

УДК 339.13:688.72

Луців Н. В.,

nata.lutsiv@ukr.net, ORCID ID: 0000-0003-2880-1478, Researcher ID: O-1168-2018,

к.т.н., доц., доцент кафедри підприємництва, товарознавства та експертизи товарів, Львівський інститут економіки і туризму, м. Львів

## СТАН, ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ ДИТЯЧИХ ІГРАШОК В УКРАЇНІ

**Анотація.** Споживчий ринок дитячих іграшок в Україні насичений виробами різних виробників, призначення, матеріалів тощо. При цьому споживчі переваги часто змінюються залежно від світових трендів. Тому дослідження вітчизняного ринку дитячих іграшок є актуальним і важливим у діяльності учасників ринку для прийняття обґрунтованих рішень. Метою статті є аналіз динаміки та тенденцій українського ринку дитячих іграшок, виявлення проблем і перспектив його розвитку. Встановлено, що ринок дитячих іграшок в Україні динамічно розвивається, збільшуючись на 10-15 % щороку. Сьогодні частка імпорту на ринку іграшок становить більше 85%. Лівову частку імпорту на українському ринку іграшки стабільно займає Китай. Часто такі іграшки не відповідають встановленим вимогам щодо якості та безпечності. Ринок іграшок вітчизняного виробництва залишається мізерним, але останнім часом особливо динамічно розвивається виробництво пластмасових та дерев'яних розвиваючих іграшок. Провідні виробники дитячих іграшок використовують імпортні сировину, обладнання, технології, випускають продукцію, що за якістю відповідає світовим вимогам, і активно шукають ринки збуту за кордоном. Українські іграшки в найбільших обсягах експортуються до Росії, Польщі, США, Латвії. Визначено, що основними проблемами розвитку вітчизняного виробництва іграшок є відсутність державної підтримки; залежність виробників від імпортової сировини та обладнання; відсутність пільгового кредитування; неефективний державний контроль за безпечністю та якістю дитячих іграшок; відсутність контролю за психологічною безпечністю іграшок; незначна кількість локальних брендів і їх неспроможність конкурувати з глобальними брендами; засилля на ринку іграшок, що пропагують чужу культуру і не відповідають національному культурному коду; складність конкуренції з дешевими небрендовими китайськими іграшками низької якості, які переважають на ринку.

**Ключові слова:** ринок, дитячі іграшки, виробництво, імпорт, експорт, бренд, ліцензійні іграшки, якість, безпечність.

Lutsiv N.V.,

nata.lutsiv@ukr.net, ORCID ID: 0000-0003-2880-1478, Researcher ID: O-1168-2018,

Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of the Department of Entrepreneurship, Commodity Studies and Goods Expertise, Lviv Institute of Economics and Tourism, Lviv

## STATE, PROBLEMS AND PROSPECTS OF THE CHILDREN'S TOYS MARKET DEVELOPMENT IN UKRAINE

**Abstract.** The consumer toy market in Ukraine is full of products from different manufacturers, destinations, materials etc. Herewith, consumer preferences often change depending on global trends. Therefore, the study of the children's toys domestic market is relevant and important in the activities of market participants for making sound decisions. The purpose of the article is to analyze the dynamics and trends of the Ukrainian toys market, to identify problems and prospects for its development. It is determined that the toys market in Ukraine is developing dynamically, increasing by 10-15% annually. Today the share of imports on the toys market is over 85%. The lion's share of imports on the Ukrainian toys market is steadily occupied by China. Often these toys do not meet the quality and safety requirements. The domestic toys market remains scanty, but the production of plastic and wooden educational toys has been particularly dynamic recently. Leading manufacturers of toys use imported materials, equipment, technologies, produce products that meet the world quality requirements and actively seek for markets abroad. The largest quantities of Ukrainian toys are exported to Russia, Poland, USA and Latvia. It is determined that the main problems in the development of domestic toys production are the lack of state support; dependence of manufacturers on imported materials and equipment; lack of preferential lending; ineffective state control over the safety and quality of children's toys; lack of control over the psychological safety of toys; a small number of local brands and their inability to compete with global brands; dominance on the market of toys that promote a foreign culture and do not conform to the national cultural code; the complexity of the competition with cheap, non-branded, low quality Chinese toys that dominate on the market.

**Keywords:** market, children's toys, production, import, export, brand, licensed toys, quality, safety.

**JEL Classification:** M31, L69, L51

**DOI:** <https://doi.org/10.36477/2522-1221-2020-23-24>

**Постановка проблеми.** Сучасний ринок товарів для дітей пропонує споживачам великий вибір іграшок, і це абсолютно виправдано. Загальновідомо, що ігри та іграшки сприяють пізнанню навколишнього світу, розвитку зорового і слухового аналізаторів, тактильної чутливості, мови, мислення, уваги, точності і координації рухів, служать джерелом позитивних емоцій, дозволяють набути найпростіші гігієнічні і трудові навички. Актуальність даного дослідження визначається активним розвитком ринку дитячих іграшок в Україні та в світі. Загострення конкуренції на ринку дитячих іграшок спонукає вітчизняних виробників розширювати асортимент та підвищувати якість продукції. Постійний аналіз та дослідження ринку дитячих іграшок є важливими у діяльності учасників ринку для прийняття обґрунтованих рішень.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідженню питань щодо стану та тенденцій розвитку ринку дитячих іграшок присвячено праці Дідченко Ю. О., Юдіної Н. В. [1], Загарницької І. І. [2, 3], Олексієнко А. Б., Григоренко І. В. [4], Теодорська Л. [5], Шубіна О. О., Кривоніс А. О. [6]. Однак аналіз проблем і тенденцій ринку, динаміка виробництва, споживання, експорту та імпорту дитячих іграшок і сьогодні залишаються актуальними.

**Постановка завдання.** Метою дослідження є аналіз динаміки та тенденцій українського споживчого ринку дитячих іграшок, виявлення проблем і перспектив розвитку даного ринку.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Ринок дитячих іграшок на сьогоднішній день є одним із ринків, що динамічно розвиваються. В Україні, згідно з дослідженням Української Асоціації індустрії іграшок (УАІІ), в 2019 році обсяги ринку іграшок України збільшилися на 10 %, досягнувши \$633 млн (рис. 1).

Такі темпи зростання цього сегмента ринку обумовлені багатьма чинниками, серед яких варто виокремити стабільність попиту; слабку залежність

попиту від ціни; свідомий вибір ігор і розваг сучасним поколінням дітей; синхронність виходу на світовий та український ринок новинок. Незважаючи на рівень своїх доходів, більшість батьків готові придбати дорожчі іграшки і в більшій кількості та отримати моральне задоволення від усвідомлення того, що дитина “отримала найкраще”, часто відмовляючи собі навіть в необхідних речах.

Додатковим стимулом розвитку індустрії дитячих іграшок могло б стати включення цього сегмента економіки у сферу державницьких інтересів. Не можна не погодитися з І. І. Загарницькою, що така зацікавленість з боку держави сприяла б не лише зростанню обсягів ринку, а й додатковій можливості впливу на дитину через її залучення до соціокультурних норм і традицій суспільства, визначення напрямів розвитку її особистісного потенціалу, формування потреб та цінностей покоління, яке незабаром визначатиме майбутнє своєї країни [2, с. 25].

На жаль, в Україні, де 19 % населення складають діти, становлення і розвиток вітчизняної індустрії дитячих іграшок не стали предметом державного інтересу. Для прикладу, у Китаї більше 20 років існувала національна програма підтримки виробництва дитячих іграшок, результатом якої стало сучасне виробництво цією країною більше 70 % світового ринку іграшок. Після набуття Україною незалежності іграшкову промисловість потіснив імпорт. Сьогодні частка імпорту на ринку іграшок складає більше 85%, причому в окремих сегментах (напр., у конструкторах, іграшках, що супроводжують мультсеріали, і деяких інших) вона може наблизитися до 100%. Левову частку імпорту на українському ринку іграшки стабільно займає Китай (більше  $\frac{3}{4}$  усього обсягу імпорту) [9, с. 404; 10]. При цьому серйозне занепокоєння викликає якість таких іграшок, особливо в нижчій ціновій категорії.

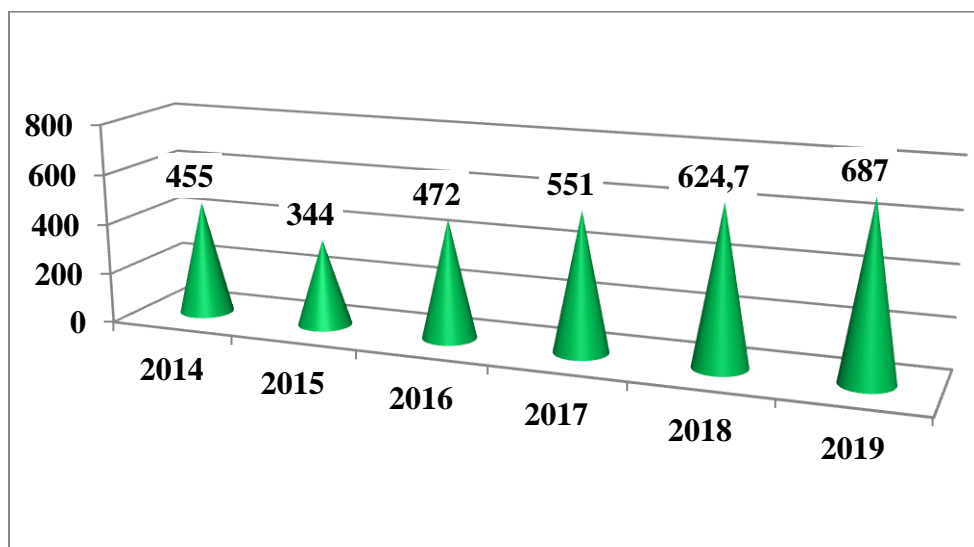


Рис. 1. Обсяги ринку дитячих іграшок в Україні в 2014-2019 роках, млн доларів США  
Джерело: [7, 8]

Зараз в Україні працює близько сотні підприємств, зайнятих виробництвом іграшок [11]. Лівову їх частку становлять малі приватні підприємства, які виробляють пластмасові або м'яконабивні іграшки. Великих спеціалізованих фабрик буквально одиниці.

За даними Державної служби статистики України, за останні роки виробництво дитячих іграшок, крім головоломок, має тенденцію до зростання. Обсяги виробництва ігор-головоломок за останні 2 роки значно впали – в 2019 році їх було випущено в 2,7 рази менше, ніж в 2015 році. Однак в кількісному вираженні саме ігор-головоломок в Україні випускається найбільше, винятком став 2019 рік, коли виробництво потягів іграшкових та приладдя для них; моделей у зменшеному розмірі інших, наборів для складання та конструкторів дитячих зросло майже вдвічі і сягнуло 3573,3 тис. шт. (рис. 2).

Сьогодні вітчизняні виробники намагаються закріпити свої позиції в сегментах пластмасової, м'яконабивної іграшки та дидактичної, розвиваючої або розважаючої іграшки з різних порід деревини.

Українські виробники вже навчилися боротися за частку на ринку за допомогою конкурентних переваг, виготовляючи якісний товар, який нічим не поступається за дизайном закордонному, а за безпечністю сировинних матеріалів часто є кращим. Крім того, українська іграшка ментально ближча нашому споживачеві.

Основними виробниками дитячих іграшок в Україні є компанії "Тигрес-Люкс" (пластмасові та м'яконабивні іграшки ТМ "Тигрес"), "Інтелком" (пластмасові іграшки ТМ "ТехнОК"), "Левеня" (дерев'яні іграшки ТМ "Кубіка"), Київська фабрика іграшок "Енергія Плюс" (дерев'яні конструктори, настільні та логічні ігри), "Kidsqo" (м'яконабивні іграшки), компанії "Віп-Тойс" (пластмасові іграшки ТМ "Doloni-Toys"), "Оріон" (пластмасові іграшки), "Мир Лео" (пазли, розвиваючі іграшки, набори для ліплення), "ArtMade", "Hega", "Древич", "Bigecotoys" (всі - дерев'яні іграшки), "Kidsori Toys" (настільні ігри, розвиваючі іграшки) тощо. Переважна більшість українських виробників працює на імпортих сировині та обладнанні.

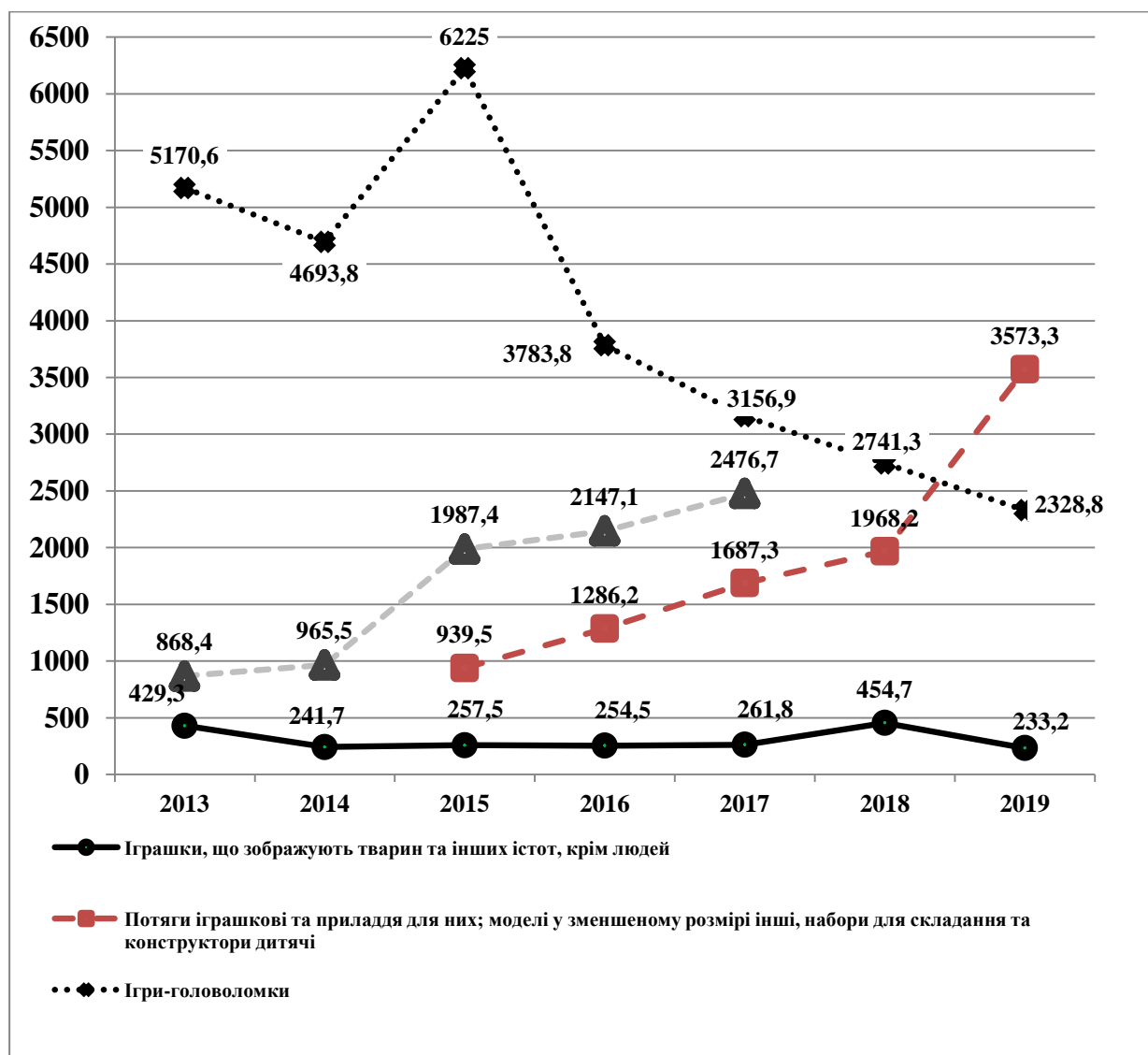


Рис. 2. Динаміка виробництва іграшок в Україні в 2013-2019 роках, тис. шт.

Джерело: [12]

Основні країни-експортери інших іграшок, моделей зменшеного розміру, головоломок (код за УКТЗЕД 9503) та виробів для атракціонів, настільних або кімнатних ігор (код за УКТЗЕД 9504) в Україну в 2017-2019 роках

Країна	Вартість, тис. дол. США			Питома вага, %		
	2017р.	2018р.	2019р.	2017р.	2018р.	2019р.
<b>Іграшки коду УКТЗЕД 9503</b>						
Китай	134330	157397	164118	84,39	85,05	86,38
Чехія	4088	3200	4016	2,57	1,73	2,11
В'єтнам	2360	4154	*	1,48	2,24	*
Угорщина	*	*	2681	*	*	1,41
Інші	18405	20316	19171	11,56	10,98	2607
<b>Іграшки коду УКТЗЕД 9504</b>						
Китай	13529	20249	28463	84,75	88,03	91,31
Російська Федерація	516	656	729	3,23	2,85	2,34
Ірландія	392	369	470	2,46	1,60	1,51
Інші	1527	1729	1511	9,57	7,52	4,85

\* - немає даних

Джерело: [10]

Особливо динамічно сьогодні розвивається виробництво пластмасових та дерев'яних розвиваючих іграшок. Попит на розвиваючі ігри, іграшки, кубики залишатиметься активним – це загальносвітовий тренд, та й українські батьки все частіше під час придбання іграшки керуються її розвивальними властивостями, а не тільки розважальними. В Україні розвиток цього сегмента ринку іграшок може стримуватися лише високою ціною виробів. Збірні моделі автомобілів, літаків та іншої техніки, металеві іграшки, ляльки, високотехнологічні іграшки в Україні практично не випускаються. Щоправда, є кілька компаній, що випускають збірні моделі, але значна частина їх продукції (до 90%) постачається на експорт.

За даними державної фіскальної служби України, обсяги імпорту та експорту моделей зменшеного розміру, головоломок (код за УКТЗЕД 9503) та виробів для атракціонів, настільних або кімнатних ігор (код за УКТЗЕД 9504) з 2015 року зростають. При цьому в 2019 році було імпортовано найбільшу кількість цих іграшок за весь досліджуваний період. Також рекордними були обсяги експорту іграшок коду за УКТЗЕД 9504. Але слід відмітити, що в зовнішній торгівлі іграшками спостерігається негативне сальдо. При цьому, якщо середня ціна імпортованих іграшок коду за УКТЗЕД 9503 в 2019 році була незначно нижчою, ніж експортованих (7,72 : 7,78 дол./кг), то середня ціна імпорту іграшок коду УКТЗЕД 9504 була більш ніж втричі вищою за ціну експорту (6,3 : 20,3 дол./кг). [13]

Основними постачальниками дитячих іграшок в Україну в 2017-2019 роках були Китай, Чехія, В'єтнам, Угорщина, Російська Федерація та Ірландія (табл. 1).

Найбільшим постачальником іграшок є Китай. Його частка в загальному обсязі імпорту іграшок постійно зростає і в 2019 році в грошовому вираженні склала 86,38 % для іграшок коду УКТЗЕД 9503 та 91,31 % для іграшок коду УКТЗЕД 9504.

Українські іграшки товарних позицій 9503 та 9504 в найбільших обсягах в 2017-2019 роках експортувалися до Російської Федерації, Польщі, США, Латвії та Казахстану (табл. 2).

Найбільше дитячих іграшок постачалося з України до Росії. При цьому чітко видно тенденцію до зменшення частки Росії в експорті українських іграшок, хоча в грошовому вираженні зменшення експорту до Росії не є надто суттєвим.

За каналами збуту в Україні безумовним лідером є спеціалізовані роздрібні мережі, які, за даними УАП, у 2019 році забезпечили 63% загального продажу дитячих іграшок. При цьому з кожним роком частка спеціалізованих магазинів в загальних обсягах продажу зменшується, українці все частіше купують іграшки на заправках, у книжкових магазинах, кіосках, на ринках, у супермаркетах та в Інтернеті [8].

З огляду на темпи зростання українського e-commerce можна з упевненістю прогнозувати, що цей сегмент буде відігравати все важливішу роль. А найбільше виграють компанії, готові запропонувати споживачеві як покупку в традиційному магазині, так і продаж через Всесвітню павутину з оперативною доставкою, відправкою поштовими операторами або самовивозом замовлення з пункту видачі. Розвитку інтернет-торгівлі загалом, і дитячими іграшками в тому числі, сприяє ситуація з пандемією коронавірусу Covid 19 в світі, особливо під час дії особливої ситуації та карантинних заходів.

**Основні країни-імпортери інших іграшок, моделей зменшеного розміру, головоломок  
(код за УКТЗЕД 9503) та виробів для атракціонів, настільних або кімнатних ігор  
(код за УКТЗЕД 9504) з України в 2017-2019 роках**

Країна	Вартість, тис. дол. США			Питома вага, %		
	2017р.	2018р.	2019р.	2017р.	2018р.	2019р.
<b>Іграшки коду УКТЗЕД 9503</b>						
Російська Федерація	10066	10194	7726	39,48	34,39	27,21
Польща	1984	2337	*	7,78	7,88	*
США	*	*	2982	*	*	10,50
Латвія	1758	3422	4193	6,90	11,55	14,77
Інші	11688	13686	13497	45,84	46,18	47,53
<b>Іграшки коду УКТЗЕД 9504</b>						
Російська Федерація	1409	1780	1491	50,45	32,28	25,98
Польща	385	923	846	13,78	16,74	14,74
Казахстан	230	*	*	8,23	*	*
США	*	609	1118	*	11,04	19,48
Інші	769	2203	2284	27,53	39,95	39,80

\* - немає даних

Джерело: [10]

Найбільш популярними є іграшки для творчості і розвитку дітей. Пов'язано це з тим, що для найменших дітей складно такі іграшки чим-небудь замінити. Далі за популярністю йдуть конструктори, машинки, трансформери, настільні ігри, пазли, ляльки і пупси. За даними Price Media, до топ-10 найпопулярніших іграшок в Україні в 2019 році увійшли фігурки Леді Баг та Супер Кіт, L.O.L. Surprise, ігровий набір Kidkraft, гра Beyblade Burst Evolution, двомовна фургон-кухня Chicco, інтерактивна лялька Luvabella, м'які іграшки Fingerlings Hugs, кран на дистанційному управлінні Dickie Toys, інтерактивний песик Wow Wee. У топ-5 брендів в категорії ліцензійних іграшок за мотивами мультфільмів або фільмів для дітей входять такі бренди, як Barbie, Peppa Pig, Paw Patrol, LOL Surprise!, Baby Born і Robocar POLI. [7] Тобто в цих рейтингах відсутні українські іграшки. Вітчизняній іграшці важко конкурувати з розрекламованими світовими брендами, і боротьба глобальних та локальних брендів на ринку дитячих іграшок є однією з основних проблем галузі.

Хоча рішення про придбання іграшки приймають батьки, керуючись її безпечністю та ціною, бажання дитини відіграє далеко не останню роль. Іграшка завжди є подарунком і повинна викликати позитивні емоції, відчуття задоволення. Дитина завжди більше зрадіє іграшці-герою улюбленого мультфільму, ніж подібній іграшці з невідомим їй персонажем. Тому впізнаваність персонажів, втілених у іграшки, є одним із вагомих критеріїв зростання популярності іграшки вітчизняного виробництва. Саме цей момент може бути вирішальним для правильної побудови бізнес-моделі та маркетингової кампанії виробників іграшок. Адже українські

іграшки, створені на умовах використання ліцензійних брендів (найчастіше йдеться про впізнаваних персонажів мультсеріалів), будуть дешевшими від імпортних аналогів і водночас привабливішими для дитини у порівнянні із іграшками без імені, які не викликають емоцій. Тому, на думку багатьох експертів, саме ліцензійні іграшки можуть стати черговим фактором зростання ринку [15].

Діти люблять іграшку незалежно від країни-виробника чи бренда. Тому в українського виробника є величезні шанси зайняти цю нішу. Але в Україні практично відсутні локальні бренди. Успіх локального бренду можливий у співпраці з українським кінематографом та за участі провідних ліцензіатів. Цей процес є взаємовигідним – популярність героїв мультфільму сприяє популярності ліцензійних дитячих іграшок, а іграшки, в свою чергу, підтримують цікавість до мультфільму. На популярність іграшки з ліцензійним брендом працює трансляція мультсеріалу, використання бренду в іграх, книжках, канцелярії, продуктах харчування тощо. В Україні ж подібний контент для дітей почав діяти кілька років тому з активізацією виробництва українського кіно та мультфільмів. Цей процес поки що в зародковому стані, але є надія, що він може стати одним з чинників зростання українського виробництва дитячих іграшок і наші діти в майбутньому будуть бавитися іграшками з використанням національних культурних образів.

Становлення та розвиток вітчизняної індустрії дитячих іграшок має велике значення для виховання підростаючого покоління та формування патріотичної та свідомої людини. На думку провідних українських вчених, сучасна лялька, предметне й природне оточення персонажів настільних ігор,

кольори й форми, звуки й мелодії іграшок тощо не відповідають національному культурному коду, а часто й суттєво суперечать йому. Психологи переконані, що покоління дітей, виховане на іноземних іграшках, що не мають нічого загального з українською дійсністю, поступово входить у культуру іншого народу [3, с. 12-13].

Великою проблемою є якість та безпечність дитячих іграшок, представлених на українському ринку. За даними АП, на ринку України близько 50-60% іграшок не відповідають встановленим вимогам. Типовими порушеннями є перевищення вмісту шкідливих речовин, неякісні матеріали, інтенсивність запаху, займістість матеріалу, надмірний звуковий тиск, неякісне збирання чи конятування, відсутність інструкції, попереджень, вказівок, для якого віку підходять іграшки тощо. Крім цього, на ринку є велика кількість підробок [8]. 28.02.2018 року постановою Кабінету Міністрів України затверджено нову редакцію Технічного регламенту безпечності іграшок, в якому визначено суттєві та спеціальні вимоги щодо безпечності іграшок, обов'язки виробників, імпортерів, розповсюджувачів та зазначено обов'язковість процедури оцінювання відповідності дитячих іграшок з нанесенням знака відповідності на іграшку перед введенням іграшок в обіг. При цьому Технічний регламент встановлює вимоги до фізичних, хімічних, гігієнічних властивостей дитячих іграшок. Психологічна безпека дитячих іграшок не регламентується і, відповідно, не перевіряється. На нашу думку, було б доцільно запровадити в Україні аналог європейської системи оповіщення про небезпечні товари нехарчового призначення RAPEX і занести до бази небезпечні товари або хоча б активно використовувати дані RAPEX під час ввезення імпортованих іграшок на митну територію України та під час контрольних перевірок. Принаймні в ЄС це дозволяє швидко виявляти підробки та мінімізувати ризики.

Сьогодні український ринок дитячих іграшок насичений виробами різних брендів, якості, ціни. В таких умовах одним з чинників зростання ринку може стати цінова корекція, тобто встановлення справедливих цін. Адаже ніхто не хоче переплачувати, коли ринок наповнений товаром контрастних цін. Виробникам, імпортерам та споживачам варто пам'ятати, що ціна та якість є взаємозалежними показниками; ціна іграшки має співвідноситися з її ігровими можливостями та довговічністю.

**Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі.** Отже, на основі проведеного дослідження можна зробити висновок, що ринок дитячих іграшок в Україні розвивається і є досить перспективним. Але ринок перенасичений товарами закордонного виробництва, які часто не відповідають встановленим вимогам щодо якості та безпечності. Основними проблемами, що гальмують розвиток вітчизняного виробництва іграшок, є відсутність державної підтримки; залежність виробників від імпоротної сировини та обладнання; відсутність пільгового кредитування; неефективний

державний контроль за безпечністю та якістю дитячих іграшок; відсутність контролю за психологічною безпечністю іграшок; незначна кількість локальних брендів і їх неспроможність конкурувати з глобальними брендами; засилля на ринку іграшок, що пропагують чужу культуру і не відповідають національному культурному коду; складність конкуренції з дешевими небрендовими китайськими іграшками низької якості, які переважають на ринку. Перспективами подальших досліджень в даному напрямі є науково-дослідні роботи та більш детальний аналіз вітчизняного виробництва та споживання дитячих іграшок, застосування критеріїв якості та безпечності іграшок, в т.ч. психологічної, що відповідають світовому рівню і світовим стандартам.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Дідченко Ю. О. Дослідження ринку дитячих товарів в Україні / Дідченко Ю. О., Юдіна Н. В. // Актуальні проблеми економіки та управління : збірник наукових праць молодих вчених (електрон. вид.). – 2018. – № 12. URL: <http://ape.fmm.kpi.ua/article/view/134430/131004> (дата звернення: 14.03.2020).
2. Загарницька І. І. Проблеми та перспективи становлення вітчизняної індустрії дитячих товарів / Загарницька І. І. // Вісник Інституту розвитку дитини. Сер. Філософія, педагогіка, психологія. – 2015. – Вип. 37. – С. 23-29.
3. Загарницька І. І. Роль сучасних іграшок в житті дитини / Загарницька І. І. // Нова парадигма. Філософія. Політологія. Соціологія : журнал наук. праць нац. пед. ун-ту ім. М.П. Драгоманова. – К. : Вид-во НПУ ім. М. П. Драгоманова, 2011. – Вип. 103. – С. 11-17.
4. Олексієнко А. Б. Сучасний стан ринку дитячих іграшок в Україні / Олексієнко А. Б., Григоренко І. В. // Наукові здобутки молоді - вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті : матеріал. IV міжнар. наук. конф. молодих учених, аспірантів і студентів, 13-14 квітня 2016 р. –К. : НУХТ, 2016. Ч. 1. – С. 121.
5. Теодорська Л. Особливості рекламування "дитячих" товарів / Теодорська Л. // Вісник Харківського національного університету ім. В.Н. Каразіна. Серія "Соціальні комунікації". – 2018. – № 12. – С. 97-101.
6. Шубін О. О. Особливості формування та просування дитячого бренду / Шубін О. О., Кривоніс А. О. // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2012. – № 4. – С. 105-111.
7. Toy Story: ринок іграшок України в цифрах, фактах і графіках. URL: <https://tau.ua/povuni/gynok-igrushek-ukrainy-v-tsifrah/> (дата звернення: 22.03.2020).
8. Чим небезпечні дитячі іграшки: як розпізнати підробку і не нашкодити дитині. URL: <https://wz.lviv.ua/news/405158-chym-nebezpechni-dytiachi-igrashky-iak-rozpiznaty-pidrobku-i-nenashkodyty-dytyni> (дата звернення: 22.03.2020).

9. Статистичний щорічник України за 2018 рік / [за ред. Вернера І. Є.]. – К. : Державна служба статистики України, 2019. – 482 с.

10. Зовнішня торгівля України із зазначенням основних країн – контрагентів. Державна фіскальна служба України. URL: <http://sfs.gov.ua/ms/f3> (дата звернення: 22.03.2020).

11. Як справи в галузі? Історія іграшок. URL: <https://gc.ua/uk/yak-spravi-v-galuzi-istoriya-igrashok/> (дата звернення: 23.03.2020).

12. Виробництво промислової продукції за видами в 2013-2019 роках. Статистична інформація Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 22.03.2020).

13. Сумарний обсяг імпорту та експорту у розрізі товарних позицій за кодами УКТЗЕД. URL: <http://sfs.gov.ua/ms/f11> (дата звернення: 23.03.2020).

14. Зовнішня торгівля України із зазначенням основних країн – контрагентів. Державна фіскальна служба України. URL: <http://sfs.gov.ua/ms/f3> (дата звернення: 23.03.2020).

15. Український ринок іграшок: де шукати додаткові фактори зростання? URL: <https://sostav.ua/publication/ukrajinskij-rinok-igrashok-de-shukati-dodatkovyi-faktori-zrostannya-80231.html> (дата звернення: 26.03.2020).

#### REFERENCES

1. Didchenko, Yu. O. and Yudina, N. V. (2018), *Doslidzhennia rynku dytiachykh tovariv v Ukraini, Aktual'ni problemy ekonomiky ta upravlinnia* : zbirnyk naukovykh prats' molodykh vchenykh (elektron. vyd.), № 12, available at: <http://http://ape.fmm.kpi.ua/article/view/134430/131004> (Accessed: 14.03.2020).

2. Zaharnyts'ka, I. I. (2015), *Problemy ta perspektyvy stanovlennia vitchyznianoï industriï dytiachykh tovariv*, *Visnyk Instytutu rozvytku dytyny*. Ser. Filosofiia, pedahohika, psykhohiia, vyp. 37, s. 23-29.

3. Zaharnyts'ka, I. I. (2011), *Rol' suchasnykh ihrashok v zhytti dytyny, Nova paradyhma. Filosofiia. Politohiia. Sotsiologiia* : zhurnal nauk. prats' nats. ped. un-tu im. M.P. Drahomanova, Vyd-vo NPU im. M. P. Drahomanova, Kyiv, vyp. 103, s. 11-17.

4. Oleksienko, A. B. and Hryhorenko, I. V. (2016), *Suchasnyj stan rynku dytiachykh ihrashok v Ukraini, Naukovi zdobutky molodi - vyrishenniï problem kharchuvannia liudstva u KhKhI stolitti* : mater. 82 mizhnar. nauk. konf. molodykh uchenykh,

aspirantiv i studentiv, 13-14 kvitnia 2016 r., NUKhT, Kyiv, Ch. 1, s. 121.

5. Teodors'ka L. (2018), *Osoblyvosti reklamuvannia "dytiachykh" tovariv*, *Visnyk Kharkivs'koho natsional'noho universytetu im. V.N. Karazina. Seriia "Sotsial'ni komunikatsii"*, № 12, s. 97-101.

6. Shubin, O. O. and Kryvonis, A. O. (2012), *Osoblyvosti formuvannia ta prosuvannia dytiachoho brenda, Marketynh i menedzhment innovatsij*, № 4, s. 105-111.

7. *Toy Story: rynek ihrashok Ukrainy v tsyfrakh, faktakh i hrafikakh*, available at: <https://rau.ua/novyni/rynok-igrushek-ukrainy-v-tsifrah/> (Accessed: 22.03.2020).

8. *Chym nebezpechni dytiachi ihrashky: iak rozpiznaty pidrobku i ne nashkodyty dytyni*, available at: <https://wz.lviv.ua/news/405158-chym-nebezpechni-dytiachi-ihrashky-iak-rozpiznaty-pidrobku-i-ne-nashkodyty-dytyni> (Accessed: 22.03.2020).

9. *Statystychnyj schorichnyk Ukrainy za 2018 rik*, za red. Vernera I. Ye. (2019), *Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy*, Kyiv, 482 s.

10. *Zovnishnia torhivlia Ukrainy iz zaznachenniam osnovnykh krain – kontrahentiv. Derzhavna fiskal'na sluzhba Ukrainy*, available at: <http://sfs.gov.ua/ms/f3> (Accessed: 22.03.2020).

11. *Yak spravy v haluzi? Istoriia ihrashok*, available at: <https://gc.ua/uk/yak-spravi-v-galuzi-istoriya-igrashok/> (Accessed: 23.03.2020).

12. *Vyrobnytstvo promyslovoi produktsii za vydamy v 2013-2019 rokakh. Statystychna informatsiia Derzhavnoi sluzhby statystyky Ukrainy*, available at: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (Accessed: 22.03.2020).

13. *Sumarnyj obsiah importu ta eksportu u rozrizi tovarnykh pozysij za kodamy UKTZED*, available at: <http://sfs.gov.ua/ms/f11> (Accessed: 23.03.2020).

14. *Zovnishnia torhivlia Ukrainy iz zaznachenniam osnovnykh krain – kontrahentiv. Derzhavna fiskal'na sluzhba Ukrainy*, available at: <http://sfs.gov.ua/ms/f3> (Accessed: 23.03.2020).

15. *Ukrains'kyj rynek ihrashok: de shukaty dodatkovyi faktory zrostannia?*, available at: <https://sostav.ua/publication/ukrajinskij-rinok-igrashok-de-shukati-dodatkovyi-faktori-zrostannya-80231.html> (Accessed: 26.03.2020).

*Стаття надійшла до редакції 30 березня 2020 р.*