет сильного падения объема рынка детских товаров. Следующая немаловажная тенденция, которая сегодня наблюдается в России – снижение реальных денежных доходов населения. Кроме того, учитывая ситуацию прошлого, 2020 года, необходимо отметить, что сокращение продолжится, поскольку, в связи с распространением коронавирусной инфекции многие предприятия были закрыты и, более того, часть из них так и не смогла открыться, что в первую очередь говорит о повышении числа безработных. Это ведет к снижению спроса на многие товарные группы. Важно проанализировать, на какие именно детские товары снизится спрос. Около 59% Россиян в настоящее время при выборе различного рода детских товаров смотрят практически в первую очередь на скидки и акции, за счет которых можно было бы сэкономить. Также, следует отметить, что сегодня родители совершают все меньше спонтанных покупок. Неуклонное снижение реальных денежных доходов «заставило» родителей быть более рациональными, продуманными и в то же время спланированными при выборе товаров, теперь они все больше выбирают товары, исходя из соотношения цена-качество. Рассуждая на тему того, что же ждет рынок детских товаров, в какую сторону будет двигаться данный сегмент. Вот несколько предположений: в будущем малый бизнес все-таки будет вытеснен с рынка более крупными игроками, и, на мой взгляд, покупатели могут поспособствовать этому, что также показано в работах ряда ученых [2]. Следующее, что необходимо сказать, - то, что потенциал к росту у рынка детских товаров все-таки остается, рынку есть куда расти в будущем несмотря на начавшееся снижение рождаемости. Также

предполагается всплеск трат на детские товары в конце 2020 – начале 2021 года ввиду единовременных выплат на детей до 8 лет. Конечно, здесь следует отметить, за счет чего именно будет осуществляться рост рынка детских товаров. Как было отмечено ранее, продажи в сегменте товаров для новорожденных снизятся, но ведь есть и другие категории детей. Ряд исследователей отмечают, что в семье по-прежнему детские товары относятся к приоритетным расходам и лояльность к брендам на детском рынке максимально высока. Это говорит о том, что в любой ситуации население будет продолжать тратить денежные средства на покупку товаров для детей [3]. В завершение необходимо сказать и о том, что сегодняшнее поколение Z довольно трудно чем-то увлечь, внимание детей очень быстро переключается, его сложно сконцентрировать на чем-то одном. Поэтому компаниям необходимо создавать настолько уникальные и продуманные продукты, которые смогут привлечь и удержать внимание маленького потребителя.

### **Список литературы:**

1. Афанасьева Э.М. Современные тенденции развития российского рынка детских товаров // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2015. № 2 (74). С. 36.
2. Брагин Л.А., Панкина Т.В., Никишин А.Ф. Конкурентоспособность организаций малого бизнеса в сфере торговли // Российское предпринимательство. 2018. Т. 19. № 11. С. 3493-3502.
3. Федеральная служба государственной статистики. Официальный сайт. [Электронный ресурс] // Режим доступа: URL: <http://gks.ru/>. (дата обращения: 28.07.2021 г.).