

Mimo że rodzi się coraz mniej dzieci to wydatki na zabawki rosną. Rodzice zwracają bowiem większą uwagę na jakość kupowanych zabawek i są skłonni zapłacić więcej, doceniając niezawodność i bezpieczeństwo produktów. Według firmy badawczej NPD Group, analizującej dane z 5-ciu sieci handlowych w Polsce, w roku 2013 wartość sprzedaży zabawek zwiększyła się i wyniosła ok. 900 mln złotych.

Zdaniem Pawła Szmidta z firmy NPD, badającego rynek zabawek w Polsce, już w tej chwili obserwujemy większy wzrost sprzedaży zabawek niż w roku 2013 i tendencja ta będzie się utrzymywała przez cały rok 2014.

Obok globalnych marek, które dyktują trendy, polscy producenci zabawek systematycznie poprawiają swoją pozycję.

Marcin Woźniak – prezes firmy Wader-Woźniak, uważa, że rynek będzie sprzyjał sprzedawcom zabawek: „Klient nie chce już kupować najtańszych i słabszych jakościowo wyrobów, dlatego, co prawda powoli, ale jednak, obserwujemy zmianę tych kryteriów i upatrujemy w tym miejsce dla nas”.

Firma Wader-Woźniak, należy do największych polskich producentów zabawek, o rocznych przychodach ze sprzedaży około 50 mln zł. W ciągu roku z tej fabryki wyjeżdża 4 mln zabawek, blisko połowa produkcji trafia na eksport. Obecnie zabawki z Dąbrowy Górniczej docierają do dzieci w ponad 40 krajach.

Na taki wynik składa się wiele czynników, ale to przede wszystkim zasługa produktu – „my tworzymy zabawki z myślą o dzieciach, a nie tylko z myślą o sprzedaży. Robimy wszystko, aby produkty były bezpieczne, posiadały walory edukacyjne i były bardzo wytrzymałe – aby służyć jak najdłużej.

I to jest według nas klucz do sukcesu – najlepsza jakość produktu, oczywiście przy zachowaniu rozsądnej ceny” – komentuje Marcin Woźniak.

Biznes zabawkowy mocno związany jest jednak z sezonowością – dwa okresy największego nasilenia występują przed latem i przed IV kwartałem. Najwyższy przypada na okres świąteczny, kiedy sprzedaje się ok. 30% zabawek, a zakupy związane z Dniem Dziecka stanowią 10% całkowitej sprzedaży rocznej.

Wader