

Игрушки массового поражения

В игрушки играют дети, но покупают их взрослые. Которые в отличие от детей должны знать, что многие игрушки не только радуют ребенка, но и наносят его здоровью вред. Сложность выбора заключается в том, что опасные игрушки могут оказаться в ассортименте практически любого игрушечного магазина, и отличить их не всегда просто.

Игрушки для больших

В годы тотального советского дефицита игрушки, как и колбасу, и мужские сорочки, покупали впрок. Например, когда их "выбрасывали" в "Детском мире". Еще игрушки "доставали" по блату в особых случаях. К примеру, если ребенок заболел, его особенно жаль и хочется утешить. А если случалась поездка за рубеж, игрушками затаривались на вырост, чтоб до совершеннолетия хватило.

С тех пор многое изменилось. Детских магазинов, кажется, больше, чем детей. Игрушек много, они разные, и дети к этому так привыкли, что недоигравшие в детстве родители зависают в детских отделах порой чаще и дольше своих чад. Но, несмотря на перемены, привычка покупать игрушки у соотечественников по-прежнему неистребима.

В большинстве стран мира средние ежегодные затраты на игрушки составляют не больше каких-то \$300 (в Японии). В Европе эта сумма не превышает \$250-280. Применительно к России эти суммы кажутся смешными. Хотя точно оценить, сколько денег каждый год тратит наша среднестатистическая семья на игрушки, сложно. Во-первых, из-за разницы в затратах столичных граждан и жителей регионов. Статистика утверждает, что на Москву приходится 35% всех покупок этого вида товаров. Около 25% приходится на Санкт-Петербург, и лишь остальное -- на регионы. Причем потраченные суммы напрямую от уровня дохода семьи не зависят. Во-вторых, сложности с подсчетом возникают оттого, что сам по себе отечественный рынок детских игрушек, по оценкам специалистов, мал. По данным Comcon (одной из немногих компаний в России, занимающихся анализом рынка детских игрушек), его объем оценивается примерно в \$700 млн. При этом прослеживается неизменная тенденция к росту: в среднем на 20-25% каждый год, что радует.

О том, что постепенно "жизнь налаживается", говорит и еще одна новая черта -- сезонность. Потребительская активность возрастает в сентябре, когда дети идут в школу и это обстоятельство надо компенсировать чем-то приятным. Но пик продаж приходится, конечно, на предновогодний период. Только за декабрь реализуется 75% всех ежегодно продаваемых игрушечных товаров. Это означает, что выбор широк и стабилен, и игрушки приобретаются по мере надобности, а не загодя и по случаю.

Сегодня ассортимент рынка рассчитан на любой вкус и кошелек. Свои лидеры продаж есть и среди игрушек с громкими именами и трех- четырехзначными суммами на ценнике, и среди недорогих "безымянных" игрушек. Специалисты сети "Детский мир" отмечают товары Lego, Matell, Hasbro, Mega Blocks, Zapf Creation. По оценке дистрибуторов продукции Lego, часто и много продается Барби, у которой все есть. Высшей ступени хит-парада игрушек достигли почти одушевленные "новорожденные" пупсы Babyborn, к которым за дополнительную плату тоже прилагается все необходимое.

Что касается предпочтений самих детей, то специалисты в один голос отмечают пристрастие к интерактивности. Детям стало неинтересно нянчить молчаливых кукол и конструировать постройки из бессловесных кубиков. Куклы нынче должны уметь убедительно плакать, писать и страдать отрывкой. Детали конструктора должны быть пригодны для сборки подвижных монструозных роботов. Автомобили предпочтительны "как настоящие", с поправкой на малый рост ребенка. И хорошо бы, чтобы все это можно было подключить к взрослому компьютеру и устраивать соревнования с товарищем по песочнице.

Китайское -- значит разное

Достижения российских производителей занимают всего около 10% отечественного рынка детских игрушек. Из крупных московских предприятий выжил завод "Огонек". Помните плохо гнущихся пластмассовых кукол со

стеклянным взглядом и роковыми именами типа Эсмеральда? Или пластмассовых пуделей на колесиках вместо ног и с палкой-рукояткой вместо поводка? Нечто подобное в духе советского периода на "Огоньке" производят и сейчас. Хотя вместе с тем в ассортименте среди новинок имеются похожие на живых пупсы и даже нимфетки, чье родство с Барби не требует доказательств по причине фотографического сходства.

Отдельный сегмент заполняет предприятие "Звезда", выпускающее сборные модели. Правда, если судить по дяденькам, которые в детских универмагах маниакально изучают коробки с новинками, эта продукция в большей степени адресована взрослым людям.

В остальном участники рынка идут другим путем. Компания "Мир детства", например, предпочла создать и раскрутить брэнд и объединить под ним продукцию ряда производителей из стран Юго-Восточной Азии. Таким образом, товар под лейблом "Мир детства", который воспринимается непосвященным покупателем как "свой", имеет иноземное происхождение.

Вообще, из Китая и стран Юго-Восточной Азии поставляется около 70% всей игрушечной продукции. "Ведущие европейские и американские производители игрушек уже вывели или активно выводят производство в страны Юго-Восточной Азии,-- констатирует Сергей Шведов, заместитель генерального директора ОАО `Детский мир`, где импорт составляет половину всего ассортимента.-- Я хотел бы подчеркнуть, что `китайское` в профессиональной среде уже давно отнюдь не синоним слова `второсортное`. Просто есть разный уровень производства. Если ваша цель -- товары высокого качества, то достойных китайских партнеров вы всегда найдете". В отделе надзора за условиями воспитания и обучения Роспотребнадзора нас заверили, что надпись Made in China на детских игрушках говорит лишь о стране происхождения, а не о качестве товара.

Единственная особенность, которую специалисты подчеркнули в связи с массовым переносом производства детских товаров в Азию, касается смысловой, игровой ценности игрушки. Как отметил заместитель генерального директора компании "Мир Детства" Дмитрий Завьялов, с переводом производства на аутсорсинговую основу продукция европейских компаний несет на себе отпечаток культуры той страны, где она производится. Но это неизбежный результат глобализации, таковы дополнительные риски, которые нельзя ни избежать, ни игнорировать.

Игрушечный стандарт

Надо отдать должное российскому потребителю: более 90% покупателей игрушек в первую очередь обращают внимание на их безопасность (по данным Comcon за 2006 год). Может ли игрушка нанести вред здоровью ребенка, зависит от материала, из которого она сделана. Самые вредные из них выделяют фенол, формальдегид, дибутилфталат.

У Роспотребнадзора существуют на этот счет четкие стандарты. Прежде всего о наличии недопустимых веществ свидетельствует запах. Если игрушка сделана из полимерных материалов, наличие слабого запаха неизбежно. Но его интенсивность не должна превышать 2 баллов по специальной шкале. Если игрушка издает звуки, они не должны быть громче 65 децибел в помещении и 75 на улице. Для одиночного звука (например, "выстрела") допустимо значение 95 децибел.

Твердые материалы с точки зрения химического состава и технологии производства считаются наиболее безопасными. Самый серьезный вред, который могут нанести детали конструкторов, "КамаЗы" и грузовики из твердых пластмасс,-- ссадины и царапины от острых углов и краев.

Другая история с игрушками из мягких полимерных материалов, пластизоли и ПВХ. Как объяснили в компании Legomix, для смягчения и придания материалу большей эластичности в сырье добавляют пластификаторы. Эти присадки содержат фенол. Таким образом, чем игрушка мягче, тем больше в ней добавок и тем меньше гарантий, что их количество не превышает допустимые значения. По информации Роспотребнадзора, в западных странах производство и продажу пластизольных и поливинилхлоридных игрушек собираются вообще запретить.

Аналогичная ситуация, например, с пластилином. Если пластилин очень яркого цвета, значит, в нем много краски. Чем больше краски, тем больше стабилизаторов, в состав которых входит опять же фенол.

Защита от контроля

Конечно, магазины детских товаров подвергаются регулярной проверке. На вопрос, кто их проводит и как часто, отвечает Сергей Шведов: "Регулярно. В Москве -- по линии департамента потребительского рынка

столичного правительства. Затем Роспотребнадзор, МВД и иные уполномоченные организации. Кроме того, мы работаем в 28 регионах, и на их примере я могу сказать, что здесь подобные проверки происходят не реже".

Однако частым проверкам магазинов и производств препятствует федеральный закон "О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при проведении государственного контроля (надзора)". Из-за него Роспотребнадзор имеет право проверять предприятия не чаще, чем раз в два года. Единственным поводом для внеплановой проверки может послужить жалоба -- например, от покупателей на качество товара или от родителей на игрушки в детском саду.

К счастью, многие производители и поставщики ценят свою репутацию. А значит, сами делают все возможное, чтобы избежать низкого качества.

У компании "Мир детства", например, отлажена собственная система контроля. Перед тем как начать сотрудничество с новым производителем, ее специалисты проводят первичную проверку предлагаемого материала. Если качество устраивает, компания предлагает свой перечень требований к составу сырья, его характеристикам. Усовершенствованный производителем материал проверяется повторно. Наконец, на третьем этапе проверку проходит уже готовая продукция.

Несмотря на такой подход, в 2005 году "Мир детства" попала в "черный список" Роспотребнадзора. Рассказывает Дмитрий Завьялов: "В 2005 году нам пришлось изъять из продажи готовую продукцию трех артикулов. Это случилось после пересмотра стандартов, когда `в один день` изменилась методика оценки токсичности ПВХ. Вообще, когда в систему госстандартов вносятся коррективы, производителя обязуют выполнять новые требования буквально в день их выхода в свет. Если производственная цепочка сложна и в ней задействовано множество участников, изменить ее мгновенно просто невозможно". Сколько компания потеряла из-за резких перемен, господин Завьялов не уточняет. Участники игрушечного рынка вообще философски относятся к особенностям российского законодательства и принимают их как данность.

Вред репутации знаменитого брэнда наносит изобилие подделок под его продукцию. О мерах, которые принимает компания Lego для борьбы с дешевым подражательством, рассказывает Станислав Дорошенко, директор торгового дома Lego: "Когда в нашей стране появились эти игрушки, разброс цен был очень высок -- на рынке цена на один и тот же конструктор могла быть в несколько раз ниже, чем в соседнем магазине игрушек. Разумеется, у покупателей складывалось впечатление, что рынок наводнен дешевыми подделками. Чтобы потребитель знал реальную цену игрушки и уровень цен стабилизировался, компания начала издавать каталоги с перечнем производимых игрушек и рекомендованными розничными ценами на них. С той же целью Lego сократила число эксклюзивных дистрибуторов в России".

На вкус и цвет

Словосочетание "опасная игрушка" звучит, согласитесь, страшно. Но какие бы вредные вещества она ни выделяла, мгновенного влияния на здоровье ребенка она оказать не может. Опасные вещества будут "работать", если ребенок игрушку часто и подолгу держит в руках, тянет ее в рот. При этом острого отравления малыш не получит. Опасная игрушка может спровоцировать заболевания, к которым он был предрасположен, или вызвать обострение уже имеющихся хронических болезней.

С одной стороны, это утешает. С другой -- настораживает. Ведь доказать в суде, что ребенок заболел из-за конкретной игрушки, родителям не удастся. Так что лучший способ борьбы с опасностью -- ее предотвращение.

Существует ряд правил, о которых следует помнить при выборе товара в детском магазине. Игрушка должна быть упакована, лучше всего в картонную коробку. На упаковке должны быть название и координаты производителя или название и адрес поставщика. А также возраст ребенка, для которого предназначен продукт. Если это игра, должна прилагаться инструкция на русском языке.

Не покупайте игрушки, упакованные лишь в полиэтиленовый пакет, даже если внутри него находится вкладыш с информацией о товаре, потому что недобросовестные продавцы могут легко его подменить. Игрушки в такой упаковке продаваться вообще не должны -- если проверяющие видят их на прилавке, не интересуясь сертификатом, сразу изымают из продажи и уничтожают.

Откройте упаковку (или попросите демонстрационный экземпляр -- имеете право). Понюхайте игрушку. Резкий запах -- первый показатель того, что она выделяет вредные вещества. Потрогайте окрашенные детали: краска не должна оставаться на пальцах. Если игрушка из искусственного меха, предпочтение следует отдавать

короткому ворсу. Чем он короче и прочнее, тем меньше вероятность раздражения органов дыхания у ребенка.

Наконец, совет тем, кто покупает товары для новорожденных. Погремушка, которую уронили на пол, не должна расколоться пополам, "по шву". А пустышки и соски для бутылочек можно закупать оптом -- их надо часто менять. Поскольку они сделаны из полимерных материалов, важно не ждать, пока пустышка деформируется или изменит размеры.

Автор: Ольга Беликова © Коммерсантъ ЗДОРОВЬЕ, РОССИЯ 👁 2298 16.04.2007, 18:39 📌 256

URL: <https://babr24.com/?ADE=37210> Bytes: 13176 / 13141 [Версия для печати](#) [Скачать PDF](#)

 [Порекомендовать текст](#)

Поделиться в соцсетях:

Также читайте эксклюзивную информацию в соцсетях:

- [Телеграм](#)

- [ВКонтакте](#)

Связаться с редакцией Бабра:

newsbabr@gmail.com

НАПИСАТЬ ГЛАВРЕДУ:

Телеграм: [@babr24_link_bot](#)

Эл.почта: newsbabr@gmail.com

ЗАКАЗАТЬ РАССЛЕДОВАНИЕ:

эл.почта: bratska.net.net@gmail.com

КОНТАКТЫ

Бурятия и Монголия: Станислав Цырь

Телеграм: [@bur24_link_bot](#)

эл.почта: bur.babr@gmail.com

Иркутск: Анастасия Суворова

Телеграм: [@irk24_link_bot](#)

эл.почта: irkbabr24@gmail.com

Красноярск: Ирина Манская

Телеграм: [@kras24_link_bot](#)

эл.почта: krasayar.babr@gmail.com

Новосибирск: Алина Обская

Телеграм: [@nsk24_link_bot](#)

эл.почта: nsk.babr@gmail.com

Томск: Николай Ушайкин

Телеграм: [@tomsk24_link_bot](#)

эл.почта: tomsk.babr@gmail.com

[Прислать свою новость](#)

ЗАКАЗАТЬ РАЗМЕЩЕНИЕ:

Рекламная группа "Экватор"

Телеграм: [@babrobot_bot](#)

эл.почта: equatoria@gmail.com

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО:

эл.почта: babrmarket@gmail.com

[Подробнее о размещении](#)

[Отказ от ответственности](#)

[Правила перепечаток](#)

[Соглашение о франчайзинге](#)

[Что такое Бабр24](#)

[Вакансии](#)

[Статистика сайта](#)

[Архив](#)

[Календарь](#)

[Зеркала сайта](#)