

МІЖНАРОДНИЙ РИНОК ВЗУТТЯ: ТЕНДЕНЦІЇ І ПЕРСПЕКТИВИ ДЛЯ УКРАЇНИ

INTERNATIONAL FOOTWEAR MARKET: TRENDS AND PROSPECTS FOR UKRAINE

УДК 338.58:65.014

Шевченко О.Р.студентка
Національний технічний
університет України
«Київський політехнічний інститут
імені Ігоря Сікорського»**Голук В.Я.**к.е.н., доцент кафедри менеджменту
Національний технічний
університет України
«Київський політехнічний інститут
імені Ігоря Сікорського»

У статті розглянуто тенденції розвитку взуттєвої галузі в Україні та у різних країнах світу. Суттєве зниження внутрішнього попиту на вітчизняне взуття змушує українські компанії шукати нові ринки збуту. Тому стратегічно важливими для українських виробників взуття є ринки, які є ємними та демонструють високі темпи приросту імпортного попиту, зокрема країни ЄС.

Ключові слова: експорт, імпорт, промисловість, товарна структура, переорієнтування виробництва.

В статье рассмотрены тенденции развития обувной отрасли в Украине и в различных странах мира. Существенное снижение внутреннего спроса на отечественную обувь заставляет украинские компании искать новые рынки сбыта. Поэтому стратегически важными для украинских произ-

водителей обуви являются рынки, которые являются емкими и демонстрируют высокие темпы прироста импортного спроса, в частности страны ЕС.

Ключевые слова: экспорт, импорт, промышленность, товарная структура, переориентация производства.

The article examines the trends of the footwear industry in Ukraine and around the world. A significant reduction in domestic demand for domestic footwear makes the Ukrainian companies to look for new markets. Therefore strategically important for the Ukrainian manufacturers of footwear are markets that are essential and demonstrate high growth of import demand in particular EU countries.

Key words: export, import, industry, product structure, production reorientation.

Постановка проблеми. Першочергові ознаки кризи у взуттєвій промисловості являють собою падіння попиту на продукцію українських виробників, які повинні шукати нові ринки збуту, переорієнтовуючи своє виробництво, або повністю імпортувати готову продукцію з третіх країн. За останні роки цінові показники взуттєвої галузі нестабільні та цілком залежні від зовнішньої кон'юнктури ринку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням розвитку взуттєвої галузі економіки присвячені праці таких вчених як Береславська О. І., Наконечний О. М., Пясецька М. Г., Боришкевич О. В., Гордон В. Б.

Постановка завдання. Метою дослідження є аналіз міжнародного ринку взуття ті виявлення основних тенденцій і перспектив для України

Виклад основного матеріалу дослідження. Розвиток ринкових відносин в Україні зумовлює діяльність підприємств, умов їх функціонування на ринку.

Зовнішньоекономічна діяльність завжди була і залишається важливою складовою суспільного розвитку України, незважаючи на зміни в політичній ситуації, економічній кон'юктурі та правовому середовищі країни.

Велике значення для забезпечення ефективності діяльності підприємства мають багато факторів. Від їх якості, вартості, технічного рівня, ефективності використання багато в чому залежать кінцеві результати діяльності підприємства: випуск продукції, її собівартість, прибуток, рентабельність, стійкість фінансового становища.

Встановлення ринкових умов зумовлює потребу підвищення ефективності діяльності під-

приємства. Підвищення ефективності від імпортних операцій підприємств є одним з основних питань у період переходу до ринкових відносин. Від вирішення цієї проблеми залежить фінансовий стан підприємства, конкурентоспроможність його товарів на ринку.

На сьогоднішній день імпорт товарів і послуг є складовою частиною зовнішньоторговельної діяльності підприємства. Імпортна операція являє собою комерційну діяльність, пов'язану з купівлею і ввезенням іноземних товарів в країну покупця для подальшої їх реалізації на внутрішньому ринку. При цьому ввезений товар може бути як готовою продукцією, призначеною для реалізації, так і сировиною для переробки.

Вивчення кон'юнктури ринку також важливо як для експортера, так і для імпортера, і виконується з метою виявлення сучасних вимог до товарів, закупівля яких планується; визначення можливих постачальників з точки зору якості товарів, технічного рівня виробництва та їх фінансового становища; визначення рівня цін і прогнозу його зміни; визначити найбільш доцільний метод закупівлі: безпосередньо у виробника, через посередників, використовуючи різні форми зустрічної торгівлі тощо.

Проаналізуємо ринок взуття України та виокремимо імпортний та експортний сектори цього ринку, розглянемо їх особливості.

Якість вітчизняного ринку взуття досить активно вивчається товарознавцями й аналітиками. Однак, в умовах сучасної нестабільної економічної ситуації він зазнає певних змін. Вітчизняний ринок взуття в кількісному виразі становить 120–140 млн пар на рік, у грошовому – 1.5 млрд доларів США.

Однак, за споживчим рівнем Україна відстає від європейських країн.

Середній показник споживання взуття на душу населення становить 2.7 пари, тоді як у Західній Європі – 6–8 пар. Варто згадати, що за часів Радянського Союзу на території УРСР випускалося 200 млн пар взуття на рік – третина всієї взуттєвої продукції СРСР. Нині виробничі потужності вітчизняної взуттєвої промисловості дають змогу виготовляти до 120 млн пар щорічно, проте останніми роками вони використовуються лише на 10–15%. За даними Держкомстату, в Україні в 2015 р. виготовлено 24 млн пар взуття.

За останні п'ять років обсяги вітчизняного виробництва взуття поступово зростають, однак у 2013–2014 рр. спостерігався його спад. Це пов'язано з нестабільною фінансовою ситуацією, інертністю кризових явищ у світовій та вітчизняній економіці.

У галузі легкої промисловості працює понад 10 тис. підприємств, з яких 1.5 тис. спеціалізуються на виробництві шкіри та шкіряного взуття. Центрами української взуттєвої індустрії є Харків, Донецьк, Дніпропетровськ, Житомир, Львів, Кременчук, Кривий Ріг, а також м. Бровари Київської області, де виготовляють приблизно п'яту частину вітчизняного взуття. У Броварах зареєстровано понад 200 підприємств: як досить великих, так і малих виробників. Відповідно, рівень якості взуття, що виготовляється ними, – різний.

Основними проблемами взуттєвої промисловості є такі:

- відсутність сировини та клеїв для виробництва взуття. Переважно всі комплектуючі імпортуються, лише лиття підшви здійснюють в Україні. При цьому часто порушуються строки поставки деталей;
- застаріле обладнання вітчизняних фабрик (український працівник за добу виготовляє 2–3 пари взуття, тоді як європейський – 7–10);
- недостатня кількість кваліфікованих кадрів.

Низька конкурентоспроможність української продукції пояснюється високим оподаткуванням виробництва, недосконалою системою просування вітчизняного взуття на ринку, відсутністю швидкого відгуку на запити споживача й моди, невисокою якістю взуття. За результатами перевірок Укрметртестстандарту виявилось, що кожна друга пара взуття, що перевірялася, не відповідає стандартам якості. За кількістю скарг до органів технічного регулювання України друге місце посідають звернення щодо незадовільної якості взуття – як вітчизняного, так і імпортованого.

Нерівні конкурентні умови на внутрішньому ринку для українських підприємств створюють дешеві товари турецького й китайського виробництва низької якості, а також ті, що ввозяться в Україну із заниженням їх митної вартості з метою ухи-

лення від повної сплати податків, контрабандно, товари секонд-хенд і тіньового виробництва. За даними Державної митної служби України, обсяг імпорту взуття набагато перевищує експорт.

Значне скорочення у 2014 р. обсягів експорту та імпорту взуття є наслідком економічної кризи. За 2011–2015 рр. обсяг експорту зріс на 35%, обсяг імпорту – на 83%. Цьому сприяли лояльні митні умови в Україні щодо імпортерів, а також підняття ставок мита Євросоюзом стосовно імпортерів із країн Азії.

Вітчизняна взуттєва промисловість сьогодні зіткнулася з проблемами, пов'язаними з глобалізацією світової економіки та конкуренцією швидкозростаючих азіатських ринків. Китай є лідером у сфері світового взуттєвого виробництва. В цій країні виготовляється 60% усього світового взуття. Однак, починаючи з 2006 р., в країнах ЄС діє антидемпінгове мито на імпорт китайського шкіряного взуття.

В Україну найбільше експортується взуття із Китаю. Його переважна кількість виготовлена з гуми та полімерних матеріалів. Зокрема, це спортивне взуття торгових марок Nike, Adidas, Reebok та ін. Продукція в'єтнамського виробництва також займає значну частку на ринку України – це переважно взуття із натуральної шкіри.

Окрім того, 60–80% імпорту з Азії поступає із заниженням митної вартості та контрабандою. Лідером поставок в Україну деталей взуття є Італія, де взуттєва галузь залишається однією з провідних. Ця країна вважається законодавцем моди й лідирує в сегменті взуття високого та середнього класу. Водонепроникне взуття з підшвою і верхом із гуми та полімерних матеріалів у значній кількості імпортується в Україну з Росії.

Щодо товарної структури імпорту, то поставки в Україну взуття з гуми та полімерних матеріалів становлять 60%, із натуральної шкіри – 22, із текстильних матеріалів – 7, інше взуття – 3, імпорт деталей взуття – 8%.

Спеціалісти крупних торговельних мереж формують колекції, орієнтуючись на європейські та світові тенденції. В Україні працює майже десять взуттєвих мереж національного масштабу і стільки ж – регіонального. Провідними торговельними мережами є Інтертоп, Монарх, Respect, Carlo Pasolini та ін. Взуттєві магазини всіх форматів часто використовують для приваблення споживачів дисконтні картки.

Варто відзначити, що світовий ринок взуття оцінюється як один з найперспективніших для ведення бізнесу. З іншого боку, він є одним з найскладніших, що обумовлено високою конкуренцією, а також його сильною диференціацією за рівнями споживання. Динаміка розвитку ринку взуття передусім визначається особливостями розвитку світової взуттєвої промисловості, до яких можна віднести такі:

- укрупнення та об'єднання взуттєвих підприємств за їх спеціалізацією під впливом глобалізації розвитку світової промисловості;
- зміна спрямування інвестицій з розвинених країн в регіони та країни з дешевою робочою силою (Китай, Індія, В'єтнам, Бангладеш та ін.);
- переміщення основного випуску спортивного та масового взуття в країни Азії та Латинської Америки, і тільки шкіряне взуття класу люкс виготовлятиметься в розвинених країнах таких, як Італія, Іспанія, Німеччина та ін.

Отже, український ринок взуття поступово відновлюється після економічної кризи, яка негативно вплинула на нього. Вітчизняні підприємства мають цілу низку проблем – відсутність власної сировини, застаріле обладнання, недосконала система просування товару на ринок тощо. Унаслідок цього частка вітчизняного взуття на ринку України лишається невеликою. Саме тому для прискорення розвитку взуттєвої промисловості необхідні як відповідні політичні рішення, так і вдосконалення процесу виробництва. Слід звернути увагу на те, що найбільше на успіх взуттєвого бізнесу впливає просування товару на ринок.

З огляду на переорієнтування на європейського споживача проведемо аналіз ринку взуття Європейського Союзу, після чого зможе бути обраною оптимальна країна-споживач українського взуття.

За різними оцінками ринок взуття в Україні становить 100-170 млн пар, його приріст – 10-12% на рік. Тоді як в Західній Європі припадає 6-8 пар взуття на душу населення, у нас цей показник становить всього 2,7 пари.

Експорт взуттєвої промисловості сьогодні зумовлений в основному схемами роботи з давальницькими матеріалами або на замовлення. Так, найбільші обсяги продукції галузі були експортовані до Італії – близько 32%, Польщі – 20%, Росії – 16%, Угорщини – 8%, Німеччини – 6%, Білорусі і Румунії – по 4%.

В 2015 р. найбільше експортували частин взуття, шкіряного взуття, взуття із гуми і пластмаси. Загальна сума експорту за 2015 р. склала 143,5 млн USD.

Сьогодні в Україні існує кілька фабрик, що працюють на давальницькій сировині. Це підприємства в Ужгороді, Житомирі, Києві. Свою продукцію вони переважно відправляють на експорт: до Румунії, Словаччини, Польщі. По суті, це виробництва збірки. Інші регіони, в яких зосереджено взуттєве виробництво, – Харків, Дніпропетровськ, Бровари. Багато більш дрібних виробництв розміщено на територіях колишніх великих підприємств на основі оренди. За підсумками 2015 р. найбільше було вироблено взуття з натуральної шкіри (близько 17 млн пар), із текстильних матеріалів і штучної шкіри (понад 11 млн пар), набагато менше взуття з гуми і полімерних матеріалів (близько 2 млн пар).

Світова торгівля взуттям зростає в середньому на 4% в рік. Проте питома вага України на світовому ринку взуття за останні 5 років зменшилася з 0,16% до 0,10%. До того ж майже 90% обсягів українського експорту припадало на давальницькі схеми: 88% в 2013 р. (583 млн. дол.) та 89% в 2014 р. (566 млн. дол.). Дана інформація була представлена ДП «Укрпромзовнішекспертиза» (УПЕ), яка стала одним із організаторів семінару «Експорт взуття з України: від теорії до практики».

За словами експертів УПЕ, в товарній структурі українського експорту переважає шкіряне взуття (285,6 млн. дол. або 64,2%) та гумове взуття (77,4 млн. дол. або 17,4%).

Суттєве зниження внутрішнього попиту на вітчизняне взуття змушує українські компанії шукати нові ринки збуту. Тому стратегічно важливими для українських виробників взуття є ринки, які є ємними та демонструють високі темпи приросту імпортного попиту, зокрема країни ЄС. В останні роки, основними покупцями українського взуття є Європейський Союз (525 млн. дол. або 90,5%) та Росія (33 млн. дол. або 5,6%), при цьому помітною є тенденція скорочення частки Росії в загальному експорті та зростання частки Європейського Союзу.

Головними європейськими імпортерами українського взуття є Німеччина (161 млн. дол.), Угорщина (32 млн. дол.), Італія (31 млн. дол.) та Польща (30 млн. дол.), на які сумарно в 2015 р. припадало майже 57% експорту з України.

Привабливість європейського ринку підтверджується дуже великими обсягами імпорту. Так, даний регіон є найбільшим світовим імпортером, на який в 2015 р. припадало 40,7% обсягів загальносвітового імпорту – 178 млрд. дол. і більше половини імпорту (57% або 83 млрд. євро) припадає на закупівлі з-поза меж ЄС. При цьому найбільш перспективними для українських виробників взуття є європейські країни не тільки з великими об'ємами імпорту, а й зі значними темпами росту імпортного попиту. Зокрема, такими перспективними ринками є Люксембург (+20,0% на рік), Польща (+15,4%), Латвія (+12,9%), Словаччина (+12,5%), Литва (+12,4%), Іспанія (+9,2%), Болгарія (+9,0%) та Нідерланди (+8,1%).

Щодо найбільш перспективних товарних позицій, які здатна постачати Україна, то ними є шкіряне взуття (середньорічні темпи зростання імпортного попиту в ЄС – 14,4%); професійне взуття (10,2%); гумове взуття (11,5%).

Окрім значного імпортного попиту, до основних можливостей для українських виробників на ринку ЄС можна віднести:

- короткий термін доставки з огляду на межування України з Євросоюзом;
- низька вартість робочої сили та низька ймовірність підвищення заробітної плати в коротко- і середньостроковій перспективі;

- потенціал для збільшення поставок на європейські експортні ринки після набрання чинності Угоди про асоціацію з ЄС;

- можливість виробляти невеликі обсяги замовлень для видів взуття на які швидко змінюється мода.

Поряд із Європейським Союзом, українським виробникам взуття варто звернути увагу на країни, що розвиваються. Потужні демографічні та економічні зміни в таких державах привели до формування в них досить заможного середнього класу, потреба якого в сучасному та якісному взутті може бути успішно задоволена українськими виробниками.

Таким чином, постійне зростання світового ринку взуття, а особливо окремих його сегментів, дозволяє українським виробникам нарощувати експорт завдяки високій якості товару, низькій собівартості готової продукції та логістичним перевагам України у порівнянні з азійськими державами. Зазначимо, що середня ставка ввізного мита в ЄС для виробів зі шкіри становить 6,7% від митної вартості товару. Уже в перший рік дії Угоди про асоціацію ставка зменшується для України до 0%.

Висновки з проведеного дослідження. Виявлені основні проблеми взуттєвої галузі в Україні та ситуація на світовому ринку взуття. Постійне зростання світового ринку взуття, а особливо окремих його сегментів, дозволяє українським виробникам нарощувати експорт завдяки високій якості товару, низькій собівартості готової продукції та логістичним перевагам України у порівнянні з азійськими державами. Зазначимо, що середня ставка ввізного мита в ЄС для виробів зі шкіри становить 6,7% від митної вартості товару.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Песоцкий В. Украинский рынок обуви. Развитие, проблемы и перспективы / В. Песоцкий // Финансовый директор. – 2015. – № 11. – С. 24-29.

2. Катрич В. Взуття для дітей дошкільного віку: надійність з позиції якості матеріалів / В. Катрич // Стандартизація, сертифікація, якість. – 2015. – № 1 (62). – С. 62-65.

3. Омельченко Н. М. Взуття та здоров'я людини / Н. М. Омельченко // Легка пром-сть. – 2015. – № 2. – С. 38—39.

4. Романова О. А. Ринок та якість дитячого взуття в Україні / О. А. Романова, А. А. Дудла, І. О. Дудла: зб. наук. пр. «Товарознавчий вісник». – Луцьк: ЛНТУ, 2014. – 364 с.

5. Сайт Державного комітету статистики України. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

6. Сайт Державної митної служби України. – Режим доступу: <http://www.customs.gov.ua>.

7. Уткина Н. В. Характеристика и перспективы развития мирового рынка обуви / Н. В. Уткина // Маркетинг в России и за рубежом. – 2015. – № 5 (73). – С. 112-121.

REFERENCES:

1. Pesotskyi V. Ukraynskyi rynok obuvy. Razvytye, problemy u perspektyvy / V. Pesotskyi // Fynansovyyi dyrektor. – 2015. – # 11. – S. 24–29.

2. Katrych V. Vzuttia dlia ditei doshkilnoho viku: nadiinist z pozytsii yakosti materialiv / V. Katrych // Standartyzatsiia, sertyfikatsiia, yakist. – 2015. – # 1 (62). – S. 62–65.

3. Omelchenko N. M. Vzuttia ta zdorovia liudyny / N. M. Omelchenko // Lehka prom-st. – 2015. – # 2. – S. 38—39.

4. Romanova O. A. Rynok ta yakist dytiachoho vzuttia v Ukraini / O. A. Romanova, A. A. Dudla, I. O. Dudla : zb. nauk. pr. "Tovarovnavchyi visnyk". – Lutsk : LNTU, 2014. – 364 s.

5. Sait Derzhavnoho komitetu statystyky Ukrainy. – Rezhym dostupu : <http://www.ukrstat.gov.ua>.

6. Sait Derzhavnoi mytnoi sluzhby Ukrainy. – Rezhym dostupu : <http://www.customs.gov.ua>.

7. Utkyna N. V. Kharakterystyka u perspektyvy razvytyia myrovoho rynka obuvy / N. V. Utkyna // Marketynh v Rossyy u za rubezhom. – 2015. – # 5 (73). – S. 112–121.