

ОГЛЯД УКРАЇНСЬКОГО РИНКУ ОДЯГУ СПЕЦІАЛЬНОГО ПРИЗНАЧЕННЯ

Проаналізовано основні тенденції розвитку українського ринку одягу спеціального призначення, його попит і пропозицію, визначено основних операторів ринку спецодягу.

Ключові слова: спецодяг, ринок спецодягу, захисний одяг, робочий одяг.

Tereshkevych N. A.

REVIEW OF UKRAINIAN MARKET WORKING CLOTHES

The paper analyzes the main trends of the Ukrainian market of clothing for special purposes, its supply and demand, determines the basic operators and inspection.

Key words: clothing, clothing market, protective clothing and workwear.

Вступ. Спецодяг є основним засобом індивідуального захисту працівників від дії шкідливих виробничих чинників, основними з яких є: загальні виробничі забруднення, знижені температури, контакт з нафтою, нафтопродуктами і хімічними речовинами, шкідливі біологічні чинники, відкрите полум'я і високі температури, іскри і бризки розплавлених металів або поєднання цих чинників. Дизайн, колірна гамма, конструкція моделей спецодягу, розташування символіки і світловідтворюваних смуг повинні відповідати вимогам чинних нормативних документів [1].

Аналіз наявних інформаційних джерел показує, що дослідження українського ринку одягу спеціального призначення є недостатніми. Тому необхідний подальший науковий пошук в цьому напрямі.

Постановка завдання. Метою роботи є аналіз сучасного ринку одягу спеціального призначення, визначення основних тенденцій його розвитку.

Результати досліджень. Український ринок спецодягу після розпаду СРСР зазнав суттєвих змін. Послабилися сталі торгові зв'язки, кардинально змінилася система постачання, помітно зменшилася кількість споживачів спецодягу. Проте сьогодні за спостереженнями аналітиків потреба потенційних споживачів у спецвісках зростає.

На українському ринку спецодягу можна виокремити такі тенденції:

- незважаючи на те, що згідно із статистичними даними кількість працездатного населення в Україні знижується, потреба в робочому одязі з кожним роком збільшується приблизно на 15-20 %;

- за даними аналітиків щорічно на українському ринку спецодягу з'являється, як мінімум, десяток нових виробників. Так, тільки в столиці працює більше 10 крупних виробників спецодягу і близько 70 середніх і невеликих підприємств;

- сьогодні на українському ринку робочого одягу відбуваються і кількісні, і якісні зміни. Зростає не тільки попит на спецодяг, але і вимоги замовників до його якості. Так, якщо ще декілька років тому для більшості клієнтів визначальним чинником під час вибору робочого одягу була ціна виробу, то сьогодні багато замовників готові заплатити більше за якісний товар.

На думку аналітиків, найшвидшими темпами розвиваються ринки професійного одягу в країнах Бенілюксу, Німеччини, Франції, Великобританії і Скандинавських державах. Найбільше професійний одяг в Європі використовується в готельному бізнесі, системі

громадського харчування, дорожній службі і роздрібній торгівлі. Основними замовниками спеціального одягу і в Україні, і в Європі виступають компанії будівельної індустрії [2].

За останні десять років сукупні обсяги замовлень уніформи в Європі виросли з 155 млн виробів в 1992 р. до 170 млн в 2002 р. Європейським лідером зі споживання спеціального одягу була і залишається Німеччина. У другій половині 1990 р. зростання німецького ринку було викликане інтернаціоналізацією компаній і припливом в країну іноземних інвестицій – обсяг виробництва професійного одягу в самий піковий період попиту становив 69 млн швейних виробів (що відповідало обороту близько 1 млрд дол. США). Місткість українського ринку спецодягу значно нижча не тільки за місткість ринків розвинених європейських країн, але і Росії. Аналітики оцінюють його в 1,3-1,4 млн комплектів, що в грошовому виразі становить близько 15,5-16 млн євро [3].

На вітчизняному ринку представлений робочий одяг і імпортного, і вітчизняного виробництва. За даними фахівців вітчизняна продукція, безперечно, займає значну частку ринку (за деякими оцінками – до 90 % в кількісному виразі), що пов'язано з вищою ціною конкурентоспроможністю імпортного одягу. Проте останнім часом фахівці зауважують тенденцію зниження цін на імпортну продукцію, що пояснюється прагненням імпортерів збільшити займану ними частку ринку.

Сьогодні на українському ринку спецодягу можна чітко виокремити такі категорії операторів.

1. Виробники – займаються пошиттям і реалізацією спецодягу. Аналітики заносять в цю категорію і “автономні” швейні підприємства, і пошивочні цехи, що працюють на базі текстильних комбінатів і при крупних промислових підприємствах. Серед найбільш помітних компаній можна зазначити “ПромСИЗ”, ТзОВ “Спецодяг України”, ВАТ “Спецодяг”, “ТК-спецодяг”, “Форміка” і ін.

2. Підприємства-посередники – не мають у своєму розпорядженні власних виробничих потужностей. Свій бізнес вони будують таким чином: приймають у кінцевого споживача замовлення на виготовлення спецодягу і розміщують його у виробників. До посередницьких підприємств фахівці відносять регіональні представництва вітчизняних виробників спецодягу.

3. Торговельні підприємства – формуються переважно з імпортерів і їх регіональних представників. Зважаючи на специфіку продажів, властиву українському ринку спецодягу, кількість компаній, що входять в цю категорію, є невеликою. Серед них можна виокремити “Белл-Протексьон”, “Таммол” і ін.

Точна кількість підприємств, зайнятих пошиттям робочого одягу, в інформаційних джерелах не наведена. Спецодяг виготовляють великі промислові підприємства, які залишились в Україні після розпаду СРСР, приватизовані швейні фабрики і приватні підприємці.

За обсягами випущеної продукції виробників спецодягу можна класифікувати таким чином:

1. Крупні виробники – виготовляють понад 500 комплектів спецодягу за місяць. За даними маркетологів, кількість працівників на українському ринку крупних виробників невелика – в загальній кількості компаній-виробників частка великих підприємств становить не більше 10 %. Проте, незважаючи на невелику кількість, продукція, що випускається ними, займає суттєву частку (близько 60 %) українського ринку. Їх продукція затребувана великими виробничими підприємствами промислового комплексу, професійно-технічними навчальними закладами і ін.

2. Середні за величиною виробники – виготовляють від 100 до 500 комплектів спецодягу за місяць. Це переважно виробники робочого одягу (за деякими даними – до 70-80 % від загальної кількості виробників). Їх продукція представлена практично у всіх цінових сегментах, починаючи від дешевого спецодягу і закінчуючи елітною уніформою. Послугами середніх за величиною виробників спецодягу користується значна кількість представників приватного бізнесу.

3. Невеликі виробники – виготовляють до 100 комплектів спецодягу в місяць. Ця категорія виробників формується, як правило, з “новачків” на українському ринку робочого одягу. Поступово, з розширенням кола потенційних споживачів і нарощуванням обсягів

виробництва невеликі підприємства “трансформуються” в середні, а на їх місце приходять нові виробники.

За даними операторів сьогодні на українському ринку спецодягу пропозиція значно перевищує попит. Основними споживачами спецодягу є підприємства металургії, машинобудування, нафтогазового комплексу та енергетики, а також громадське харчування, охоронні структури, побутове обслуговування, медицина та гірничодобувна промисловість. Серед них найбільш важливу роль відіграють великі підприємства, особливості виробничих циклів яких передбачають цілорічне використання захисного одягу. Значний внесок у формування попиту на ринку вносять корпоративні споживачі, підприємства, для яких придбання фірмового одягу служить тільки для забезпечення фірмового стилю. Існують на ринку і споживачі, які купують спецодегу за необхідності. Обсяги споживання спецодягу конкретними підприємствами залежать не тільки від типу споживання, але й від корпоративної культури і кількості працівників, плинності кадрів, ступеня зношування спецодягу. Попит на спецодегу визначається його функціональністю, в якій можна виокремити три складники: захисний (забезпечення безпеки на виробництві, захист від шкідливих речовин і механічних дій, захист від чинників зовнішнього середовища, підтримка санітарних умов та стерильності), практичний (підвищення робочого настрою співробітників і, як наслідок, продуктивності праці) і маркетинговий (формування корпоративної культури і просування торгової марки компанії).

На думку аналітиків, розвиток і постійне оновлення асортименту робочого одягу приведе до того, що одним з головних критеріїв його оцінювання споживачем буде відповідність цього одягу європейській якості, функціональності і корпоративному стилю підприємства.

Висновок. Отже, сьогодні на українському ринку зростає не тільки попит на спецодегу, але й вимоги споживачів до його якості. Проведений аналіз основних аспектів розвитку ринку спецодягу різного цільового призначення дозволяє зробити узагальнений висновок про необхідність подальших досліджень товарознавчих аспектів формування сучасного ринку одягу спеціального призначення.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Терешкевич Н. А. Спеціальний одяг: роль нормативної документації у формуванні його асортименту / Н. А. Терешкевич // Вісник ЛКА. Сер. товарознавча. – Вип. 10. – Львів: вид-во ЛКА, 2009. – С. 92-94.
2. Плахтий А. Рынок спецодежды / А. Плахтий // Рабочая одежда и средства индивидуальной защиты. – 2009. – № 3. – С. 30-33.
3. Електронний ресурс. – Режим доступу: <http://www.kamish-design.com>
4. Електронний ресурс. – Режим доступу: <http://www.textiles.pl.ua>
5. Електронний ресурс. – Режим доступу: <http://www.pantex.com.ua>
6. Електронний ресурс. – Режим доступу: <http://www.marketing-ua.com>

УДК 677.076.4:677.021

Харук Ю. А.

ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ ТЕРМІНІВ ЕКСПЛУАТАЦІЇ ФІЛЬТРІВ З НЕТКАНИХ МАТЕРІАЛІВ НА ЇХ ФІЛЬТРУВАЛЬНУ ЗДАТНІСТЬ

Вивчено фактори, які впливають на нетканый матеріал у процесі експлуатації в рукавному фільтрі на металургійних підприємствах. Досліджено їх вплив на фільтрувальну здатність арселонного фетру.

Ключові слова: арселон, повітропроникність, фільтрувальна здатність, гідравлічний опір.