

УДК 685.338

Попович Н. І.,

popovych.n1988@gmail.com, ORCID ID: 0000-0002-4407-105X,

Researcher ID: F-7230-2019,

к.т.н., доцент кафедри товарознавства, митної справи та управління якістю,

Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів;

доцент кафедри підприємництва та екологічної експертизи товарів,

Національний університет «Львівська політехніка», м. Львів

Шумський О. В.,

shumakorest@gmail.com, ORCID ID: 0000-0002-1800-5163,

Researcher ID F-2340-2019,

к.т.н., доцент кафедри товарознавства, митної справи та управління якістю,

Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів

Швець О. М.,

oleg@lute.lviv.ua, ORCID ID: 0000-0002-7175-2256,

Researcher ID: F-4737-2019,

к.т.н., доцент кафедри комп'ютерних наук,

Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів

Беднарчук М. С.,

1959mikalai@gmail.com, ORCID ID: 0000-0002-4327-8390,

к.т.н., проф., завідувач сектору моніторингу та інформаційного забезпечення відділу забезпечення

діяльності центру, Львівський науково-дослідний експертно-криміналістичний центр

Міністерства внутрішніх справ України, м. Львів

Стефанік М. П.,

m_stefanyk@ukr.net,

к.т.н., Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів

СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ ВІД ВПРОВАДЖЕННЯ У ВИРОБНИЦТВО НОВОГО РІЗНОВИДУ ВЗУТТЯ ДЛЯ ТУРИЗМУ

Анотація. Зростаючий рівень обізнаності людей про негативні наслідки малорухливого способу життя та зростаюче їх захоплення активним і, як наслідок, здоровим способом життя з метою набуття і підтримки належної фізичної форми та стану здоров'я, серед іншого – суттєво зменшує державні та особисті витрати на охорону здоров'я. Розкрито чинники зростання потреб споживачів у товарах для активного способу життя, проведено аналіз світового ринку взуття для туризму та активного відпочинку за даними *The Statista Consumer Market*. Обґрунтовано необхідність фахового оцінювання соціальної й економічної ефективності діяльності вітчизняних виробників інноваційних товарів для туризму й активного відпочинку. Розроблено номенклатуру, досліджено зміст складових частин соціальної ефективності від впровадження у масове виробництво в Україні інноваційного товару – нового різновиду взуття для туризму, яке виготовлене з використанням бамбуковмісних текстильних матеріалів; встановлено числові значення показників визначення рентабельності виробництва однієї пари такого взуття. Важливим чинником сталого розвитку виробничих і торговельних підприємств, які планують та/або працюють над виробництвом нових асортиментних груп взуття (зокрема – взуття для активного відпочинку і туризму), є фахове оцінювання економічної ефективності їх діяльності. Розрахунками за спеціальною методикою доведено, що при вкладенні коштів у виробництво нового різновиду взуття для туризму, яке виготовлене з використанням бамбуковмісних текстильних матеріалів, в розмірі 2246570 грн при щорічному виробництві цього взуття у кількості 913 пар виробниче підприємство отримає щорічно чистий прибуток в розмірі 500000 грн, що забезпечить рентабельність виробництва у розмірі 22,3 % і дозволить повернути вкладені кошти через

4,5 роки. Показано, що основними складовими цього ефекту є розширення виробничого і торговельного асортименту взуття в Україні, формування та задоволення нових потреб споживачів, зростання трудової зайнятості на економічно ефективному виробництві туристичного взуття, покращання здоров'я населення при його долученні до тих видів туризму, які забезпечені інноваційним взуттям тощо.

Ключові слова: активний відпочинок, інноваційне взуття для туризму, витрати виробництва, соціальна та економічна ефективність впровадження у виробництво.

Popovych N. I.,

popovych.n1988@gmail.com, ORCID ID: 0000-0002-4407-105X

Researcher ID: F-7230-2019,

Ph.D., Associate Professor of the Department of Commodity Studies, Customs Business and Quality Management, Lviv University of Trade and Economics, Lviv; Associate Professor of the Department of Entrepreneurship and Environmental Expertise of Goods, "Lviv Polytechnic" National University, Lviv

Shumskiy O. V.,

shumakorest@gmail.com, ORCID ID: 0000-0002-1800-5163

Researcher ID F-2340-2019,

Ph.D., Associate Professor of the Department of Commodity Studies, Customs Business and Quality Management, Lviv University of Trade and Economics, Lviv

Shvets O. M.,

oleg@lute.lviv.ua, ORCID ID: 0000-0002-7175-2256

Researcher ID: F-4737-2019,

Ph.D., Associate Professor of the Department of Computer Sciences, Lviv University of Trade and Economics, Lviv

Bednarchuk M. S.,

1959mikolai@gmail.com, ORCID 0000-0002-4327-8390,

Ph.D., Professor, Head of the Monitoring and Information Support Sector of Department of Ensuring the Activities of the Center, Lviv Research Forensic Center of the Ministry of Internal Affairs of Ukraine, Lviv

Stefanyk M. P.,

m_stefanyk@ukr.net,

Ph.D., Lviv University of Trade and Economics, Lviv

SOCIO-ECONOMIC EFFICIENCY FROM THE IMPLEMENTATION IN PRODUCTION OF A NEW VARIETY OF FOOTWEAR FOR TOURISM

Abstract. *The growing level of awareness of the negative consequences of sedentary lifestyles and growing enthusiasm for active and, consequently, healthy lifestyles in order to acquire and maintain proper physical shape and health, among other things – significantly reduces government and personal health care costs. The factors of growing consumer needs for goods for an active lifestyle are revealed, the analysis of the world market of footwear for tourism and active recreation according to The Statista Consumer Market is carried out. The necessity of professional assessment of social and economic efficiency of activity of domestic producers of innovative goods for tourism and active rest is substantiated. The nomenclature is developed, the content of the components of social efficiency from the introduction of innovative goods into mass production in Ukraine is studied which is a new kind of footwear for tourism made with use of bamboo-containing textile materials; numerical values of indicators of determination of production profitability of one pair of such footwear are revealed. An important factor in the sustainable development of industrial and commercial enterprises that plan and/or work on the production of new product groups of footwear (including footwear for recreation and tourism) is a professional assessment of the economic efficiency of their activities. Calculations by a special method proved that when investing in the production of a new type of footwear for tourism, which is made using bamboo-containing textile materials, in the amount of 2246570 UAH with the annual production of these shoes in the amount of 913 pairs, the production enterprise will ensure a profitability of 22.3% and will return the invested funds in 4.5 years. It is shown that the main components of this effect are the expansion of*

the production and trade range of footwear in Ukraine, the formation and satisfaction of new consumer needs, increasing employment in cost-effective tourism footwear production, improving public health by inclusion those types of tourism that provided with innovative footwear, etc.

Key words: active rest, innovative footwear for tourism, production costs, social and economic efficiency of implementation in production.

JEL Classification: D20, L23

DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1221-2022-30-05>

Постановка проблеми. Активний відпочинок, який сьогодні все частіше називається “outdoor”, у сучасному вигляді проявився майже 200 років тому, але досі залишається невинним процесом, основними рисами якого вважають масовість і технологічність. Зрозуміло, що в унісон із розвитком активного відпочинку розвиваються його інфраструктура, спорядження тощо [1].

Зростаючий рівень обізнаності людей про негативні наслідки малорухливого способу життя та зростаюче їх захоплення активним і, як наслідок, здоровим способом життя з метою набуття і підтримки належної фізичної форми та стану здоров’я, серед іншого – суттєво зменшує державні та особисті витрати на охорону здоров’я.

Крім цього, зазначений спосіб життя має низку соціальних та економічних переваг: сприяє згуртуванню сім’ї і друзів; зміцнює соціальні зв’язки, етнічну культуру і гармонію; сприяє утворенню згуртованих соціальних спільнот; знижує рівень злочинності, вандалізму та інших негативних явищ; стає потужним каталізатором розвитку туризму [2].

У багатьох країнах світу все вищеперелічене відноситься до основних чинників зростання потреб споживачів у товарах для активного способу життя, попиту на ці товари та їх ринкової

частки. Наприклад, обсяг ринку товарів для активного відпочинку США перевищив \$100М у 2020 році та за прогнозами досягне майже \$180М у 2028 році, зростаючи щорічно майже на 7% [3]. Крім того, аналіз світового ринку взуття для активного відпочинку в 2021 році вказує на збільшення його обсягу на \$3,4В порівняно з 2020 роком, що, у свою чергу, означає його відновлення після пандемії COVID-19. Проте дохід світового ринку взуття для активного відпочинку ще залишається меншим на \$51,6В, ніж у 2019 році (до початку пандемії). За прогнозами The Statista Consumer Market [4], дохід світового ринку взуття для активного відпочинку буде зростати і до 2025 року становитиме \$76,9В (рис. 1).

Основними чинниками зростання обсягу світового ринку взуття для активного відпочинку джерело [4] вважає зростання кількості спортивних заходів, державних інвестицій у спортивні заходи, кількості торговельних об’єктів, а також появу нових технологій та дизайну. З іншого боку, основними гальмами цього процесу є зростання цін на натуральну сировину та кількості екологічних проблем і контрафактної продукції.

Оскільки сучасний етап розвитку вітчизняного виробництва і торгівлі взуттям характерний непередбачуваною мінливістю умов функціонування,

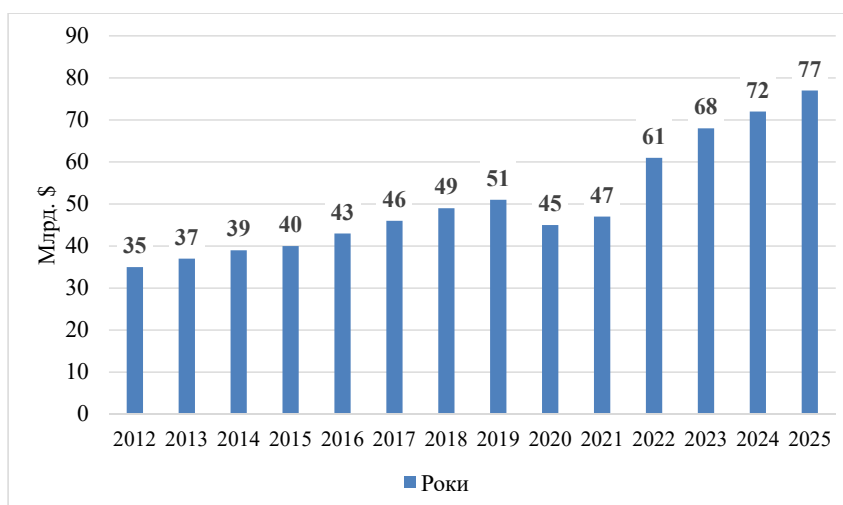


Рис. 1. Дохід світового ринку взуття для активного відпочинку [4]

то доцільними є пошук і наукове обґрунтування напрямів розвитку, які спроможні забезпечити реалізацію й адаптацію цілей виробничих підприємств до зовнішнього і внутрішнього середовища (включаючи перспективи вступу України до ЄС), а також до особливостей функціонування окремих напрямів роботи підприємств із виробництва взуття для активного відпочинку. Зокрема, важливим чинником сталого розвитку виробничих і торговельних підприємств, які планують та/або працюють над виробництвом нових асортиментних груп взуття (зокрема – взуття для активного відпочинку і туризму), є фахове оцінювання економічної ефективності їх діяльності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблема забезпечення конкурентоспроможного функціонування галузі туризму, яка постійно розвивається, складна і багатогранна. На її вирішення спрямовані зусилля багатьох вчених. За кордоном окремі аспекти цієї проблеми вивчали Kaczmarek A., Mowforth M., Weaver D., Woźniak B. і ін., в Україні – В. Заціорський, В. Кифяк, В. Коновал, М. Кулаковський, А. Лапутін, М. Мальська, І. Половніков, В. Цибух і ін. [5]. Але аналіз опублікованих праць зазначених та інших авторів доводить відсутність комплексних досліджень інноваційних товарів для активного відпочинку і, зокрема, взуття відповідного призначення. Наведене свідчить про актуальність і доцільність не лише розроблення та впровадження у вітчизняне виробництво наукових засад формування споживчих властивостей та асортименту взуття для туризму й активного відпочинку, але й комплексне дослідження соціальної та економічної ефективності від впровадження усіх інноваційних товарів у масове виробництво в Україні:

Постановка завдання. Прийняття рішення про впровадження у вітчизняне виробництво нового різновиду взуття для туризму в практичній діяльності підприємства повинно ґрунтуватися на розрахунках економічної ефективності цього виробництва. Основою такого обґрунтування є розрахунок витрат на виробництво з наступним прийняттям рішення щодо їх доцільності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Достовірна оцінка економічної ефективності сьогодні неможлива за допомогою якогось єдиного показника, оскільки вимірюється кількістю заощаджених коштів. Тому, здійснюючи оцінку економічної ефективності діяльності сучасного виробничого підприємства, ми зосередилися на здатності системи показників генерувати

соціально вагомий результат при оптимальних затратах фінансових і нефінансових ресурсів від запровадження у виробництво нового різновиду товару – туристичного взуття, яке виготовлено з використанням бамбуковмісних текстильних матеріалів. Практичне значення результатів наших досліджень, які дають підстави пов'язувати економічну ефективність від запровадження у виробництво зазначеного взуття з максимізацією задоволення потреб споживачів, полягає у тому, що туристичне взуття як інноваційний продукт спрямоване на вдосконалення взуття як товару, на покращання його іміджу й інших характеристик. Зокрема, в означеному плані досліджуване взуття забезпечить зростання рівня задоволення існуючих потреб споживачів. Але, з іншого боку, інновації завжди породжують нові потреби споживачів, у нашому дослідженні – це потреби окремих людей, туристичних господарств, виробників продукції для сфери туризму тощо. Тому, враховуючи всі товарознавчі особливості зазначеного взуття, ми визначили основні складові частини соціальної ефективності від його впровадження у масове виробництво в Україні (табл. 1).

Розрахунок витрат на виробництво нового різновиду туристичного взуття проведено калькулюванням собівартості виготовлення однієї пари цього взуття (рис. 2).

Дані рис. 2 показують, що повна собівартість однієї пари нового різновиду туристичного взуття як товару вітчизняного виробництва становить 1363,02 грн. Ця сума відображає базу ціни – мінімальний поріг ціни продукту, нижче якої виробництво продукції буде збитковим.

У ринкових умовах функціонування економіки України ціноутворення повністю підпорядковане законам ринку, тобто перебуває під впливом взаємодії попиту та пропозиції. Як наслідок, верхньою межею ціни нового різновиду туристичного взуття є ринкова ціна такого товару.

Отже, для обґрунтування ціни на досліджувану продукцію доцільно врахувати ринкові ціни на аналогічну продукцію, яка реалізується на ринку України (табл. 2) [6].

З даних табл. 2 видно, що діапазон цін на туристичні черевики з верхом із натуральної шкіри коливається в межах від 1480 грн до 6288 грн за 1 пару взуття. Ціни на найбільш популярні моделі різних виробників знаходяться в діапазоні від 2440 грн до 3680 грн. Тобто середня ціна на популярні моделі туристичного взуття становить 3060 грн. Таку ціну можна розглядати

Складові частини соціальної ефективності від впровадження нового різновиду взуття у масове виробництво в Україні

№	Складові частини соціальної ефективності від впровадження туристичного взуття, виготовленого з використанням бамбуковмісних текстильних матеріалів	
	назва	зміст
1	Зростання трудової зайнятості на економічно ефективному виробництві	Стабільність індивідуальних доходів, зростання податкових надходжень до держбюджету, сукупних доходів суспільства, створення можливості для виробництва більшої кількості суспільних благ, що сприяють розвитку людини
2	Зростання ступеня охоплення окремого цільового сегмента ринку взуття	Розвиток системи заходів, спрямованих на збільшення чисельності покупців взуття і стимулювання його продажу
3	Зростання рівня задоволення потреб покупців	Підвищення рівня комплексного показника якості та рівня споживних властивостей взуття як товару специфічного призначення (туризм, активний відпочинок, використання в якості повсякденного взуття у побуті тощо)
4	Максимізація відповідності цільовому сегменту	Позиціонування на ринку, яке забезпечує даному товару конкурентні переваги
5	Зростання рівня заробітної плати працівників на виробництві взуття	Покращення умов життя працівників виробництва взуття
6	Покращення дозвілля, фізичного стану і здоров'я людей	Рациональне взуття дозволяє вдосконалити, покращити, налагодити, започаткувати тощо участь людей в функціонуванні індустрії туризму й активного відпочинку
7	Розширення виробничого і торговельного асортименту взуття в Україні	Зростання ступеня задоволення потреб споживачів у взутті
8	Результати міжнародної співпраці наукових та виробничих підприємств	Розвиток співпраці фахівців, що представляють науку і виробництво в Україні та за кордоном
9	Використання отриманих результатів в освітньому процесі та у торгівлі взуттям	Розвиток відповідних освітніх та торговельних сегментів



Рис. 2. Складові частини собівартості взуття для туризму вітчизняного виробництва

як ринковий орієнтир для встановлення ціни нового різновиду туристичного взуття вітчизняного виробництва.

Проте, враховуючи рекомендації теоретиків та практиків у сфері маркетингу, для нових видів продукції варто встановлювати ціну, нижчу ринкової, з метою забезпечення стратегії виходу

нового продукту на ринок загалом. По мірі поширення продукту на ринку ціну доцільно переглядати з орієнтацією на “модель зростання продажу”. В такий спосіб встановлення роздрібної ціни на 1 пару нового різновиду туристичного взуття, яке виготовлено з використанням бамбукових волокон [7; 8], на рівні 2798,99 грн

Таблиця 2

Ринкові ціни черевиків туристичних*

№	Назва виробу	Ціна (діапазон), грн
1	Туристичні черевиків Trezeta	2409–2684
2	Туристичні черевиків Kayland	3241–4499
3	Туристичні черевиків Aku	3643–6288
4	Туристичні черевиків Lytos	1480–2990
5	Туристичні черевиків Alpine Pro	2275–3722

*Ціни визначені шляхом дослідження даних популярних Internet-ресурсів та за даними спеціалізованих роздрібних торговельних підприємств

дозволить підприємству відшкодувати основні витрати, пов'язані із виробництвом та реалізацією продукції, а також забезпечить його рентабельність на рівні 27% (табл. 3) [6, с. 133].

На думку експертів, новий різновид туристичного взуття має об'єктивні передумови для завоювання ринку та реалізації за встановленою ціною. Детермінантом при цьому є покращені споживчі властивості продукції, які повинні бути представлені потенційним споживачам шляхом використання різноманітних маркетингових заходів.

Зокрема, за результатами опитування прихильників активного відпочинку можна зробити висновки про схильність таких споживачів до додаткових витрат на взуття з врахуванням створення ним додаткових переваг та зручностей (функціональних, ергономічних, екологічних, соціально-економічних тощо). Крім того, відзначені вище інновації в технології виготовлення, дизайні, розробці продукції за останні кілька років призвели до преміумізації взуття для активного відпочинку і туризму. Зростання обізнаності споживачів про переваги спеціального взуття підживило попит на нього протягом останніх років. Так, опитування випадково обраних учасників інтернет-спільнот («Походи в гори», «Хочу в гори», «Все для туризму та активного відпочинку», «Файнобус/ мандрівки/ проекти/ інформація») показало, що понад 65% респондентів схильні витратити більше коштів на взуття, яке забезпечить відчуття сухості всередині взуття, надійний захист стопи, комфорт тощо. При цьому варто зазначити, що 59% респондентів, схилившись до придбання туристичного взуття вартістю 2700–3000 грн, готові заплатити за додаткові позитивні споживчі властивості взуття на 10 % більше.

Впровадження у виробництво нового взуття вимагає фінансування такого проекту. Обґрунтування доцільності фінансування виробництва

Таблиця 3

Показники визначення рентабельності виробництва однієї пари нового різновиду взуття туристичного

Показники, одиниці вимірювання	Значення
Ціна роздрібна, грн	2798,99
Роздрібна націнка: – сума, грн – розмір, %	559,8 20
Відпускна (оптова) ціна виробника, грн	2239,19
ПДВ, грн	373,19
Оптова ціна виробника, грн	1865,99
Прибуток, грн	502,97
Рентабельність, %	27

нового різновиду туристичного взуття повинно опиратися насамперед на визначення самокупності та економічної вигоди такого виробництва [6, с. 131–137]. Забезпечення самокупності виробництва досліджуваного взуття передбачає виробництво та реалізацію такої кількості продукції, яка б забезпечила відшкодування основних витрат виробництва та дозволяла отримати прибуток підприємства. З цією метою необхідно визначити беззбитковий обсяг виробництва нового різновиду туристичного взуття. Беззбитковий обсяг виробництва доцільно визначити за показником точки беззбитковості (Q):

$$Q = FC / (P - VC), \quad (1)$$

де Q – обсяг виробництва продукції, при якому забезпечується покриття витрат підприємства (проекту);

FC – постійні витрати підприємства;

P – ціна одиниці продукції;

VC – змінні витрати в одиниці продукції.

Виходячи з вищевикладеного:

$$Q = 1078602,72 / (2798,99 - 1070,46) = 624 \text{ (пари)}$$

З урахуванням постійних річних витрат підприємства в розмірі 1078602,72 грн, змінних витрат на одиницю продукції в розмірі 1070,46 грн та рекомендованої ціни нового різновиду туристичного взуття в розмірі 2798,99 грн у рік потрібно випускати 624 пари цього взуття для покриття всіх витрат. Тобто виробництво взуття понад 624 пари в рік буде забезпечувати підприємству отримання прибутку. Для отримання цільового прибутку в розмірі 500 000 грн від виробництва і реалізації нового різновиду туристичного взуття необхідно його виготовляти у кількості 913 пар:

$$\text{ЦОР} = 1078502,72 + 500000 / (2798,99 - 1070,46) = 913 \text{ пар.}$$

Ємність ринку туристичного взуття у 2018 р. в Україні (за кількістю) становила 98463 пари взуття, враховуючи реалізацію тільки туристичних черевиків. Отже, 913 пар туристичного взуття становитиме близько 1% ємності ринку (рис. 3) [6, с. 135].

Таким чином, виробництво беззбиткового і цільового обсягів дозволить охопити незначну частку ринку туристичного взуття. Це, з однієї сторони, відображає існування можливостей для реалізації туристичного взуття з покращеними властивостями, з іншого, – існування можливостей для розширення обсягів виробництва, збуту та збільшення прибутку підприємства.

Виробництво нового різновиду туристичного взуття для забезпечення беззбиткового обсягу виробництва потребує 1746570 грн фінансових ресурсів. Дані кошти необхідні для безпосереднього виробництва цього взуття без врахування витрат на розробку, удосконалення чи модернізацію обладнання для виготовлення саме такого взуття, а також – для дослідження ринку. Оскільки підприємство при виробництві орієнтоване на отримання прибутку з першого року реалізації проекту, доцільно рекомендувати початкові інвестиції в розмірі 2246570 грн. Відтак доцільно визначити основні показники ефективності такого фінансування через сукупність показників ефективності інвестиційних проектів. Основними показниками при визначенні доцільності вкладення коштів (інвестування) є термін окупності капіталовкладень і рентабельність проекту. Термін окупності капіталовкладень ($T_{ок}$) – показник, що відображає, за який період кошти, вкладені у виробництво взуття (I), в повній мірі повернуться інвестору за рахунок чистого прибутку ($\Pi_ч$) від реалізації продукції:

$$T_{ок} = I / \Pi_ч, \quad (2)$$

що у нашому розрахунку становить:

$$T_{ок} = 2246570 / 500000 = 4,5 \text{ роки}$$

Рентабельність інвестиційного проекту (PI) визначається зіставленням чистого прибутку ($\Pi_ч$) від реалізації продукції з вкладеними інвестиціями (I , %). При цьому отримується усереднене значення рентабельності за весь період дослідження з урахуванням того, що чистий прибуток очікується в розмірі 500000 грн щороку:

$$PI = \Pi_ч / (I \times 100) \quad (3)$$

що у нашому розрахунку становить:

$$PI = 500 / 2246,57 \times 100 = 22,3\%.$$

Отже, розрахунки показують, що при вкладенні коштів у виробництво нового різновиду туристичного взуття, яке виготовлене з використанням бамбуковмісних текстильних матеріалів, в розмірі 2246570 грн при щорічному виробництві цього взуття у кількості 913 пар підприємство отримає щорічно чистий прибуток в розмірі 500000 грн, що забезпечить рентабельність виробництва у розмірі 22,3 % і дозволить повернути вкладені кошти через 4,5 роки [6].

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Розраховано, що при вкладенні коштів у виробництво туристичного взуття, яке виготовлене з використанням нових бамбуковмісних текстильних матеріалів, в розмірі 2246570 грн. при виробництві цього взуття у кількості 913 пар/рік підприємство отримає чистий прибуток у розмірі 500000 грн/рік, забезпечить рентабельність виробництва – у 22,3% і дозволить повернути вкладені кошти – через 4,5 роки. Встановлено соціально-економічний ефект від налагодження вітчизняного виробництва туристичного взуття, яке виготовлене з використанням бамбуковмісних текстильних

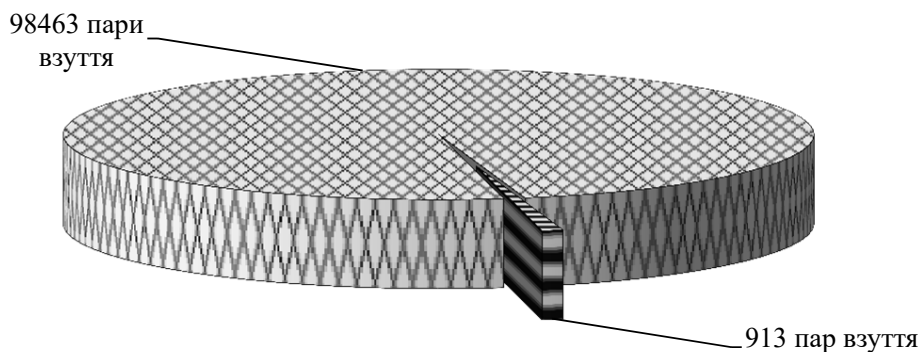


Рис. 3. Ємність ринку туристичного взуття в Україні і частка в ньому нового різновиду туристичного взуття

матеріалів. Показано, що основними складовими цього ефекту є розширення виробничого і торговельного асортименту взуття в Україні, формування та задоволення нових потреб споживачів, зростання трудової зайнятості на економічно ефективному виробництві туристичного взуття, покращання здоров'я населення при його долученні до тих видів туризму, які забезпечені інноваційним взуттям тощо.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Аутдор в місті: стиль життя. URL: <https://www.gorgany.com/pro/outdoor-in-city/>
2. Hiking and Trail Footwear Market size to grow by USD 4.25 billion | Technavio. URL: <https://www.prnewswire.com/news-releases/hiking-and-trail-footwear-market-size-to-grow-by-usd-4-25-billion--technavio-301501170.html>
3. Global Footwear Market to Reach \$440 Billion by 2026. URL: <https://www.prnewswire.com/news-releases/global-footwear-market-to-reach-440-billion-by-2026-301298995.html>
4. Revenue of the global athletic footwear market from 2012 to 2025(in million U.S. dollars). URL: <https://www.statista.com/statistics/412671/global-sports-footwear-market-projected-development/>
5. Беднарчук М. С. Наукові основи формування асортименту і якості взуття спеціального призначення : монографія. Львів : Видавництво Львівської комерційної академії, 2015. 528 с.
6. Стефанік М. П. Формування та оцінювання споживних властивостей туристичного взуття : дис. ... канд. техн. наук : 05.18.08 / Львівський торговельно-економічний ун-т. Львів, 2021. 160 с.
7. Ławińska K., Serweta W., Genaszewska D., Popowych N. Patent na wynalazek pt.: Zastosowanie w produkcji obuwia skózanego i skórzano-tekstylnego skór modyfikowanych ekstraktem bambusa i/lub kukurydzy i/lub lnu P.424657 [WIPO ST 10/C PL424657]. Zgłaszający : Instytut przemysłu skózanego w Łodzi, Łódź.
8. Ławińska K., Serweta W., Genaszewska D., Popowych N. Patent na wynalazek pt.: Sposób wyprawy skór P.424659 [WIPO ST 10/C PL424659]. Zgłaszający : Instytut przemysłu skózanego w Łodzi, Łódź.

REFERENCES:

1. Atdor v misti: styl zhyttia, available at: <https://www.gorgany.com/pro/outdoor-in-city/>
2. Hiking and Trail Footwear Market size to grow by USD 4.25 billion | Technavio, available at: <https://www.prnewswire.com/news-releases/hiking-and-trail-footwear-market-size-to-grow-by-usd-4-25-billion--technavio-301501170.html>
3. Global Footwear Market to Reach \$440 Billion by 2026, available at: <https://www.prnewswire.com/news-releases/global-footwear-market-to-reach-440-billion-by-2026-301298995.html>
4. Revenue of the global athletic footwear market from 2012 to 2025(in million U.S. dollars), available at: <https://www.statista.com/statistics/412671/global-sports-footwear-market-projected-development/>
5. Bednarchuk M. S. Naukovi osnovy formuvannia asortymentu i yakosti vzuttia spetsialnoho pryznachennia : monohrafiia. Lviv : Vydavnytstvo Lvivskoi komertsiinoi akademii, 2015. 528 s.
6. Stefanyk M. P. Formuvannia ta otsiniuvannia spozhyvnykh vlastyvostei turystychnoho vzuttia : dys. ... kand. tekhn. nauk : 05.18.08 / Lvivskiy torhovelno-ekonomichnyi un-t. Lviv, 2021. 160 s.
7. Ławińska K., Serweta W., Genaszewska D., Popowych N. Patent na wynalazek pt.: Zastosowanie w produkcji obuwia skózanego i skórzano-tekstylnego skór modyfikowanych ekstraktem bambusa i/lub kukurydzy i/lub lnu P.424657 [WIPO ST 10/C PL424657]. Zgłaszający : Instytut przemysłu skózanego w Łodzi, Łódź.
8. Ławińska K., Serweta W., Genaszewska D., Popowych N. Patent na wynalazek pt.: Sposób wyprawy skór P.424659 [WIPO ST 10/C PL424659]. Zgłaszający : Instytut przemysłu skózanego w Łodzi, Łódź.

Стаття надійшла до редакції 02.05.2022