

Маркетинговый анализ мирового и регионального рынка детских игрушек

Введение.

Развитие мирового рынка игрушек определяется двумя важными факторами – быстрым развитием электроники и изменением демографической ситуации. В свете снижающейся рождаемости в развитых странах и более раннего, нежели раньше, развития детей коммерческий успех все больше зависит от инновационности продуктов и хорошо организованных маркетинговых кампаний.

Ассортимент игрушек многообразен и непрерывно обновляется с учетом последних достижений в различных областях знаний. Многие игрушки оснащаются электроникой и другими механизмами, приводящими игрушки в движение, обеспечивающими выполнение голосовых команд, превращающими их в игрушки с искусственным интеллектом.

Рынок детских игрушек является одним из самых перспективных направлений бизнеса. По данным экспертов повышенным спросом пользуются развивающие игрушки, а также игрушки на батарейках, построенные на базе электронных схем.

Игрушки бывают многих видов – мягкие, пластмассовые, резиновые, деревянные, механические, музыкальные, водоплавающие и т.д. Также игрушки могут быть обучающие, развивающие, лечущими и развлекающие.

В соответствии с требованиями, детская игрушка должна быть сделана исключительно из экологически чистого материала, и не должна выделять токсические вещества, даже при длительном сроке её использования. По данным исследователей LIMA (*Ассоциация производителей лицензионных товаров*), примерно 15% всех детских игрушек выделяют ядовитые вещества. С точки зрения, медицинского аспекта, у игрушки не должно быть острых краев, винтиков, торчащих наружу и всевозможных опасных креплений, в результате которых ребенок может пораниться или даже покалечиться.

Виды игрушек подразделяются по принципу соотносимости с разными видами игр: сюжетными, дидактическими, спортивными, играми-развлечениями.

Самые распространенные виды игрушек:

- 1) куклы;
- 2) фигурки людей;
- 3) фигурки животных;

- 4) предметы игрового обихода;
- 5) театральные;
- 6) празднично-карнавальные;
- 7) технические.

Классификация игрушек

По степени готовности	<ol style="list-style-type: none"> 1. Готовые; 2. Сборно-разборные, состоящие из трансформирующихся частей и деталей; 3. Заготовки и полуфабрикаты для игрушек-самоделок; 4. Набор различных материалов для создания игрушек-самоделок.
По виду применяемого сырья	<ol style="list-style-type: none"> 1. Деревянные; 2. Пластмассовые; 3. Металлические; 4. Из тканей, в том числе набивные игрушки; 5. Резиновые; 6. Из бумаги и картона; 7. Из керамики, фарфора и фаянса; 8. Из древесных материалов, папье-маше; 9. Из новых синтетических материалов.
По величине	<ol style="list-style-type: none"> 1. Мелкие (размером от 3 до 10 см); 2. Средние (размером от 10 до 50 см); 3. Крупногабаритные (соразмерные росту детей в разные возрастные периоды).
По функциональным свойствам	<ol style="list-style-type: none"> 1. Простые, без подвижных деталей; 2. С подвижными деталями, механические; 3. Гидравлические; 4. Пневматические; 5. Магнитные; 6. Электрифицированные; 7. Электронные (на компьютерной основе); 8. Наборы игрушек (или деталей) - совокупность деталей одной или нескольких игрушек, связанных между собой по назначению или функциональному признаку; 9. Игровые комплекты, объединенные единой темой (задачей).
По художественно-образному решению	<ol style="list-style-type: none"> 1. Реалистические; 2. Условные; 3. Конструктивные.

Мягкая игрушка – игрушка из меха или другой мягкой ткани, наполненная мягким материалом. Для набивки используются современные материалы: синтепон, холофайбер, синтетические гранулы и т.п.

Кукла – предмет в виде человека или животного, сделанный из фарфора, пластика, бумаги, дерева и других материалов.

Совокупный размер мирового рынка мягких игрушек и кукол составляет около 40% от емкости мирового рынка. При этом объем рынка кукол занимает 25% от объема всей мягкой игрушки. Таким образом, мягкие составляют наибольший сегмент рынка игрушек. Во многом это объясняется тем, что игрушка востребована потребителями всех возрастов и любого достатка, являясь универсальным подарком.

Наиболее активно игрушки приобретаются в семьях с детьми в возрасте до 5 лет: 87% таких семей покупают игрушки хотя бы один раз в три месяца. Чем старше становится ребенок, тем дороже игрушки ему покупают.

Рынок мягких игрушек чувствителен к росту рождаемости и «демографическим волнам». Это связано с тем, что дети младшего возраста являются наиболее активными потребителями игрушек. Но по соображениям безопасности мягкие игрушки не рекомендуют давать детям до 3-х лет, поэтому принято считать, что ее активное потребление начинается после достижения этого возраста. Однако, по данным исследований, произведенных LIMA, 29% родителей покупают мягкую игрушку и детям до 3-х лет.

I. Основные участники рынка игрушек

В индустрии игрушек работают около 2 000 компаний-производителей. Большинство участников рынка представляют собой малые и средние предприятия. Например, по данным Ассоциации игрушечников ЕС, только 4% компаний имеют товароборот больше 40 млн. евро, в то же время штат 85% компаний насчитывает не более 50 сотрудников. Всего в индустрии игрушек заняты примерно 100 000 человек, половина из которых работают в производстве. Другая половина приходится на сферу научных исследований, маркетинг, продажи, логистику и т.д.

Сегодня на мировом рынке игрушек усиливается тенденция к доминированию известных фирменных знаков (*брендов*), увеличению продаж лицензионных игрушек, созданных по фильмам (*книгам, играм и т.д.*), и стабильному росту оборотов крупных компаний за счет добавления новых свойств к известным продуктам.

На данный момент мировой рынок насчитывает шесть крупнейших игроков: «Mattel», «Hasbro», «Bandai», «MPA», «LeapFrog» и «LEGO». Последние десять лет на игрушечном рынке идет массовая консолидация активов, организованная такими американскими гигантами, как «Mattel» и «Hasbro». При этом на рынке игрушек существуют тысячи компаний различных размеров и специализаций. Следует отметить, что подавляющее большинство в данной отрасли – это небольшие игроки, которые вполне конкурентоспособны.

«Mattel Inc» (NYSE: MAT) – американская компания, производитель игрушек, выпускающий знаменитую куклу Барби. Штаб-квартира – в Эль Сегундо, штат Калифорния. Численность персонала – 26 000 человек. Продажи компании более 7 млрд. долл, чистая прибыль – 500 млн. долл. Куклы Barbie обеспечивают треть продаж корпорации. Сегодня компания «Mattel» является одним из крупнейших производителей игрушек во всем мире. Продукция знаменитого бренда продается в 150 странах. Среди игрушек компании особенно выделяются куклы Barbie, коллекция машинок «Hot Wheels», а также брендированные игрушки, которые компания выпускает по договору с «Warner Brothers»: «Супермен», «Бэтмен», «Гарри Поттер» и др.

Продукция «Mattel» производится на фабриках в Китае, Индонезии, Малайзии и Мексики. При этом около половины продаж «Mattel» генерируют три крупнейших торговых сети мира (в плане игрушек): «Wal-Mart», «Target» и «Toys'r'Us».

«Hasbro» – компания, занимающаяся производством игрушек и настольных игр, располагается в США. Является одной из наиболее крупных компаний, занимающихся производством игрушек в мире. Штаб-квартира компании располагается в городе Паутаке, штат Род-Айленд. Большая часть продукции компании производится в странах восточной Азии. В настоящее время Hasbro имеет ряд дочерних компаний, которые выпускают игры под своими брендами и проводят самостоятельные рекламные кампании. Многие игры производства Hasbro стали частью массовой культуры.

Крупнейшей дочерней компанией «Hasbro» является «Kenner» (Цинциннати, штат Огайо). «Kenner» – компания-производитель игрушек, прославившаяся такими продуктами как «Star Wars», «Play-Doh», «Super Powers», «M. A. S. K.», «Strawberry Shortcake», «Care Bears» и др.

На данный момент «Hasbro» обладает рядом дочерних компаний: «Avalon Hill», «CBS Toys», «Colecoco», «Child Guidance», «Claster Television», «Galoob», «Kenner», «Larami», «Maisto», «Milton Bradley», «Parker Brothers», «Playskool Selchow and Righter», «Tiger Electronics», «Tonka», «Wizards of the Coast», «Wreabbit TSR», «Atari» и др.

«Lego» – это серия развивающих игрушек, представляющих собой наборы деталей для сборки и моделирования разнообразных предметов (*конструкторы*). Основой наборов является кирпичик «LEGO» – деталь, представляющая собой полый пластмассовый блок, соединяющийся с другими такими же кирпичиками на шипах.

Компания была основана в 1932 г. Наборы «Lego» выпускает группа компаний «LEGO Group», главная компания которой находится в Дании. Также, в Дании, на полуострове Ютландия, в городе Биллунд, находится и самый большой Леголенд в мире – город, полностью построенный из конструктора LEGO.

«SMOBY» – французская компания, и известный мировой производитель, который проектирует и производит игрушки для детей от 0 до 10 лет. Компания основана в 1924 г. Но на тот момент о детских игрушках руководство компании Smoby не строило планов. Все начиналось с производства аксессуаров для курения табака. Старт в детском направлении компания взяла в 1970 г. С этого момента компания больше не меняла курс, и на сегодняшний день занимает лидирующие позиции в этой сфере. В игрушечном секторе Smoby Majorette разносторонне развивает ассортимент выпускаемой продукции, работая с широким диапазоном направлений, регулярно открывая новые, на которые есть спрос потребителей во всех странах. Диапазоны направлений в целом составляет 75% предложения рынка.

Начав с французского рынка сбыта, компания SMOBY в течение короткого времени заняла лидирующие позиции на европейском рынке, а теперь представила свой ассортимент мировому рынку детских игрушек. 90% филиалов Smoby Majorette находятся по всему свету и 65% товаров продается за пределами Франции. На сегодняшний день уже открыто 18 филиалов, которые распределяют широкий спектр товаров в Западной Европе, России, Южной Америке и Азии, принимая во внимание определенные культурные особенности каждой страны, с поддержкой высокоэффективной международной системы логистики.

Согласно исследованиям, наиболее популярными местами покупок товаров для детей являются специализированные детские магазины, а также гипермаркеты.

Крупнейшими продавцами игрушек в мире являются компании «Wal-Mart», «Toys "R" Us» и «Target». По данным американской консалтинговой компании «The NPD Group», 54% продаж игрушек приходится на большие магазины (*гипермаркеты*) и магазины, продающие товар по сниженным ценам (*дискаунтеры*). Последние несколько лет эти виды розницы продолжают увеличивать свою долю в продажах. На втором месте идут специализированные магазины игрушек, которые заняли 20%. Продажи по Интернету составили 6%.

За последние несколько лет, ряд стран использовали различные механизмы, позволяющие им защитить внутреннее производство игрушек. Например, в Бразилии в течение 10 лет действовал запрет на рекламу продукции иностранного игропрома, что значительно затруднило продвижение иностранных компаний. Самым большим новым барьером, по мнению аналитиков Министерства торговли США, является соглашение об ужесточении требований к качеству китайской продукции со стороны Евросоюза.

II. Рынок детских игрушек

Порядка 70% производимых в мире игрушек китайского происхождения, в том числе производимых в Гонконге. При этом страны Европы занимают порядка 20% мирового производства игрушек.

Следует отметить, что в Китае размещено производство большинства американских игрушечных корпораций. Кроме того, китайцы обладают многими уникальными материалами и способами производства.

Производство игрушек в Китае четко локализовано – 78,6% всей созданной в КНР продукции происходит из провинции Гуандун. Там дислоцируется 60% китайских компаний – около 5 000. Всего, по данным Китайской ассоциации игрушечников, в стране действует более 8 000 компаний-изготовителей, которые выпускают более 30 000 видов игрушек.

Мировая торговля детскими игрушками динамично развивается. Так по данным статистического бюро ООН («Trade Map»), мировая торговля детскими игрушками (*код ТН ВЭД 950300 – трехколесные велосипеды, самокаты, педальные автомобили и аналогичные игрушки на колесах; коляски для кукол; куклы; прочие игрушки; модели в уменьшенном размере (в масштабе) и аналогичные модели для развлечений; головоломки всех видов*) за последние пять лет (2014-2018 гг.) **выросла на 11% – с 45 до 50 млрд. долл.**

Основными экспортерами игрушек являются Китай (25,5 млрд. долл) и Гонконг (2,7 млрд. долл). Совокупный экспорт детских игрушек материкового Китая и Гонконга составляют более 60% глобального экспорта.

Также в десятку крупнейших поставщиков игрушек на мировой рынок входят Чехия (2,5 млрд. долл), Германия (2,2 млрд. долл), Нидерланды (1,3 млрд. долл), США (1,2 млрд. долл), Великобритания (887 млн. долл), Вьетнам (803 млн. долл), Бельгия (772 млн. долл) и Мексика (768 млн. долл).

На долю вышеуказанных стран основных экспортеров игрушек приходится 84% мировых поставок.

Ведущим рынком сбыта игрушек является США. На долю американского рынка приходится **29,5%** (14,8 млрд. долл) мирового импорта игрушек. Также крупными импортерами являются страны Европы – Германия (3,3 млрд. долл), Великобритания (2,7 млрд. долл) и Франция (2,2 млрд. долл), а также Япония (2,3 млрд. долл), Гонконг (1,7 млрд. долл), Канада (1,6 млрд. долл) и др.

Информация по основным странам-импортерам игрушек за 2016-2018 гг.

тыс. долл

№	Страна-импортер	Игрушки (код ТН ВЭД 950300)		
		2016 г.	2017 г.	2018 г.
Всего в мире		46 549 390	49 023 550	50 115 065
1	<i>США</i>	14 592 856	14 970 763	14 777 396
2	<i>Германия</i>	2 980 254	3 105 653	3 330 099
3	<i>Великобритания</i>	2 878 962	2 811 844	2 748 264
4	<i>Япония</i>	1 996 230	2 126 819	2 280 572
5	<i>Франция</i>	2 106 646	2 265 514	2 164 342
6	<i>Гонконг</i>	2 022 035	1 972 185	1 670 141
7	<i>Канада</i>	1 431 120	1 485 713	1 559 361
8	<i>Нидерланды</i>	1 022 625	1 152 319	1 420 807
9	<i>Россия</i>	1 001 725	1 184 236	1 296 392
10	<i>Италия</i>	1 096 366	1 079 184	1 234 285
11	<i>Польша</i>	856 408	1 057 266	1 138 258
12	<i>Чехия</i>	1 038 058	1 039 668	1 075 379
13	<i>Бельгия</i>	1 051 224	1 077 597	1 058 660
14	<i>Австралия</i>	952 155	1 033 137	1 054 717
15	<i>Испания</i>	1 011 990	1 037 791	1 037 050
16	<i>Другие страны</i>	10 510 736	11 623 861	12 207 141

Источник: Данные статистического бюро ООН «Trade Map».

На первые 15 стран импортеров приходится более 75% доли мирового импорта игрушек.

Основные покупатели игрушек – это дети. Статистика показывает, что число детей в мире с каждым годом сокращается. Например, в Европе 40% населения старше 60 лет. К тому же 2/3 детей живут в Азии, а основные страны – потребители игрушек – страны Европы и Северной Америки.

III. Региональный рынок игрушек

Для изучения объемов регионального рынка игрушек рассмотрены следующие страны: Азербайджан, Армения, Афганистан, Беларусь, Грузия, Казахстан, Кыргызстан, Молдова, Монголия, Россия, Таджикистан, Туркменистан и Украина.

По данным «Trade Map», совокупный импорт этих стран в 2018 г. составил **1,8 млрд. долл** (3,6% от мирового импорта), который вырос по отношению к 2017 г. на 14%.

Информация по импорту игрушек стран СНГ и Афганистана за 2016-2018 гг.

тыс. долл

№	Страна-импортер	Игрушки (код ТН ВЭД 950300)		
		2016 г.	2017 г.	2018 г.
Всего 13 стран		1 310 206	1 569 902	1 790 446
1	<i>Россия</i>	1 001 725	1 184 236	1 296 392
2	<i>Украина</i>	135 334	159 021	222 371
3	<i>Казахстан</i>	70 991	88 606	121 168
4	<i>Беларусь</i>	45 791	58 723	71 868
5	<i>Грузия</i>	15 964	22 241	21 164
6	<i>Молдова</i>	9 814	18 280	18 280
7	<i>Азербайджан</i>	9 205	12 270	12 270
8	<i>Кыргызстан</i>	6 395	8 591	10 148
9	<i>Армения</i>	4 846	6 581	6 581
10	<i>Монголия</i>	2 550	3 849	3 849
11	<i>Туркменистан</i>	3 367	2 826	2 826
12	<i>Афганистан</i>	1 410	2 977	2 728
13	<i>Таджикистан</i>	2 814	1 701	1 064

Источник: Данные статистического бюро ООН «Trade Map».

При этом 72% от общего импорта этих стран пришлось на Россию – 1,3 млрд. долл. Также, основными импортерами на региональном рынке являются Украина (12,4%) и Казахстан (6,8%).

Вместе с тем, импорт игрушек соседних стран по итогам 2018 г. составил 137,9 млн. долл. Основным импортером явился Казахстан – 121,2 млн. долл (88% от совокупного импорта соседних стран). Сумма импорта Кыргызстана составляет 10,1 млн. долл (7,4%), Туркменистана – 2,8 млн. долл (2,0%), Афганистана – 2,7 млн. долл (2,0%), Таджикистана – 1,1 млн. долл (0,8%).

По оценкам экспертов, более 70% регионального рынка игрушек занимают китайские изделия, импорт которых не учитывается в официальных статистических службах. Данная продукция завозиться «серыми» схемами импорта, посредством «челночных» поставок и не учитывается в таможенных органах.

IV. Конъюнктура рынка

Согласно исследованиям информационно-аналитического онлайн-портала Statista.com, средняя сумма, расходуемая на одного ребенка, была самой высокой в Австралии – 500 долл. В Великобритании расходы на одного ребенка составили в среднем 499 долл. В США средний показатель составлял 482 долл, Японии – 379 долл, Германии – 363 долл, Франции – 352 долл, Канада – 347 долл.

Средняя сумма, потраченная на покупку игрушек на одного ребенка в 2015 г. в разрезе отдельных стран

№	Страна	Средняя сумма расхода (долл)
1	<i>Австралия</i>	500
2	<i>Великобритания</i>	499
3	<i>США</i>	482
4	<i>Япония</i>	379
5	<i>Германия</i>	363
6	<i>Франция</i>	352
7	<i>Канада</i>	347

Источник: Данные ИА «Statista.com».

При этом по данным российской группы компаний «Детский мир», в 2017 г. средняя розничная цена одной игрушки в России в предновогодний период составила 20 долл.

V. Узбекистан

В 2018 г. импорт игрушек в Узбекистан составил **3,2 млн. долл**, который увеличился по отношению к 2017 г. на 55%.

Основными поставщиками игрушек на узбекский рынок явились: Китай – 2,9 млн. долл (93% от совокупного импорта Узбекистана), Россия – 82 тыс. долл (2,6%), Великобритания – 44 тыс. долл (1,4%) и др.

Информация по импорту игрушек в Узбекистан за 2017-2018 гг.

тыс. долл

№	Страна-экспортер	Игрушки (код ТН ВЭД 950300)	
		2017 г.	2018 г.
Всего		2 049,13	3 167,99
1	<i>Китай</i>	1 916,10	2 935,79
2	<i>Россия</i>	52,81	81,98
3	<i>Великобритания</i>	10,69	43,90
4	<i>Эстония</i>	3,18	27,76
5	<i>Республика Корея</i>	0,34	25,63
6	<i>Турция</i>	1,19	20,42
7	<i>Таджикистан</i>		8,01
8	<i>Италия</i>	3,09	5,36
9	<i>Малайзия</i>	0,79	3,53
10	<i>Таиланд</i>	0,14	2,61
11	<i>Другие страны</i>	60,80	13,00

Источник: Данные Госкомстата РУ.

Основными импортируемыми видами игрушек явились:

- игрушки в уменьшенном размере (в масштабе) – 873,0 тыс. долл (27,6% от общего импорта);

- трехколесные велосипеды, самокаты, педальные автомобили и аналогичные игрушки на колесах, коляски для кукол – 723,5 тыс. долл (22,8%);

- игровые наборы или комплекты (имеющие встроенный двигатель) – 542,6 тыс. долл (17,1%);

- фигурки, изображающие животных или других существ, кроме людей – 416,1 тыс. долл (13,1%);

- куклы, изображающие только людей, их части и принадлежности – 200,8 тыс. долл (6,3%);

- электрические поезда, включая рельсы, светофоры и их принадлежности, конструкторские наборы, для сборки моделей самолетов, танков и т.п. – 167,6 тыс. долл (5,3%);

- прочие (игрушечное оружие, мини-модели литые металлические) – 115,9 тыс. долл (3,7%).

- головоломки – 88,7 тыс. долл (2,8%);

- музыкальные игрушечные инструменты и устройства – 39,7 тыс. долл (1,3%);

Информация по импорту игрушек в Узбекистан за 2016-2018 гг. в разрезе видов продукции

тыс. долл

№	Виды игрушек	Код ТН ВЭД	2016 г.	2017 г.	2018 г.
Всего			2 099,9	2 049,1	3 168,0
1	Игрушки в уменьшенном размере (в масштабе)	9503009	276,4	447,6	873,0
2	Трехколесные велосипеды, самокаты, педальные автомобили и аналогичные игрушки на колесах, коляски для кукол	9503001	417,2	452,8	723,5
3	Игровые наборы или комплекты (имеющие встроенный двигатель)	9503007	418,1	359,1	542,6
4	Фигурки, изображающие животных или других существ, кроме людей	9503004	143,4	129,4	416,1
5	Куклы, изображающие только людей, их части и принадлежности	9503002	163,8	129,3	200,8
6	Электрические поезда, включая рельсы, светофоры и их принадлежности, конструкторские наборы, для сборки моделей самолетов, танков и т.д.	9503003	343,7	134,3	167,6
7	Прочие (игрушечное оружие, мини-модели литые металлические)	9503008	97,2	71,9	115,9
8	Головоломки	9503006	203,8	294,4	88,7
9	Музыкальные игрушечные инструменты и устройства	9503005	36,4	30,2	39,7

Источник: Данные Госкомстата РУ.

На сегодняшний день основными каналами продаж детских товаров в Узбекистане являются оптовые базары (Абу-Сахий) и специализированные детские магазины под брендом «Chicco», «Erkatoy», «Volajon» и др. Сюда приходят за покупками игрушек более 80% населения. Основную конкуренцию оптовым базарам и специализированным детским магазинам составляют гипермаркеты и универсальные магазины – торговые сети «Корзинка», «Макро», «Касбино», «Мега» и др.

Несмотря на большое количество торговых марок, роль брендов на рынке детских игрушек в Узбекистане пока незначительна. Доля брендовой продукции на рынке не превышает 20%.

Заключение. По итогам проведенного анализа рынка игрушек, выявлено, что мировая торговля детскими игрушками динамично развивается – за последние пять лет (2014-2018 гг.) выросла на 11% с 45 млрд. долл до 50 млрд. долл. Основным производителем и экспортером является Китай, который занимает 70% мирового производства и 55% экспорта игрушек.

Объем регионального рынка игрушек составляет 1,8 млрд. долл. При этом основной рынок сбыта – Россия с импортом в объеме более 1,3 млрд. долл. В частности, объем импорта соседних стран, по официальной статистике ООН, составляет 137,9 млн. долл, где доля Казахстана составляет 88% или 121,2 млн. долл.

По оценкам экспертов, более 70% регионального рынка игрушек занимают китайские изделия, импорт которых не учитывается в официальных статистических службах.

Вместе с тем, согласно официальной информации Госкомстата РУ, в Узбекистан игрушки импортируются на сумму 3,2 млн. долл, основным поставщиком является Китай. С учетом ввоза китайской продукции по «серым» схемам импорта, рынок игрушек, по оценкам экспертов, может составлять порядка 7-10 млн. долл.

При этом основными импортируемыми в Узбекистан видами игрушек являются игрушки в уменьшенном размере (в масштабе) – 873,0 тыс. долл (27,6% от общего импорта); трехколесные велосипеды, самокаты, педальные автомобили и аналогичные игрушки на колесах, коляски для кукол – 723,5 тыс. долл (22,8%); игровые наборы или комплекты (имеющие встроенный двигатель) – 542,6 тыс. долл (17,1%); фигурки, изображающие животных или других существ, кроме людей – 416,1 тыс. долл (13,1%).

Основными каналами сбыта игрушек в Узбекистане являются рынок Абу-Сахий, специализированные детские магазины, а также розничные торговые сети.

Цены на игрушки в Узбекистане варьируются в широком диапазоне – от 10 000 («*машинка пластиковая*» *отечественного производства*) до 800 000 (кукла учимся ходить 42 см «Baby Annabell» (США)) тыс. сум, в зависимости от качества, размеров, страны производителя и др.