

**УДК 620.2:685.34+339.13**

*Попович Н.,  
к.т.н., Інститут шкіряної промисловості, м. Лодзь, Республіка Польща*

*Беднарчук М.,  
к.т.н., доц., професор кафедри товарознавства і технології непродовольчих товарів,  
Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів, Україна*

*Лавінська К.,  
к.т.н., Інститут шкіряної промисловості, м. Лодзь, Республіка Польща*

*Сервета В.,  
к.т.н., Інститут шкіряної промисловості, м. Лодзь, Республіка Польща*

## **РИНОК ШКІРЯНОГО ВЗУТТЯ**

### **Повідомлення 2**

#### **Аналіз сучасного стану і перспектив розвитку світового ринку шкіряного взуття та ринкового місця України і Польщі**

***Анотація.** Дана робота є продовженням аналізу (Повідомлення 1) світового ринку шкіряного взуття у 2013-2017 рр. і окремих його сегментів, а також перспектив їх розвитку до 2021-2025 рр. Зокрема, здійснено аналіз сформованої авторами бази даних про світовий ринок шкіряного взуття у 2013-2017 рр. та перспектив його розвитку до 2021-2025 р. Сформульовано основні чинники, які впливають на стійкість зростання сучасної взуттєвої промисловості у світі. Основне місце займає аналіз місця України і Польщі на світовому ринку взуттєвих товарів і у його європейському сегменті. На основі цього аналізу сформульовано основні чинники зростання світової взуттєвої промисловості в останні роки. Здійснено порівняльну характеристику світового ринку взуття в системі “попит (імпорт) – пропозиція (експорт)”.*

**Ключові слова:** взуття, ринок, база даних, аналіз.

*Popovich N.,  
Ph.D., Institute of Leather Industry, Lodz, Republic of Poland*

*Bednarchuk M.,  
Ph.D., Associate Professor, Professor of the Department of Commodity Science and Technology of Non-Food Products, Lviv University of Trade and Economics, Lviv, Ukraine*

*Lawinska K.,  
Ph.D., Institute of Leather Industry, Lodz, Republic of Poland*

*Serweta W.,  
Ph.D., Institute of Leather Industry, Lodz, Republic of Poland*

# MARKET OF LEATHER FOOTWEAR

## Message 2

### Analysis of the current state and prospects of the development of the leather footwear world market and the market place of Ukraine and Poland

**Abstract.** This article is a continuation of the analysis (Message 1) of the global leather footwear market in 2013-2017 and its individual segments, as well as the prospects for their development until 2021-2025. In particular, the analysis of the database of the world market of leather footwear in 2013-2017, developed by the authors, and the prospects for its development until 2021-2025 has been implemented. The main factors influencing the sustainability of the growth of the modern footwear industry in the world are formulated. The main place is given to the analysis of Ukraine and Poland positions in the world market of footwear and its European segment. On the basis of this analysis, the main factors of the growth of the world footwear industry in recent years have been implemented. The comparative characteristic of the world footwear market in the system "demand (import) - supply (export)" is carried out.

**Keywords:** footwear, market, database, analysis.

**Постановка завдання.** У даній статті ми аналізуємо сформовану на основі новітніх інформаційних джерел [1-16] базу даних про сучасний світовий ринок шкіряного взуття, перспективи його розвитку до 2021-2024 рр. і оцінюємо місце України й Польщі на світовому ринку шкіряного взуття та у його європейському сегменті. При цьому особлива увага спрямована на порівняння сучасного ринкового місця України й Польщі, оскільки Польща є не лише найближчим сусідом України і дуже схожою за багатьма параметрами державою, але і одним з найбільш успішних молодих учасників євrorинку, в якого нашій державі необхідно брати позитивний досвід.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Відповідно до поставленого завдання подальше дослідження сучасного ринку шкіряного взуття також здійснювалось у певній послідовності.

1. Аналіз бази даних про стан світового ринку шкіряного взуття у 2013-2017 рр. та перспективи його розвитку до 2021-2025 рр.

Різні інформаційні джерела [5-8, 13-16] одно-стайно стверджують, що світова взуттєва промисловість в останні роки відзначається тенденцією стійкого зростання, яку аналітики ринку взуттєвих товарів пояснюють різними причинами. Найчастіше основними з цих причин вважають:

- зростання чисельності населення у світі, ба-жання щораз більшої кількості споживачів відпо-відати тенденціям взуттєвої моди;

- покращення добробуту населення в багатьох країнах світу; постійне розширення асортименту взуття за рахунок появи нових матеріалів і напрямів використання;

- різке зростання доступності взуття як товару в роздрібній торгівлі завдяки інтернет-торгівлі;

- використання стимулюючих різновидів про-дажу взуття (наприклад, акції типу 1+1=3), які призводять до імпульсивних покупок та ін.

У зв'язку з цим розробляються [6-8] довго-строкові прогнози стану ринку взуттєвих товарів загалом і його окремих сегментів на найближчі роки. Наприклад, очікується, що світовий ринок усіх

груп взуття (шкіряне, гумове та ін.) у 2020 р. становитиме \$371,8 млрд, а його частка досягне 5,5% від усієї прогнозованої кількості ужиткових товарів у 2015-2020 рр.; в останні два роки (2016-2017 рр.) загальносвітове виробництво взуття ста-більно становить 23 млрд. пар. Дохід на світовому ринку взуття становитиме \$107,710 млн у 2018 р. і щорічно зростатиме на 2,8% (CAGR 2018-2021 - середньорічний темп приросту інвестиції протягом періоду часу понад один рік). Найбільшим сегмен-том ринку залишається шкіряне взуття, з продажу якого очікується обсяг доходу у розмірі \$52,274 млн у 2018 р., а зростання витрат доходів населення на взуття – на \$159,61.

За іншим прогнозом [15] до 2024 р. обсяг світового ринку взуття досягне \$430 млрд завдяки:

- новим тенденціям у дизайні;
- збільшенню дискреційних витрат зростаю-чого за чисельністю середнього класу населення;

- розширенню асортименту супутніх товарів та зростання обсягів комплексної (тобто торгівлі взуттям і супутніми товарами) інтернет-торгівлі;

- зростанню інноваційних концепцій вироб-ництва взуття за рахунок використання новітніх матеріалів – ефективних заміників натуральної шкіри – альтернативних матеріалів, отриманих, нап-риклад, з овочів і фруктів, грибів, листя і кори рослин (пальми, ананаса, банана), продуктів пере-робки натурального шовку (серицину);

- стрімкому зростанню використання 3D-друку деталей взуття, яке дедалі частіше стає основою взуттєвого виробництва і дозволяє виробникам справлятися з раніше непереборними проблемами – вимогами до розширення палітри дизайну взуття та масової адаптації дизайнерської продукції.

При цьому на ринку повсякденного взуття залишаються стійкими класичні тенденції, зокрема значна частина жінок і нині надає перевагу простим класичним туфлям чорного кольору на середніх підборах, які залишаються ідеальним (універсальним) доповненням практично для будь-яких варіантів гардеробу.

Аналіз цифрових даних сформованої нами бази про стан і перспективи розвитку ринку взуття дозволяє зробити цілу систему висновків, з яких найважливішими ми вважаємо наступні.

Офіційно опубліковані цифрові дані показують, що у світових інформаційних джерелах досить детальними є прогнози розвитку світового ринку взуття за регіонами. Наприклад, фахівці-аналітики практично одностайно вважають, що у вартісному вираженні найбільшим ринком взуття у світі залишаються США, де в останні роки стійкою є тенденція зростання сегмента ринку взуття для непрофесійних занять легкою атлетикою, зокрема і фізичною культурою загалом: таке взуття все частіше стає повсякденним для значної частини споживачів усіх статево-вікових категорій. За матеріалами верху найбільшим сегментом ринку залишається шкіряне взуття, обсяги зростання продажу якого у 2019 р. прогнозують у розмірі \$1593 млн. У 2018 р. у США також отримується найбільша абсолютна сума доходів від продажу взуття (\$83782 млн) та сума щомісячно проданого взуття на одиницю населення - \$99,85.

Азіатсько-Тихоокеанський регіон за аналізований час (2013-2017 рр.) вважається найшвидше зростаючим за обсягами продаж (приблизно на 8% щорічно). Аналітики ринку взуття вважають, що це зростання відбувається найбільшою мірою за рахунок зростання чисельності населення і відповідних потреб масового (споживчого) ринку у доступному взутті, а також за рахунок зростаючої орієнтації способу і стилю життя молодих матеріально забезпечених та належно освічених людей на ідеали західного світу (процес “вестернізації”). Означене призводить не лише до значного збільшення попиту на окремі види взуття (наприклад, кросівки), а і до зростання частки населення середнього класу, яка надає перевагу модному фірмовому (заводського виробництва) взуттю.

Для останніх років характерні не лише позитивні кількісні зміни на світовому ринку взуття, але і зміни у структурі асортименту. Зокрема, слід відзначити зростаючу популярність у споживачів і, відповідно, зростаючу ринкову частку взуття відносно нових груп за функціональним призначенням (наприклад, взуття для активного відпочинку, туризму, нових форм дозвілля тощо), а також окремих груп взуття за рівнем споживчих властивостей (насамперед – взуття з високим рівнем показників екологічних властивостей). Практично це означає, що збільшення числа людей, які ведуть активний спосіб життя (займаються фізкультурою, аматорським спортом, туризмом, активним дозвіллям і відпочинком тощо), не лише спричинило зростання потреб у відповідному (добре пристосованому до конкретних потреб споживача) взутті, але і значно змінило вимоги до структури асортименту та рівня споживчих властивостей усього ринкового асортименту взуття. Для задоволення потреб означеного сегмента споживачів у взутті належної якості потрібно не просто збільшити виробництво вже існуючих (класичних) видів і різновидів взуття, а творчо їх вдосконалити – розробити взуття інноваційних, принципово нових конструкцій і способів

з'єднання деталей тощо. Прикладом такого підходу може бути сучасне взуття спортивного стилю та взуття для аматорських занять спортом: універсальність (за призначенням), комфорт (незалежно від особливостей призначення) та відповідність найсучаснішим особливостям стилю (в усіх випадках) – основні чинники стимулювання привабливості цього взуття для усіх категорій споживачів і відповідного зростання частки такого взуття на усіх регіональних ринках світу.

У глобальному масштабі означені явища ми вважаємо однією з найвагоміших причин підвищення платоспроможного попиту на взуття в сучасному світі. Наприклад, через виникнення і стрімке зростання потреб у взутті для активного відпочинку, туризму, аматорських занять спортом, щоденних занять фізкультурою тощо у країнах Північної Америки спрямували інвестиційну і виробничу діяльність на стрімкий розвиток інновацій, які спроможні забезпечити комплекс споживчих властивостей у системі “мода(дизайн)-якість”. Як наслідок, у 2018-2021 рр. очікується відчутне зростання обсягів торгівлі (зокрема, інтернет-торгівлі) взуттям у США та Канаді. Саме тому Північна Америка тривалий час залишається найпривабливішим місцем отримання доходів на світовому ринку взуття.

Системний аналіз доступних інформаційних джерел показує, що світовий експорт взуття в останніх 10 років зріс на 25% і становить 13,9 млрд пар на суму понад \$122 млрд. Проте (попри довгострокову позитивну тенденцію) в останні два роки загальний світовий експорт взуття зменшився на 6%. Наприклад, починаючи з 2010 р., країни Азії втратили 2% експортної частки на світовому ринку взуття, а європейські країни, відповідно, збільшили свою частку на 3% (на кінець 2018 р. прогнозується зростання питомої ваги європейських експортерів на світовому ринку взуття до 13,5%).

За аналізований час перспектив розвитку (2018-2021 рр.) пріоритети імпорту (кількісного споживання взуття, виготовленого в інших країнах) залишаються за країнами Азії (загалом – 54%), серед яких Китай (18%); Індія, Індонезія та Японія (в межах 10% кожна) стійко перебувають у десятці найбільших споживачів (імпортерів) на світовому ринку взуття. В той же час країни Європи та Північної Америки позиціонуються як релевантні ринки, побудовані на принципах збалансування системи “потреби-попит-пропозиція”.

Тому логічною є характеристика світового ринку взуття в системі “попит (імпорт) – пропозиція (експорт)” і тому саме таку позицію займають статистичний відділ ООН та відділ Міжнародної торговельної статистики. Зокрема, цими структурами оприлюднені дані про експорт-імпорт на світовому ринку у 2013-2017 рр. взуття з верхом з шкір (натуральних, штучних, синтетичних) та підшовою з гуми і пластмаси.

Дані, зокрема, показують, що найбільшим експортером на світовому ринку шкіряного взуття у 2016 р. був Китай (\$9014,432 тис.), а у трійку провідних світових експортерів входять Італія (\$7587,274 тис.) та В'єтнам (\$6089,832 тис.).

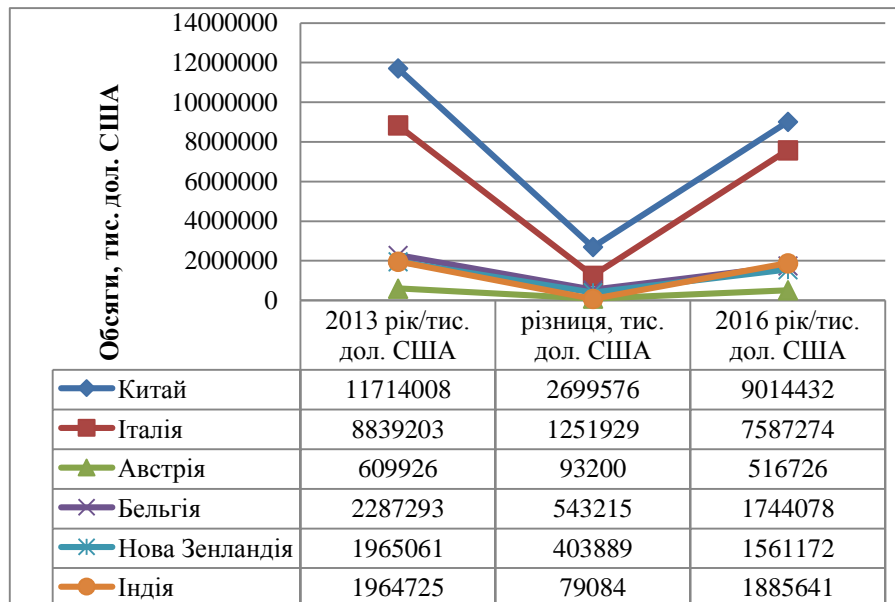


Рис. 1. Експорт шкіряного взуття на світовий ринок країнами-лідерами у 2013-2016 рр. (за статистичними даними ООН)

Аналіз даних показує, що серед країн-лідерів експорту взуття (такими аналітичний відділ ООН вважає країни, у яких сума експорту перевищує \$500,000 тис.) у 2013-2017 рр. помітна тенденція до зниження обсягів була у США (лише у 2014 р. було зростання експорту на \$30,754 тис.), Китаї (лише у 2014 р. було збільшення експорту на \$869,130 тис.), Італії (лише у 2014 р. було збільшення експорту на \$301,772 тис.), Австрії (лише у 2014 р. було збільшення експорту на \$38,160 тис.), Бельгії та Новій Зеландії (лише у 2014 р. було збільшення експорту на \$46,266 тис.), Індії (лише у 2014 р. було збільшення експорту на \$162,050 тис.).

Статистичні дані показують, що збільшення експорту взуття на світовий ринок серед країн-лідерів спостерігалось лише у В'єтнамі (від \$3639,199 тис. у 2013 р. – до \$6089,832 тис. у 2016 р.) та Камбоджі (від \$199,024 тис. у 2013 р. – до \$509,065 тис. у 2016 р.). В цілому ж за даний

проміжок часу найвище абсолютне значення експорту взуття на світовому ринку було у 2014 р. – \$8617,743 тис.

З даних видно, що найбільшими імпортерами на світовому ринку взуття у 2016 р. були США (\$11627,603 тис.), Німеччина (\$4301,658 тис.) та Франція (\$3529,489 тис.).

Аналіз даних за 2013-2017 рр. про лідерів серед країн-імпортерів (такими аналітичний відділ ООН вважає країни, які експортували на світовий ринок взуття на суму понад \$500,000 тис.) показує (рис. 2), що в означений період часу тенденція до зниження обсягів імпорту була у Канаді (лише у 2014 р. було збільшення імпорту на \$73,332 тис.), Німеччині (лише у 2014 р. було збільшення імпорту на \$306,712 тис.), Бельгії (лише у 2014 р. було збільшення імпорту на \$80,696 тис.), Гонконгу та ОАЕ (лише у 2014 р. було збільшення імпорту на \$127,174 тис.).

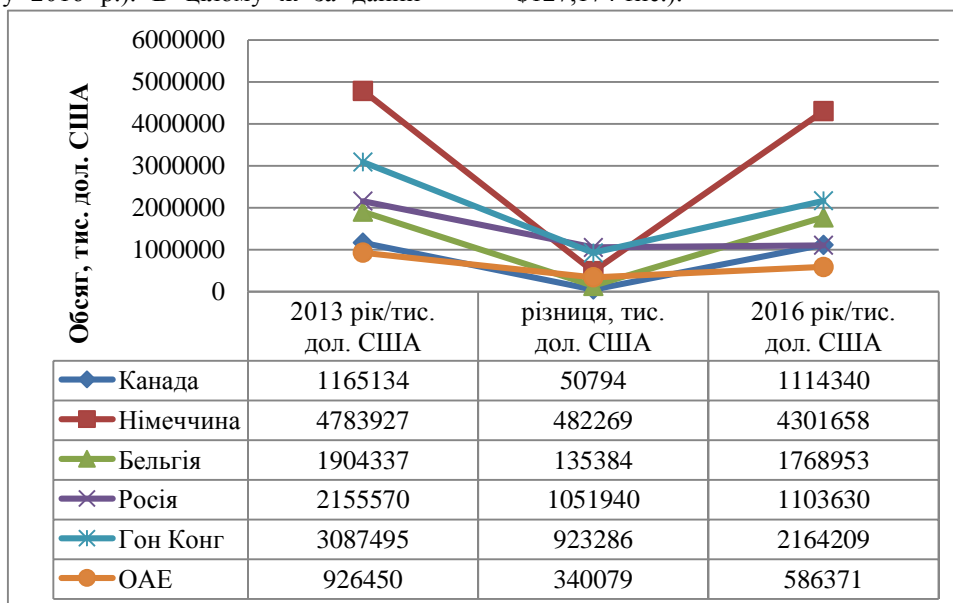


Рис. 2. Імпорт шкіряного взуття на світовому ринку країнами-лідерами у 2013-2016 рр. (за матеріалами статистичних даних ООН)

Дані також показують, що систематичне зростання імпорту взуття на світовий ринок протягом 2013-2017 рр. не відбулось у жодній з країн-лідерів, а загалом у 2013-2017 рр. найбільший імпорт взуття на світовий ринок був у 2014 р. – \$59265,911 тис. При цьому найбільший світовий імпортер взуття у 2016 р. - США у першому півріччі 2017 р. Імпортували 1,25 млрд пар взуття на суму \$12,28 млрд, що призвело до незначного зниження цін на ринку (майже на 1,7 %) і майже не вплинуло на зміну його кількісних параметрів (приріст складав лише 0,47 %); імпорт взуття у США на 90 % забезпечили: Китай (55,2 %), В'єтнам (21,6 %), Індонезія (6,5 %), Італія (5,4 %), Індія (1,8 %). Але, хоча Китай продовжує зберігати статус найбільшого постачальника взуття до США, порівняно з першим півріччям 2016 р. він втратив понад 2,3 % своєї частки на американському ринку (з 57,5 % до 55,2 %); водночас В'єтнам займає дедалі більшу частку в структурі імпорту взуття США (навіть при втраті квоти) із 19,2 % до 21,6 %; Індонезія також доволі суттєво збільшила продаж взуття у США – на 4,9 %.

Такі зміни у структурі імпорту на світовому ринку взуття, на думку аналітиків, посилюють певні характерні тенденції цього ринку, які перевірені попередніми роками. Зокрема, відповідно до останніх даних Всесвітнього взуттєвого щорічника імпорт взуття з Китаю до США за останні 5 років зменшився на суму понад \$2 млрд, а імпорт з В'єтнаму зріс майже на \$3 млрд. Практично це означає, що основним цільовим ринком в'єтнамського взуття залишаються США, а загальна сума цього ринку уже перевищує \$2,45 млрд. Фактично Північна Америка стає основним регіоном імпорту в'єтнамського взуття, оскільки його загальна частка становить 38,7%; але друге місце у структурі імпорту взуття у США залишається за ЄС – загальна частка за сумою складає майже 32,0%.

Важливою подією на світовому ринку взуття, на нашу думку, є те, що дедалі впевненішу позицію на міжнародній взуттєвій арені займає Бельгія, яка у 2017 р. збільшила експорт взуття на світовий ринок на 3,9% і за даними Всесвітнього взуттєвого щорічника у 2016 р. ця країна стала п'ятим найбільшим імпортером взуття у світі (завезено 238 млн пар взуття) та 9-м найбільшим експортером взуття (вивезено 292 млн пар взуття).

Також дуже цікавими, на нашу думку, варто вважати дані про експорт на світовий ринок португальського взуття: 95% загальної кількості взуття, яке виробляється в цій країні, експортується споживачам у 152 країни світу.

Дедалі важливішим (з погляду перспективи) для виробників взуття в усьому світі стає японський взуттєвий ринок, імпорт на який у 2017 р. Скоротився на 5,1% (за даними Всесвітнього взуттєвого щорічника, у 2016 р. Японія займала 4-те місце серед світових імпортерів взуття, а її частка становила понад 5,1% у світовому імпорті). При цьому особливо стрімко розвивався сегмент ринку взуття для активного відпочинку, який на 70 % насичували Китай (52 %) і В'єтнам (18 %); обсяги імпорту взуття

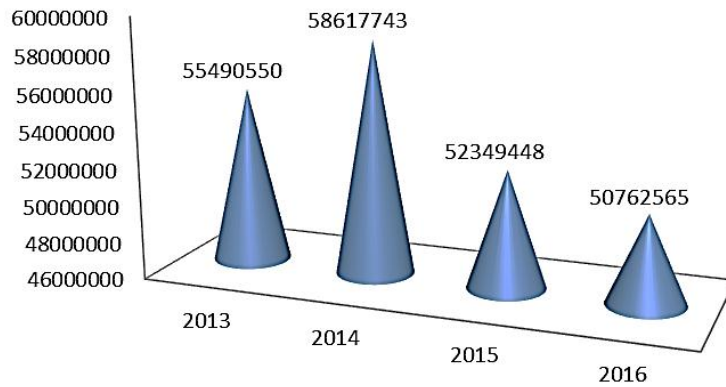
Японії з Китаю зростають щорічно в середньому на 1 %, а його вартість при цьому зменшується на 5-6 %. При цьому порівняно з іншими країнами японський ринок імпорту взуття, на нашу думку, є дуже оригінальним за структурою: частка текстильного взуття в імпорті Японії перевищує 40 % і зросла за аналізований час на 4-5 %; частка гумового і полімерного взуття становить майже 34 % і зменшилася відповідно на 1-2 %; частка шкіряного взуття займає лише 22 % і зменшилася відповідно на 6-8 %.

Одним з найбільших у світі сучасних виробників взуття, який, однак, все ще вважається досить замкнутим (закритим для міжнародної торгівлі і максимально зосередженим на внутрішній торгівлі), є Бразилія. Але експорт бразильського взуття на світовий ринок постійно зростає за обсягом та вартістю і нині Бразилія є 5-м найбільшим виробником взуття у світі (954 млн пар) і лише 13-тим серед найбільших експортерів (126 млн пар; експортує лише 13 % від загального обсягу власного виробництва взуття); обсяг імпорту взуття в цю країну дуже незначний - лише 23 млн пар/рік. Практично це означає, що один з найбільших виробників взуття у світі достатньо закритий для міжнародної торгівлі та зосереджений на великому внутрішньому ринку: за даними Бразильської асоціації взуття протягом першого півріччя 2017 р. країна експортувала на світовий ринок 59,4 млн пар взуття на суму \$528,8 млн, що становить зростання на 2,5 % обсягу і 17,1 % вартості до аналогічного періоду 2016 р. Основним місцем експорту бразильського взуття традиційно є США (у 2016 р. 5,5 млн пар на суму понад \$95,9 млн); серед країн-сусідів найважливішими торговельними партнерами Бразилії на ринку взуття є Аргентина (4,23 млн пар на суму \$64,7 млн) та Парагвай (7 млн пар на суму \$3 млн). Окреслюючи перспективи торгівлі взуттям, Бразильський інститут географії і статистики (IBGE) оголосив, що у 2017 р. виробництво матеріалів для взуття у готового взуття в країні зросло на 4,5 % порівняно з 2016 р.; такі ж темпи зростання очікуються у 2018 р.

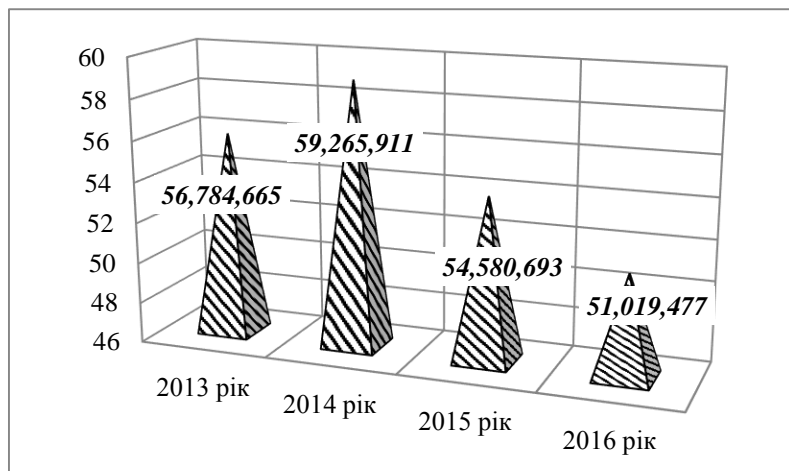
Падіння експорту взуття у 2017 р. Спостерігалося в Індії. За даними Всесвітнього взуттєвого щорічника у 2016 р. Індія стала другим за кількістю виробником взуття (2,26 млрд пар), але експортувала лише 236 млн пар (1,7 % світового експорту), що дозволило їй стати 6-м найбільшим у світі експортером взуття. Індія в основному експортує взуття з верхом з натуральних шкір (73 % від загальної суми). У 2016 р. Індія була третьою у світі за величиною імпорту взуття, і, враховуючи те, що МВФ прогнозує зростання економіки Індії на 6 %, перспективним є зростання і виробництва й імпорту взуття у цю країну.

Дані про сумарний експорт-імпорт (\$, тис.) взуття у світі у 2013-2016 рр. подані на рис. 3-4.

Дані рис. 3 показують, що лише у 2014 р. на світовому ринку взуття було стрімке зростання експорту, а у наступні 2015-2016 рр. - значне зниження.



**Рис. 3. Експорт шкіряного взуття на світовому ринку у 2013-2016 рр. (за матеріалами статистичних даних ООН)**

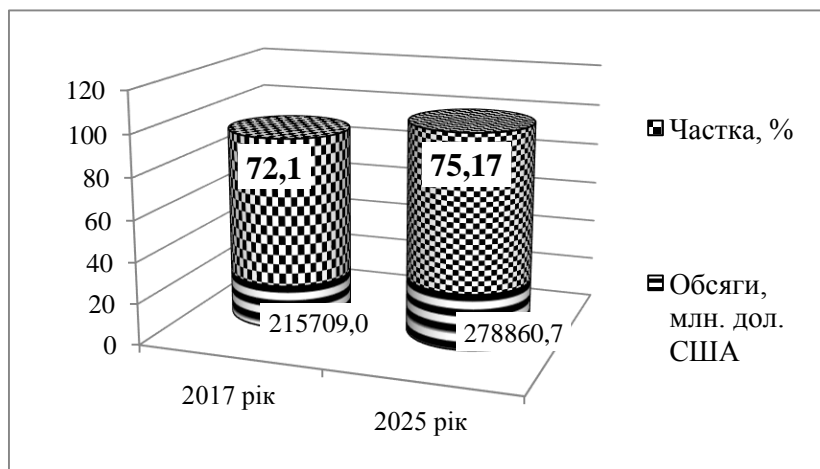


**Рис. 4. Імпорт шкіряного взуття на світовому ринку у 2013-2016 рр. (за матеріалами статистичних даних ООН)**

З даних рис. 4 видно, що найбільші обсяги імпорту взуття на світовому ринку за аналізований час, як і його експорту (рис. 3), були у 2014 р.

За результатами досліджень Transparency Market Research лідерами світового ринку взуття для активного відпочинку є відомі компанії Nike Inc., Adidas

A.G., Puma S.E., New Balance Inc. та Asics Corp., частка яких у 2016 р. становила 72,1%; це ж джерело прогнозує зростання частки цього сегмента взуття на світовому ринку на 3,07% у 2017-2025 рр. Відповідно від \$215709,0 млн – до \$278860,7 млн.



**Рис. 5. Світовий ринок взуття для активного відпочинку (за даними досліджень Transparency Market Research)**

Результати цих досліджень також прогнозують, що до 2021 р. основним експортером взуття спортивного призначення на світовий ринок залишиться Північна Америка.

2. Класичні і новітні чинники формування сучасного ринку шкіряного взуття та окремих його сегментів

Слід відзначити, що поданий аналіз стану і перспектив розвитку світового ринку взуття найбільшою мірою акцентований на шкіряному взутті на підшві з гуми і/чи пластичних мас. При цьому поняття “шкіряне взуття” включає взуття з верхом з натуральних, штучних і синтетичних шкір; текстильних матеріалів (тканин, трикотажних полотен, нетканих і комплексних матеріалів); фетру і повсті, а також комбіноване з означених матеріалів. Тому ми вважаємо актуальними подальші дослідження світового ринку взуття в інших сегментах - за функціональним призначенням; особливостями конструкції, видами і різновидами взуття; статево-віковою ознакою тощо, а також у системі “проблеми-перспективи” (ретроспективний аналіз та товарознавчі дослідження взуттєвої продукції країн (фірм)-лідерів виробництва з метою використання їх досвіду).

Крім цього, на нашу думку, одним з основних напрямів аналізу ринку взуття повинні бути новітні чинники його формування. Зокрема, аналіз досліджених інформаційних джерел [1-16] дозволяє стверджувати, що на сучасний ринок взуття суттєво впливають (як складова частина потреб споживачів) місцеві традиції, звичаї та “історична пам'ять” загалом. Наприклад, нанесене на взуття чи його упаковку маркування “Made in Italy” практично завжди викликає позитивні асоціації, емоції тощо у сучасного українського та східноєвропейського споживача, який не стільки з власного досвіду, скільки з історії ринку взуття у своїй країні знає, що взуттєві товари, виготовлені в Італії, мають високий рівень споживчих властивостей і, як правило, гарантують високий рівень якості.

Ми вважаємо, що одним з переконливих пояснень такого явища є те, що Італія ще з часів середньовічних купців і ремісників набула статусу відомого виробника взуття, що, в свою чергу, здійснювало постійний суттєвий вплив на європейську моду у взутті і потреби європейців у взутті, а також формувало традиції професійних “майстерень-цехів” в усій Європі. Зокрема, система професійних семінарів, яка століттями функціонувала в Європі і традиційно очолювалась італійцями, була однією з найбільших рушійних сил розвитку ринку взуття, яка залишила позитивні традиції та наслідки і донині.

На відміну від європейського, ринок взуття у США та країнах Азії почав найінтенсивніше розвиватися у період промислової революції, коли відкрилися масштабні виробництва, які задовольняли потреби не вузького кола споживачів, а мільйонів людей.

В результаті означених тенденцій розвитку сформувалася сучасна структура світового ринку взуття: у США і в країнах Азії функціонує незначна кількість великомасштабних виробництв, а європейську взуттєву промисловість формує значна кількість порівняно малих виробників (штат виробничого підприємства складає 10-15 працівників) з

середнім річним оборотом в межах €1 млн. Наприклад, у країнах Західної Європи у взуттєвому виробництві переважає сімейний бізнес, у якому пов'язані родинними узами фахівці працюють від покоління до покоління, накопичують і оберігають специфічні традиції, які незалежно від притаманних особливостей забезпечують високий рівень якості взуття. Однією з найкращих ілюстрацій такого підходу може бути “остання взуттєва мануфактура Європи” – сімейна компанія Moreschi [17], яка не змінює традиції виробництва з 1946 р.: виготовлення кожної пари взуття включає від 250 до 300 виробничих операцій і забезпечує незрівнянне поєднання вишуканої елегантності та максимальної комфортності.

3. Перевірка гіпотези про залежність основних показників розвитку держави та її місця на ринку взуття

Для перевірки гіпотези про залежність основних показників розвитку держави та її місця на ринку взуття ми розробили спеціальну таблицю (табл. 1), дані якої дозволили встановити кореляційні зв'язки (чи їх відсутність) між найважливішими показниками економічної діяльності (загальний обсяг ВВП за ПКС і ВВП на 1 особу за ПКС) десяти найбільш розвинених країн світу (TOP-10) та їхнім місцем на сучасному світовому ринку взуття. Найважливішими показниками економічної діяльності ми обрали загальноєвропейські [18-19] характеристики: валовий внутрішній продукт (ВВП) та паритет купівельної спроможності (ПКС; англ. Purchasing power parity, PPP) – поняття, яке ми використали в двох контекстах: як формулювання закону єдиної ціни для міжнародних ринків (купівельна спроможність деякої суми на одному ринку повинна бути рівна купівельній спроможності цієї ж суми на ринку іншої країни, якщо перевести дану суму за поточним обмінним курсом в іноземну валюту); як фіктивний обмінний курс двох (кількох) валют, розрахований на основі їх купівельної спроможності стосовно певних наборів товарів і послуг.

Дані табл. 1 переконливо показують відсутність прямо пропорційної залежності між загальним рівнем економічного розвитку держави, який найбільш об'єктивно характеризується загальним обсягом ВВП за ПКС, та величиною (обсягами) експорту та імпорту шкіряного взуття цією країною.

Наприклад (табл. 1), у 2016 р. Китай та США мали найбільший обсяг ВВП за ПКС у світі (відповідно \$21269 млрд. та \$ 18562 млрд.) і експортували найбільшу кількість шкіряного взуття (відповідно на суму \$9014432 тис. та \$505800 тис.); але при цьому розмір ВВП Китаю перевищував розмір ВВП США лише на 14,6 %, а обсяг експорту шкіряного взуття – майже у 18 разів. З іншого боку, співвідношення між загальним обсягом ВВП за ПКС та обсягами імпорту шкіряного взуття цими країнами кардинально протилежні: при меншому (на 14,6 %) обсязі ВВП за ПКС США імпортували шкіряного взуття майже у 9 разів більше, ніж Китай (відповідно на суму \$11627603 тис. та \$1316148 тис.).

Іншим яскравим прикладом підтвердження означеної думки може бути становище Німеччини, Великобританії та Франції у системі зв'язків між загальним обсягом ВВП за ПКС та експортом-імпортом шкіряного взуття. Наприклад, незважаючи на те, що серед TOP-10 країн світу за загальним

обсягом ВВП за ПКС у 2016 р. Німеччина перебувала на 5-й позиції (табл. 1), експорт шкіряного взуття цією країною перевищував аналогічний показник США (другої у рейтингу TOP-10) майже у 5,24 рази, а імпорт перевищував аналогічний показник Китаю (першої у рейтингу TOP-10 країн світу) майже у 3,3 рази.

Крім цього, дані табл. 1 вказують на відсутність кореляції між загальним обсягом ВВП за ПКС, розміром ВВП на 1 особу за ПКС та величиною експорту й імпорту шкіряного взуття. На нашу думку, така кореляція відсутня передусім тому, що загальний обсяг ВВП за ПКС не означає відповідний рівень ВВП на 1 особу за ПКС: жодна з TOP-10 країн з найвищим загальним обсягом ВВП за ПКС не входить у TOP-10 країн з рівнем ВВП на 1 особу за ПКС. З іншого боку, перша країна у TOP-10 країн світу за розміром ВВП на 1 особу – Катар, зовсім не експортує шкіряного взуття (кількість експортованого взуття – 0), але імпортує його майже у 40 разів більше, ніж Бруней (4-та країна у TOP-10 країн світу за рівнем ВВП на 1 особу) і майже удвічі більше, ніж Бразилія – 7-ма країна у TOP-10 країн за загальним обсягом ВВП за ПКС.

Таким чином, дані табл. 1 та вищевикладений їх аналіз підтверджують нашу гіпотезу про відсутність

залежності між основними показниками розвитку держави (загальний обсяг ВВП за ПКС та розмір ВВП на 1 особу за ПКС) та розміром експорту й імпорту нею шкіряного взуття. Це дозволяє зробити важливий, на нашу думку, висновок: перспективи розвитку ринку взуття в окремій державі (наприклад, в Україні та Польщі) значною мірою залежать від чинників, пов'язаних з кадровим забезпеченням галузі, зокрема – забезпеченням фахівцями науково-педагогічного і науково-дослідного напрямку.

4. Місце Польщі та України на сучасному світовому ринку шкіряного взуття

Для встановлення місця Польщі та України на сучасному світовому ринку шкіряного взуття на основі створеної нами бази даних була розроблена спеціальна таблиця (табл. 2). Крім цього, ми брали до уваги застереження міжнародних аналітиків про відсутність певної статистичної звітності в окремих країнах сучасної світової спільноти і, як наслідок, отримання ними потрібних даних розрахунковим методом; наприклад, стосовно даних про експорт-імпорт шкіряного взуття до таких країн, серед інших, віднесені Гвінея-Бісау, Ліберія, Лесото, Полінезія, Непал, Сан-Мартін, Ангола, Андорра, Бутан, Бангладеш, а також Україна.

Таблиця 1

**TOP-10 країн за загальним обсягом ВВП за ПКС і за ВВП на 1 особу за ПКС та експорт-імпорт шкіряного взуття цими країнами у 2016 р.\***

Місце	Країна	Розмір ВВП, \$, млрд	Експорт / імпорт, \$ тис., шкіряного взуття	Місце	Країна	Розмір ВВП на 1 особу, \$	Експорт / імпорт, \$ тис., шкіряного взуття
за загальним обсягом ВВП за ПКС			X	за ВВП на 1 особу за ПКС			X
1	Китай	21269	9 014 432 / 1 316 148	1	Катар	129729	0 / 104 456
2	США	18562	505 800 / 11 627 603	2	Люксембург	101936	12 926 / 58 724
3	Індія	8721	1 885 641 / 82 422	3	Сінгапур	87082	136 159 / 274 503
4	Японія	4932	14 083 / 1 268 604	4	Бруней	79711	124 / 2 905
5	Німеччина	3979	2 648 442 / 4 301 658	5	Кувейт	71264	3 941 / 113 804
6	РФ	3745	65 717 / 1 103 630	6	Ірландія	69375	22 780 / 182 019
7	Бразилія	3135	471 594 / 59 978	7	Норвегія	69269	5 981 / 278 611
8	Індонезія	3028	2 260 270 / 82 255	8	ОАЄ	67696	88 488 / 586 371
9	Великобританія	2788	1 180 476 / 3 193 804	9	Сан-Марино	64433	10 / 2 811**
10	Франція	2737	1 669 033 / 3 529 489	10	Швейцарія	59376	424 366 / 5 121
ЄС		18755	X	Середній у світі		15943	X
Увесь світ		119097					

\* таблиця складена авторами за офіційно опублікованими даними.

\*\* наведені дані не є офіційною звітністю, а зроблені оціночним методом закордонними фахівцями.



Таблиця 2

## Місце Польщі та України на світовому ринку шкіряного взуття (2016 р.)\*

№ з/п	Показники і характеристики	Польща <sup>1)</sup>	Україна <sup>2)</sup>
1	Розмір ВВП, \$ (млрд) за загальним обсягом ВВП за ПКС	469,5	93,27
2	Розмір ВВП на 1 особу, \$, за ВВП на 1 особу за ПКС	12 372,42	2 185,73
3	Експорт шкіряного взуття \$ тис.	469 175	35 352***
4	Імпорт шкіряного взуття \$ тис.	617 543	128 592***
5	Держави з приблизно такими ж характеристиками:		
	=площа, км. кв.	312 685 <sup>1-1)</sup> Малайзія, В'єтнам, Кот-д'Івуар, Оман, Італія, Норвегія	603 700 <sup>2-1)</sup> ЦАР, Мадагаскар, Кенія, Ботсвана
	=чисельність населення, осіб	38 562 189 <sup>1-2)</sup> Алжир, Уганда, Ірак	44 429 471 <sup>2-2)</sup> Кенія, Колумбія, Аргентина
5.1	=загального розміру ВВП (1)**	Венесуела, Гонконг, Казахстан, Румунія, Сінгапур, Чилі	Хорватія, Лівія, Туркменістан, Панама
5.2	=розміру ВВП на 1 особу (2)**	Албанія, Домініка, Боснія і Герцеговина, Єгипет, Індонезія, ПАР, Мальдіви, Монголія, Намібія, Палау, Шрі-Ланка, Перу, Сент-Люсія, Туніс, Сент-Вінсент і Гренадіни	Чад, Уганда, Танзанія, Таджикистан, Непал, Вануату, Бенін
5.3	=експорту взуття (3)**	Словаччина, Австрія, Камбоджа, Бразилія, Швейцарія	Литва, Естонія, Греція, Сальвадор, Австралія
5.4	=імпорту взуття (4)**	ОАЕ, Австралія, Данія; 50% (Китай, Канада, РФ, Іспанія) <sup>3)</sup>	Нова Зеландія, Хорватія, Фінляндія, Саудівська Аравія

\*таблиця складена авторами за офіційно опублікованими даними.

\*\*порядковий номер показника у даній таблиці.

\*\*\*наведені дані отримані розрахунковим методом закордонними фахівцями.

1) Польща: <sup>1-1)</sup> – площа, км. кв.; <sup>1-2)</sup> – чисельність населення, осіб.

2) Україна: <sup>2-1)</sup> – площа, км. кв.; <sup>2-2)</sup> – чисельність населення, осіб.

3) імпорт взуття Польщею складає 50% імпорту вказаних країн.

Аналіз даних табл. 2 показує, що Україна, переважаючи Польщу майже удвічі за розміром території, км. кв. (відповідно 603 700 та 312658) і майже на 6 млн. осіб за чисельністю населення (відповідно осіб 44429471 та 38562189), поступалась їй у 2016 р. за основними [18-19] загальними показниками економічного розвитку: загальним обсягом ВВП за ПКС, \$ (млрд.) - у 5 раз (відповідно 93,27 та 469,5) та обсягом ВВП на 1 особу за ПКС, \$ – майже у 6 раз (відповідно 2185,73 та 12372,42). При цьому державами з приблизно такими ж характеристиками площі території, подібними до України, є ЦАР, Мадагаскар, Кенія, Ботсвана, а подібними до Польщі – Малайзія, В'єтнам, Кот-Д'Івуар, Оман, Італія, Норвегія; подібними за чисельністю населення – Кенія, Колумбія, Аргентина (до України) та Алжир, Уганда, Ірак (до Польщі). Але означені об'єктивні характеристики (площа території і чисельність населення) не коригуються з основними загальними показниками рівня економічного розвитку, оскільки

за загальним розміром ВВП за ПКС найбільш близькими до наших держав є не вищезначені, а зовсім інші країни – Венесуела, Гонконг, Казахстан, Румунія, Сінгапур, Чилі (до Польщі); Хорватія, Лівія, Туркменістан, Панама (до України); це ж стосується і загального розміру ВВП на 1 особу – найбільш близькими до наших держав за цим показником є Албанія, Домініка, Боснія і Герцеговина, Єгипет, Індонезія, ПАР та ще 10 країн (до Польщі) та лише Чад, Уганда, Танзанія, Таджикистан, Непал, Вануату, Бенін (до України).

Дані табл. 2 також підтверджують нашу гіпотезу про незалежність основних показників розвитку держави та її місця на сучасному ринку взуття, оскільки у 2016 р. найбільш подібними державами за показником експорту взуття є Словаччина, Австрія, Камбоджа, Бразилія, Швейцарія (до Польщі) та Литва, Естонія, Греція, Сальвадор, Австралія (до України); за показниками імпорту взуття – лише ОАЕ, Австралія, Данія (до Польщі) та Нова

Зеландія, Хорватія, Фінляндія, Саудівська Аравія (до України).

Отже, вищезначені переліки країн, на нашу думку, найкраще характеризують місце Польщі та України на сучасному світовому ринку шкіряного взуття, оскільки створені на базі об'єктивних сталих показників (площа території та чисельність населення) та основних показників економічного розвитку (загальний обсяг ВВП та обсяг ВВП на 1 особу).

**Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі.** Базис даних про стан світового ринку взуття та перспективи його розвитку дозволяють отримати об'єктивні аналітичні дані товарознавчого і технологічного спрямування і розробити актуальні напрями теоретичних та експериментальних наукових досліджень, а також встановити ринкове місце окремих країн. Зокрема, за обсягами експорту взуття сучасне ринкове місце Польщі серед таких країн, як Словаччина, Австрія, Камбоджа, Бразилія, Швейцарія, а України – серед таких країн, як Литва, Естонія, Греція, Сальвадор, Австралія; за показниками імпорту взуття – ОАЕ, Австралія та Данія найбільш близькі до Польщі, а Нова Зеландія, Хорватія, Фінляндія, Саудівська Аравія – до України.

Актуальними ми вважаємо подальші дослідження за окремими сегментами (призначення, матеріали, види, статево-вікове призначення тощо). Також перспективними ми вважаємо дослідження ринку в системі “проблеми-перспективи”, ретроспективний аналіз та товарознавчі дослідження стану країн-лідерів експорту та імпорту окремих груп і видів продукції взуттєвої промисловості, з метою узагальнення і використання їх досвіду.

*The research work has been carried out within project: “Use of bamboo extract and fibres in the elements of leather, textile and combined leather and textile children's footwear” financed by the National Centre for Research and Development (Agreement No. LIDER/16/0091/L-8/16/NCBR/2017).*

## ЛІТЕРАТУРА

1. Swiatbotow.eu 25.02.2016: CRIF Polska: Zdolność kredytowa CCC tookoło 300 mlnzłoty. Spółkajestdziśwartaponad 5 mldzł.  
2. <https://stat.gov.pl/en/>.
3. <https://www.gpw.pl/en-home>.
4. 19.BD tobeleadingactoringlobalfootwearmarket, sayexperts [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://thefinancialexpress.com.bd/economy/bd-to-be-leading-actor-in-global-footwear-market-say-experts-1510771658>.
5. FootwearIndustry 2018 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://www.reportlinker.com/market-report/Footwear/6155/Footwear?utm\\_source=adwords1&utm\\_medium=cpc&utm\\_campaign=RLS\\_A\\_Clothing\\_And\\_Textile&utm\\_adgroup=RLSA\\_Footwear&gclid=Cj0KCQjw3v3YBRCOARIsAPkLbK7ON1sA\\_g2QqTH37vt2nZFHIKL3KHIPznd0IYA0aN-dzhRzeRQCL6YaAkGUEALw\\_wcB](https://www.reportlinker.com/market-report/Footwear/6155/Footwear?utm_source=adwords1&utm_medium=cpc&utm_campaign=RLS_A_Clothing_And_Textile&utm_adgroup=RLSA_Footwear&gclid=Cj0KCQjw3v3YBRCOARIsAPkLbK7ON1sA_g2QqTH37vt2nZFHIKL3KHIPznd0IYA0aN-dzhRzeRQCL6YaAkGUEALw_wcB).
6. FootwearMarketbyType (Athletic, NonAthletic), ModeofSale (RetailSales, OnlineSale) andMaterial

(Leather, Nonleather) – GlobalOpportunityAnalysisandIndustryForecast, 2014-2020 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.alliedmarketresearch.com/footwear-market>.

7. GlobalFootwearIndustry [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.prnewswire.com/news-releases/global-footwear-industry-3005400-03.html>.

8. GlobalFootwearManufacturing – GlobalMarketResearchReport [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.ibisworld.com/industry-trends/global-industry-reports/manufacturing/footwear-manufacturing.html>.

9. Piekut M. Komparatywnaanalizawydatkówna-odzież i obuwie w europejskichgospodarstwachdomowych, Studia i PraceWydziałuNaukEkonomicznych i Zarządzania. - 36 (1), 2014.

10. PurchaseMarketReportsOnline [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://staging.brgbuilding-solutions.com/home/buyreports.aspx?gclid=Cj0KCQjw3v3YBRCOARIsAPkLbK7R0NRortQ3sDfqo8upMr3yLSFq\\_\\_03EcH8GgdUqBJPrdGZMxHPM8saApLZEA Lw\\_wcB](http://staging.brgbuilding-solutions.com/home/buyreports.aspx?gclid=Cj0KCQjw3v3YBRCOARIsAPkLbK7R0NRortQ3sDfqo8upMr3yLSFq__03EcH8GgdUqBJPrdGZMxHPM8saApLZEA Lw_wcB).

11. StatisticalYearbookoftheRepublicofPoland 20-10-2015, ZakładWydawnictwStatystycznych, Warszawa.

12. The final remarks of the UITIC Congressin Porto [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.worldfootwear.com/>.

13. WorldFootwear [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.linkedin.com/company/world-footwear/>.

14. WorldFootwearMarketReport 2018 – ResearchAndMarkets.com [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.businesswire.com/news/home/20180117006045/en/World-Footwear-Market-Report-2018-ResearchAndMarkets.com>.

15. WorldFootwearYearbook 2017 (dataupto 20-16), APICCAPS, Porto, 2017.

16. YearbookofForeignTradeStatisticsofPoland 2010-2015, ZakładWydawnictwStatystycznych, Warszawa.

17. Moerschshoes [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.moerschshoes.com/>.

18. Географія : підруч. для 9 класу загально-освіт. навч. закладів / Й. Р. Гілецький, Р. Р. Сливка, Я. Д. Атаманюк, Р. Д. Чобан. – Х. : Ранок, 2017. – 208 с.

19. Географія : підруч. для 9 класу загально-освіт. навч. закладів / Бойко В. М. [та ін.] – Тернопіль : Підручники і посібники, 2017. – 272 с.

## REFERENCES

1. Swiatbotow.eu 25.02.2016: CRIF Polska: Zdolność kredytowa CCC tookoło 300 mlnzłoty. Spółkajestdziśwartaponad 5 mldzł.  
2. <https://stat.gov.pl/en/>.
3. <https://www.gpw.pl/en-home>.
4. 19.BD tobeleadingactoringlobalfootwearmarket, sayexperts, available at: <https://thefinancialexpress.com.bd/economy/bd-to-be-leading-actor-in-global-footwear-market-say-experts-1510771658>.

5. FootwearIndustry 2018, available at: [https://www.reportlinker.com/market-report/Footwear/6155-Footwear?utm\\_source=adwords1&utm\\_medium=cpc&utm\\_campaign=RLSA\\_Clothing\\_And\\_Textile&utm\\_adgroup=RLSA\\_Footwear&gclid=Cj0KCQjw3v3YBRCOARIsAPkLbK7ON1sA\\_g2QqTH37vt2nZFHIKL3KHiPznd0IYA0aN-dzhRzeRQCL6\\_YaAkGUEALw\\_-wcB](https://www.reportlinker.com/market-report/Footwear/6155-Footwear?utm_source=adwords1&utm_medium=cpc&utm_campaign=RLSA_Clothing_And_Textile&utm_adgroup=RLSA_Footwear&gclid=Cj0KCQjw3v3YBRCOARIsAPkLbK7ON1sA_g2QqTH37vt2nZFHIKL3KHiPznd0IYA0aN-dzhRzeRQCL6_YaAkGUEALw_-wcB).
6. FootwearMarketbyType (Athletic, NonAthletic), ModeofSale (RetailSales, OnlineSale) andMaterial (Leather, Nonleather) – GlobalOpportunityAnalysinandIndustryForecast, 2014-2020, available at: <https://www.alliedmarketresearch.com/footwear-market>.
7. GlobalFootwearIndustry, available at: <https://www.prnewswire.com/news-releases/global-footwear-industry-300540003.html>.
8. GlobalFootwearManufacturing – GlobalMarket-ResearchReport, available at: <https://www.ibisworld.com/industry-trends/global-industry-reports/manufacturing/footwear-manufacturing.html>.
9. Piekut M.: Komparatywnaanalizawydatków-naodzież i obuwie w europejskichgospodarstwachdomowych, *Studia i PraceWydziałuNaukEkonomicznych i Zarządzania*. - 36 (1), 2014.
10. PurchaseMarketReportsOnline, available at: [http://staging.brgbuildingsolutions.com/home/buyreports.aspx?gclid=Cj0KCQjw3v3YBRCOARIsAPkLbK7R0NRortQ3sDfgo8upMr3yLSFq\\_\\_03EcH8GgdUqBJPrdGZMxHPM8saApLZEALw\\_wcB](http://staging.brgbuildingsolutions.com/home/buyreports.aspx?gclid=Cj0KCQjw3v3YBRCOARIsAPkLbK7R0NRortQ3sDfgo8upMr3yLSFq__03EcH8GgdUqBJPrdGZMxHPM8saApLZEALw_wcB).
11. StatisticalYearbookoftheRepublicofPoland 20-10-2015, ZakładWydawnictwStatystycznych, Warszawa.
12. The final remarks of the UITIC Congressin Porto, available at: <https://www.worldfootwear.com/>.
13. WorldFootwear, available at: <https://www.linkedin.com/company/world-footwear/>.
14. WorldFootwearMarketReport 2018 – ResearchAndMarkets. som, available at: <https://www.businesswire.com/news/home/20180117006045/en/World-Footwear-Market-Report-2018-ResearchAndMarkets.-com>.
15. WorldFootwearYearbook 2017 (dataupto 2016), APICCAPS, Porto, 2017.
16. YearbookofForeignTradeStatisticsofPoland 2010-2015, ZakładWydawnictwStatystycznych, Warszawa.
17. Moreschishoes, available at: <http://www.moreschishoes.com/>.
18. Hilets'kyj, J. R. Slyvka, R. R. Atamaniuk, Ya. D. and Choban, R. D. (2017), *Heohrafiia : pidruch. dlia 9 klasu zahal'noosvit. navch. zakladiv, Ranok, Kharkiv*, 208 s.
19. *Heohrafiia : pidruch. dlia 9 klasu zahal'noosvit. navch. zakladiv, Bojko V.M. [ta in.] (2017), Pidruchnyky i posibnyky, Ternopil'*, 272 s.