

گزارش «فرصت امروز» از بازار اسباب بازی در ایران

۸۰ درصد بازار اسباب بازی ایران در اختیار تولیدکنندگان چینی است

اسباب بازی؛ همین حضور کلمه بازی در کنار آن می‌تواند این مقوله را به پس‌زمینه اولویت‌های فعلی اقتصاد ایران هدایت کند. وقتی هنوز مسائلی چون مسکن، بهداشت و درمان و به‌طور کلی نیازهای اولیه در کشورمان سامانی شایسته ندارند، شاید پرداختن مسئولان دولتی به مقوله اسباب بازی در شرایط فعلی دور از ذهن باشد، اما آنچه نمی‌توان از آن چشم‌پوشی کرد، وجود بازاری با چند میلیون مشتری در ایران است؛ بازاری که بیش از ۸۰ درصد آن در اختیار تولیدکنندگان چینی است و با نهایت خوشبینی می‌توان سهمی ۲۰ درصدی را برای تولید داخلی در نظر گرفت. مسئله مهم در این میان مربوط به نبود متولی برای بازار اسباب بازی است تا جایی که اسباب بازی در صنف خرازی به‌فروش می‌رسد و انجمن یا اتحادیه مشخصی ندارد. از طرفی بخشی از مسئولیت اسباب بازی در ایران مربوط به کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان است که هم نظارت بر کالای وارداتی و هم کالای تولید داخل را بر عهده دارد. همچنین بخشی از تولید نیز زیر نظر این حوزه انجام می‌شود. در این گزارش اینفوگرافیک براساس آمار و ارقام به این بازار می‌پردازیم.

سهم داخلی‌ها؛ فقط ۲۰ درصد

تولیدکنندگان حوزه اسباب بازی می‌گویند سهم‌شان از این بازار تنها ۲۰ درصد است و در صورتی که دولت تعرفه واردات را بالا ببرد، می‌توانند ۵۰ درصد از بازار اسباب بازی را تصاحب کنند. این درحالی است که روزانه بیش از ۱۰۰ کانتینر اسباب بازی وارد می‌شود که هر کدام حداقل ۵۰ میلیون تومان به‌عنوان تعرفه گمرکی می‌پردازند که به رقمی حدود ۵ میلیارد تومان در روز می‌رسد و به نوعی درآمدزایی برای دولت است.

۹۰ درصد واردات قانونی است

به‌نظر می‌رسد که اراده‌ای برای جلوگیری از واردات اجناس چینی در مسئولان مربوطه وجود ندارد. چون در بازار اسباب بازی تنها حدود ۱۰ درصد جنس قاچاق یافت می‌شود و بیشتر به‌صورت قانونی وارد می‌شوند و هر کسی با هر پیشینه کاری و سابقه‌ای می‌تواند برای واردات اسباب بازی ثبت سفارش و این کالاها را وارد کند که می‌توان گفت تنها در اقتصاد ایران چنین امری ممکن است. چون این مقوله به افسارگسیختگی واردات و برهم‌خوردن تعادل بازار منجر می‌شود.

۱۴۰ تولیدکننده داخلی

۱۴۰ تولیدکننده داخلی در بازار اسباب بازی ایران حضور دارند؛ در این میان پنج برند با تولید ۵۰ تا ۶۰ درصد اسباب بازی سهم عمده‌ای از بازار را در اختیار دارند. تفاوت کیفیت جنس داخلی و وارداتی بیشتر به دلیل تکنولوژی الکترونیکی به‌کار رفته در آنهاست، چون امکان روشن شدن چراغ‌ها، پخش موزیک و حتی سخنگویی را برای‌شان فراهم می‌کند که بسیار مورد استقبال کودکان است، اما در ایران چنین امری هنوز میسر نشده چون نه حمایت دولتی وجود دارد و نه تسهیلات کم‌بهره.

۳ میلیارد تومان؛ برای الکترونیکی‌ها

سرمایه اولیه مورد نیاز برای ورود تکنولوژی الکترونیکی حدوداً ۳ میلیارد تومان است، بنا بر اظهارات صاحبان سرمایه و فعالان بازار، چنین هزینه‌ای آنقدر زیاد نیست چون ضعف عمده‌ای را می‌پوشاند و به‌نوعی اسباب بازی ایرانی را به دنیای مدرن این کالا وارد می‌کند.

۲ سال پیش، ۲ کانتینر

بعد از حمله داعش، بازار عراق را که از عمده‌ترین بازارهای اسباب بازی ایران بوده است، از دست داده‌ایم، در حالی که تا دو سال پیش روزانه بیش از ۲ کانتینر اسباب بازی به این کشور صادر می‌کردیم اما کودکان عراقی فعلاً اولویت‌شان زنده ماندن است و نه بازی کردن. سوالی که در این میان وجود دارد این است که چرا بازارهای جایگزین نداریم و با از دست رفتن یک بازار، چرا صادرات ایران آسیب جدی می‌بیند؟!

سرمایه مورد نیاز؛ حدوداً ۸ میلیارد تومان

برای راه‌اندازی کارخانه‌ای که بتواند در سطح پنج برند اول کشور کار کند، به حدود ۷ هزار متر مربع زمین نیاز است که ۵ هزار مترش باید به سوله تبدیل شود. هزینه لازم برای تهیه چنین مکانی حدود ۳ میلیارد تومان است. همچنین ۵ میلیارد تومان هم برای تهیه قالب‌ها، دستگاه‌ها و ماشین‌آلات نیاز است.

اشتغال‌زایی ۱۰۰ تا ۱۵۰ نفری هر کارخانه

اشتغال‌زایی ۱۰۰ تا ۱۵۰ نفری کارخانجات معتبر تولید اسباب بازی از جمله نکات مهمی است که باید به آنها توجه ویژه داشت، زیرا هدف از تولید، ایجاد بازار و هر بازاری باید اشتغال‌زایی را به دنبال داشته باشد. بنابراین اگر توجه لازم به این صنعت صورت بگیرد، زمینه‌های اشتغال‌زایی فراوانی ایجاد می‌شود. با حضور حرفه‌ای و تخصصی به این بازار و با رعایت موازین حرفه‌ای‌گری می‌توان در این بازار موفق بود چون بازاری چند میلیون نفری در ایران و خارج از ایران برای این اجناس وجود دارد.

۱۰۰ میلیون تومان؛ تسهیلات

کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان از متولیان اسباب بازی در ایران محسوب می‌شود؛ عمده فعالیت کانون برگزاری جشنواره‌های طراحی، گاه ایجاد بازارهای فروش، ثبت طرح‌های نو و ارائه هولوگرام برای عرضه اسباب بازی در بازار است. اسباب بازی صنف ویژه خود را ندارد در صورتی که وجود چنین امری ضروری است، حتی کانون در حال پیگیری این مسئله است. همچنین کانون با صندوق کارآفرینی امید همکاری می‌کند تا زمینه‌های دریافت تسهیلات ۱۰۰ میلیون تومانی را برای فعالان این حوزه فراهم کند.

۵ هزار؛ بالاترین تیراژ تولید در ایران

وقتی از تولید، بازار، فروش و... صحبت به میان می‌آید، بنابراین باید پای یک صنعت در میان باشد. اما در مورد اینکه آیا به‌واقع صنعتی به نام اسباب بازی داریم یا نه، جای حرف و حدیث بسیاری وجود دارد. صنعت معنای مشخصی دارد. صنعت یعنی زنجیره‌ای از سرمایه‌گذاری گسترده و حرفه‌ای، نیروی انسانی آموزش‌دیده، طراحی به‌روز و حرفه‌ای، تولید، فروش، تامین مواد اولیه و به‌طور کلی وجود سازوکارهای حرفه‌ای در این زمینه. ولی وقتی مواد اولیه وارداتی است، اسباب بازی بیش از ۸۰ درصد وارد می‌شود، بازارهای منسجمی برای فروش نداریم و تیراژ تولید یک قلم جنس در بهترین حالت ۵ هزار عدد است، نمی‌توانیم از عبارت صنعت اسباب بازی حرف بزنیم.



نگاهی به بازار جهانی اسباب بازی هوشمند

آمار رو به رشد در سطح جهان

امروزه با حجم عظیمی از بازی‌های الکترونیکی و آنلاین روبه‌رو هستیم که نه‌تنها کودکان، بلکه بزرگسالان را نیز تحت تاثیر قرار داده است. از طرفی با توجه به گسترش روزافزون دنیای الکترونیک در سال‌های اخیر، حتی کودکان کم سن و سال نیز توانایی استفاده از محصولات دیجیتال را دارند؛ در نتیجه دنیای اسباب بازی‌های کودکان با تغییرات شگرفی مواجه شده است و دیگر از عروسک‌بازی و ماشین‌بازی‌های چند دهه اخیر چندان خبری نیست و بازی‌های آنلاین و اسباب بازی‌های هوشمند، بزرگ و کوچک را به خود مشغول کرده‌اند. بنابراین یکی از مهم‌ترین بازارهای جهانی که صنعت اسباب بازی است، تحولات قابل توجهی را پشت سر گذاشته و در عین حال که رشد قابل توجهی در سال‌های اخیر داشته است، تغییرات بنیادینی نیز در آن رخ داده است که از همه آنها مهم‌تر، اسباب بازی هوشمند و بازی‌های آنلاین هستند. ضمن اینکه بسیاری از شخصیت‌های فیلم‌های مشهور جهان نیز در قالب اسباب بازی‌های متفاوتی روانه بازار می‌شوند و در نتیجه بازاری پررونق، پرسرعت و متفاوت‌تر از گذشته برای بازی‌های کودکان شکل گرفته است.

رشد ۹ درصدی

با توجه به تغییر سبک زندگی انسان‌ها از یک زندگی سنتی به سوی سبک زندگی دیجیتال، گرایش به سوی اسباب بازی‌های دیجیتالی نیز بیشتر شده است و از آنجایی که کودکان همه روزه در احاطه فناوری‌های جدیدتری قرار می‌گیرند، طبیعی است که سبک بازی‌های آنها نیز به سوی بازی‌های هوشمند و دیجیتالی سوق پیدا کند و در نتیجه تقاضای جهانی نیز نسبت به اسباب بازی‌های هوشمند بیشتر شده است. در این میان بالا رفتن میزان درآمد و تغییر سبک زندگی در کشورهایی با اقتصاد نوظهور از عوامل مهم در رشد بازار اسباب بازی در این مناطق است که البته بالاتر رفتن میزان جمعیت، خصوصاً جمعیت جوان این کشورها نیز در این روند بی‌تاثیر نبوده است. با این وجود می‌توان گفت که اروپا به‌عنوان یکی از بزرگ‌ترین بازارهای این صنعت به شمار می‌رود، ضمن اینکه بازار آمریکای لاتین با نرخ رشد سالانه ۹ درصد، بیشترین رشد را تا سال ۲۰۲۰ خواهد داشت. کشورهای آسیایی نیز با رهبری چین، به‌عنوان یکی از بزرگ‌ترین بازارهای اسباب بازی در جهان محسوب می‌شوند.

ارزش ۸ میلیارد دلاری بازار

همان‌گونه که گفته شد پیشرفت دنیای دیجیتال و حضور گسترده آن در زندگی مردم باعث تغییراتی عمده در سبک زندگی و شیوه‌های تربیتی انسان‌ها شده و این تغییرات حتی به اسباب بازی‌های کودکان نیز راه یافته است. در این میان اسباب بازی‌های هوشمند از جایگاهی ویژه برخوردارند و با توجه به تقاضای روزافزون جامعه جهانی، بازار رو به رشدی را در پیش رو دارند. طبق نظر تحلیل‌گران این صنعت، پیش‌بینی می‌شود که بازار اسباب بازی‌های هوشمند تا سال ۲۰۲۰ به ارزشی بیش از ۸ میلیارد دلار برسد.

رشد ۱۳۵ میلیارد دلاری تا سال ۲۰۲۰

کم شدن جمعیت خانواده‌ها از عواملی است که کودکان را بیشتر از قبل درگیر اسباب بازی‌ها کرده است. امروزه بسیاری از کودکان به جای بازی کردن با هم‌سن و سالان خود در کوچه‌ها، با اسباب بازی‌های خود مشغول هستند و این خود می‌تواند عاملی مهم در رشد بازار اسباب بازی تلقی شود. همچنین ظهور دنیای دیجیتال در سال‌های اخیر بسیاری از صنایع جهانی را تحت تاثیر خود قرار داده و حتی پای خود را به بازی کودکان نیز باز کرده است. فناوری‌های نوین در بازی‌ها و اسباب بازی‌های دنیای کودکان نقش چشمگیری یافته و امروزه حجم عظیمی از اسباب بازی‌ها را تحت سلطه خود دارند. توسعه نوآوری و تکنولوژی در دنیای اسباب بازی‌های کودکان به حدی است که طبق پیش‌بینی تحلیل‌گران، بازار این صنعت تا سال ۲۰۲۰ به ارزشی برابر ۱۳۵ میلیارد دلار می‌رسد. در این میان اسباب بازی‌های هوشمند و بازی‌های آموزشی و تفریحی متفاوتی که هر ساله روانه بازار می‌شوند، اهمیتی قابل توجه دارند و بخش بزرگی از تجارت اسباب بازی را به خود اختصاص داده و به صورتی جدی جای اسباب بازی‌های سنتی را گرفته‌اند.

۱۱ بازار جهانی

فروش اسباب بازی در ۱۱ بازار جهانی (روسیه، مکزیک، لهستان، کانادا، ایتالیا، ایالات متحده آمریکا، بریتانیا، اسپانیا، فرانسه، بلژیک و آلمان) در سال ۲۰۱۶ افزایش ۹ درصدی داشته که نشان‌دهنده پیشرفت این صنعت در سال‌های اخیر است، به‌ویژه که این افزایش بیشتر در زمینه اسباب بازی‌های الکترونیکی خود را نشان داده است. همچنین طبق آمارهای موجود، صنعت اسباب بازی در آمریکا حضوری برجسته داشته و خصوصاً با پیشرفت تکنولوژی و ظهور آن در بازی‌های کودکان در سال ۲۰۱۶ با رشد عدرصدی، جایگاه ویژه‌ای در بازار این کشور پیدا کرده است. در این میان به‌ویژه اسباب بازی‌های مربوط به فیلم‌های هالیوودی کودکان، فروش بیشتری داشته‌اند. اروپا نیز با داشتن سهم ۲۷ درصدی از فروش جهانی اسباب بازی، یکی از عمده‌ترین صادرکنندگان این صنعت در جهان محسوب می‌شود.