

ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ СВІТОВОГО РИНКУ ВЗУТТЯ MAIN TRENDS OF WORLD FOOTWEAR MARKET

Світлана БОНДАРЕНКО,
кандидат економічних наук,
Київський національний
університет технологій та дизайну



Svitlana BONDARENKO,
Candidate of Economic Sciences,
Kyiv National University
of Technologies and Design

Глобалізація світової економіки призводить до того, що виробництво й продаж товарів виходять за національні межі. Особливо це стосується продукції легкої промисловості, яка виготовляє основні складові фізіологічного існування людини — одяг та взуття.

Чисельність населення на земній кулі постійно зростає, тоді як кількість великої рогатої худоби у всіх країнах, за винятком Індії, Китаю та Африки, зменшується. У всьому світі натуральна шкіра і вироби з неї стають престижними товарами.

Починаючи з середини 80-х років ХХ століття, на світовому ринку взуття спостерігається тенденція зменшення обсягів виробництва у високорозвинутих країнах світу і приріст його в тих країнах, де заробітна плата не дуже висока. Це в основному Азія та Південна Америка.

У табл. 1 наведено дані щодо виробництва взуття за регіонами світу. У 2001 році в світі вироблено близько 12 млрд. пар взуття. В 2004 році ця цифра має досягти 13,5 млрд. пар.

Таблиця 1. Виробництво взуття за географічними регіонами світу

Географічні регіони	Виробництво							
	1998		1999		2000		2001	
	Млн. пар	%	Млн. пар	%	Млн. пар	%	Млн. пар	%
Азія (без СНД), в т. ч.	8366	75,5	8920	77,3	9456	78,3	9641	78,5
Середній Схід	440	4,0	392	3,4	375	3,1	369	3,0
Китай	5520	49,8	5930	51,4	6442	53,3	6628	54,0
Інші азійські країни	2406	21,7	2598	22,5	2639	21,9	2644	21,5
Східна Європа (включаючи СНД)	245	2,2	269	2,3	278	2,3	340	2,8
Західна Європа	1052	9,5	967	8,4	917	7,6	892	7,3
Південна Америка	766	6,9	757	6,6	815	6,7	831	6,8
Центральна та Північна Америка	477	4,3	431	3,8	407	3,4	319	2,6
Африка	157	1,4	174	1,5	194	1,6	234	1,9
Австралія та Нова Зеландія	17	0,2	16	0,1	12	0,1	12	0,1
Всього	11080	100	11534	100	12079	100	12269	100

Ліва частина (78,5%) цього виробництва припадає на країни Азії. Китай став основним виробником взуття у світі та його постачальником у всі країни земної кулі. Загальне виробництво взуття у Китаї у 2001 році становило 6628 млн. пар, або 54,0% від загального виробництва взуття у світі! Експорт у 2001 також був найбільший на земній кулі (3961 млн. пар). У 2002 та 2003 роках виробництво й експорт взуття у Китаї також зростали. Такі високі результати пов'язані насамперед з низькою вартістю трудових ресурсів на Сході. Китай також має можливість повною мірою реалізувати конкурентні переваги, пов'язані з великомасштабним виробництвом (більша продуктивність праці, зменшення загальногосподарських витрат тощо). Після того, як Китай став членом Світової організації торгівлі, китайські взуттєві виробники забезпечені роботою на багато років наперед. За оцінками експертів, протягом п'яти років після вступу Китаю до СОТ взуттєва промисловість країни підвищуватиме обсяги виробництва в середньому на 19% у рік [2].

Турецька взуттєва промисловість отримала розвиток тільки в 70-х роках і вже в 90-х стала одним з основних конкурентів на ринках країн СНД. У 2001 році в цій країні виготовлено 211 млн.

пар взуття, причому тільки 15% взуття виготовлено на підприємствах з промисловою автоматизацією, решта — на підприємствах, які не мають високого рівня автоматизації, або виготовляється вручну. Останнім часом помітно зросла конкурентоспроможність продукції українських і російських взуттєвників. Тому турецька промисловість переживає не найкращі часи. Це спонукає турецьких виробників взуття просувати свою продукцію на ринки Саудівської Аравії, Ізраїлю, Німеччини, Франції та Польщі [2].

В Європі виготовляється близько 1,2 млрд. пар взуття в рік, з яких 900 млн. пар — в Західній Європі, близько 300 млн. пар — у Східній [2]. За інформацією СЕС (Європейська конфедерація виробників взуття), взуттєва галузь країн Європи останніми роками функціонує в основному із зменшенням обсягів виробництва (табл.2).

У 2002 році загальне виробництво взуття в країнах Євросоюзу знизилось порівняно з попереднім роком на 8,4% (до 808 млн. пар), а експорт — на 7% (до 221 млн. пар). Обсяги імпорту збільшились на 8,1% (1100 млн. пар). На стратегічних ринках ЄС — Росії, Японії, США, Канади та Швейцарії — також зафіксовано зменшення частки [3].

Як зазначалося, останнім часом стрімко зростає імпорт взуття з країн Азії до Європи. При цьому значна його частка вироблена самими європейцями, які поступово переміщують виробництво в країни з більш низькою вартістю трудових ресурсів та сировини.

Незважаючи на відносно невелику частку в сумарному світовому виробництві, Європа лідує в галузі виробництва високоякісного взуття [3]. Італія та Франція залишаються законодавцями моди у взутті й одязі.

Взуттєва галузь є однією з провідних в Італії. В ній зайнято близько 8 тис. фірм з 115 тис. працюючих. Виробництво взуття в Італії у 2002 році зменшилось на 9,2% (до 340 млн. пар), а експорт з цієї країни — на 8,9% (до 322 млн. пар).

Італійська взуттєва промисловість лідує в сегменті взуття високого та середнього класу. Конкурентами італійських взуттєвників є Іспанія та Португалія. Однак вони виробляють більш дешеве взуття середнього класу [2]. Основні покупці італійського взуття на світовому ринку — Німеччина, США і Росія, яка в останні роки лідує за темпами зростання обсягів закупок (у 2001 році зростання становило 24%).

У Франції взуттєвих підприємств залишилась невелика кількість. Відомі французькі марки (наприклад, Chanel та інші) виробляють взуття в Італії. Виробництво французького взуття знизилось до 77 млн. пар (на 11,5%), а експорт — до 48 млн. пар (на 3%) [3].

Взуттєва галузь України в 1991-1998 роках пережила глибоку кризу, результатом якої є спад виробництва.

Starting from the middle of 80 years of the XX century, the trend of production volume decreasing in highly developed countries and production increase in the countries where salaries are not very high is observed on the world footwear market. Production increase is mostly observed in Asia and South America where, as forecast, will be situated 2/3 of the world production of leather and footwear after several next years. But in the field of the footwear fashion and elite leather Italy has no competitors in the nearest future. In general, we may consider the development of the world footwear production as perspectives.

Таблиця 2. Результати діяльності в взуттєвій галузі деяких країн Європи, млн. пар

Країна	Рік									
	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Італія	483,0	460,0	425,0	381,0	390,0	375,0	340,0
Франція	135,5	125,5	114,5	100,0	87,0	77,0
Велика Британія	88,9	82,8	42,5	33,6	33,2	28,0
Греція	11,5	10,0	9,5	8,3
Іспанія	185,5	190,3	186,9	196,0	207,5	220,9	212,9	202,7	209,0	198,0
Україна	104,5	39,3	20,6	13,1	10,0	11,4	11,9	13,5	15,2	15,0
Росія	-	66,6	46,2	32,1	31,8	24,5	29,3	33,0	32,2	...
Румунія	45,0	49,0	52,0	47,5	37,3	32,0	54,0	...	75,0	...
Словаччина	18,3	16,2	15,8	13,1	10,1	10,2	8,2	8,7
Угорщина	...	11,7	12,0	13,2	13,4	12,2	13,2	14,2	14,0	...
Чехія	32,2	30,3	28,0	25,7	18,0	15,0	13,5	10,5	13,0	...
Німеччина	40,4	41,5	39,8	35,9	34,0	33,0

Лише з 1998 підприємства почали нарощувати темпи виробництва продукції. У 2002 році в країні виготовлено 15 млн. пар взуття. Незважаючи на позитивні зрушення, взуттєва промисловість України за обсягами виробництва суттєво відстає від розвинутих країн світу. На сьогодні потужності галузі використовуються лише на 10% і в основному для виконання замовлень держави та іноземних фірм за давальницькою схемою.

Як показують дослідження, проведені службою маркетингу Української асоціації взуттєвників, українські споживачі орієнтовані на італійське взуття. Імідж італійського взуття та французького одягу, який склався, позначається на ставленні споживачів до всіх товарів легкої промисловості з реквізитами «Зроблено у Франції» чи «Зроблено в Італії». Додаткові бали заробляють не тільки всесвітньо відомі фірми, а й фірми-новачки з цих країн. Імідж країни-виробника працює на товар ще до того, як споживач його побачить. У цьому зв'язку кращим є становище вітчизняних виробників, які безпосередньо (спільні підприємства) чи посередньо (використовуючи моделі італійських дизайнерів чи італійські матеріали) заявляють про свою причетність до світу італійської моди.

Процеси згорання обсягів виробництва під тиском імпорту характерні як для України, так і для інших країн Центральної Європи. Взуттєвники багатьох країн цього регіону для того, щоб вижити, змушені перейти на роботу за «давальною» схемою.

Як видно з **табл. 2**, найбільший спад у взуттєвій галузі постсоціалістичних країн мають Україна та Чехія. Зменшення потужностей спостерігається також у Словаччині.

Проаналізувати стан справ у Росії дуже важко, бо немає даних початку 90-х років. Відсутність достовірної статистики призводить до непорозуміння у співвідношенні показників продажу взуття, з одного боку, і випуску, експорту та імпорту — з другого. Деякі дослідники [5] припускають, що там діє неврахований «човниковий» імпорт (ситуація подібна до української).

Румунія нарощує обсяги виробництва, що дає надію на збереження в майбутньому взуттєвої промисловості в цій країні Європи.

В Іспанії проблем з виробництвом також немає. Хоча у 2002 році вироблено тільки 198 млн. пар, що на 5,5% менше відносно попереднього року.

Рис. 1. Провідні країни світу з виробництва взуття у 2001 році

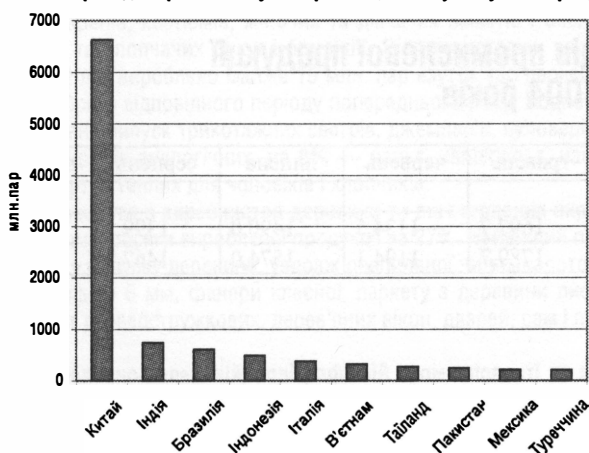


Рис. 2. Провідні країни світу з експорту взуття у 2001 року

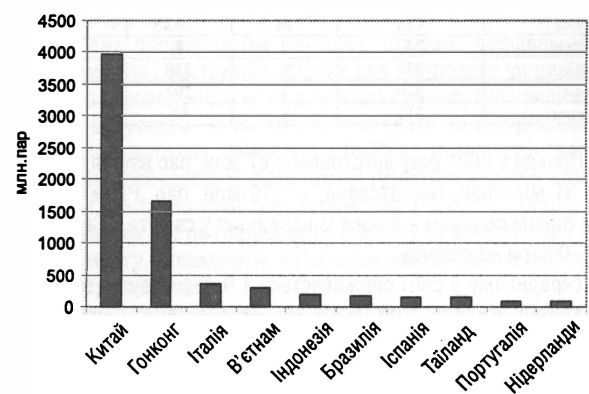


Рис. 3. Провідні країни світу з імпорту взуття у 2001 року

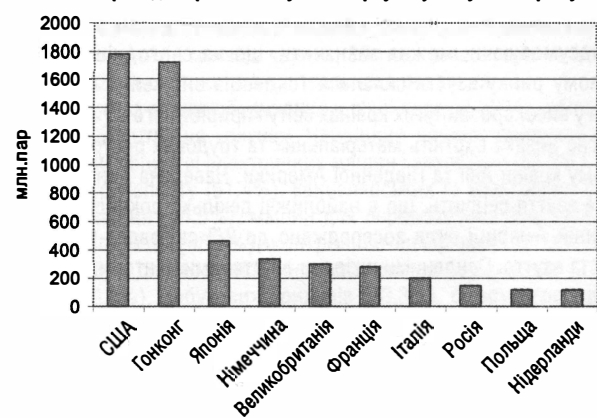
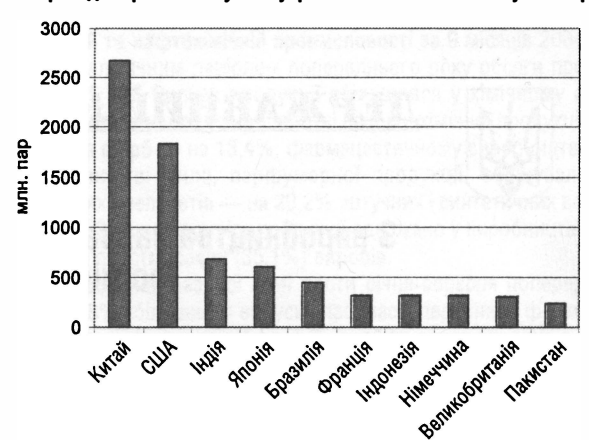


Рис. 4. Провідні країни світу з внутрішнього споживання у 2001 року



Найбільшу кількість взуття у світі імпортує США. Взуттєві підприємства цієї країни у 2001 році виготовили тільки 79 млн. пар, тому переважна частка потреби у взутті в США задовольняється за рахунок імпорту (1784 млн. пар). Дешеве взуття ввозиться до цієї країни з Китаю, модне — з Італії. Американська взуттєва галузь у 2001 році експортувала 28 млн. пар взуття.

Таблиця 3. Виробництво, експорт та імпорт взуття у світі у 2001 році

Країна	Виробництво (млн. пар)	Імпорт (млн. пар)	Експорт (млн. пар)	Споживання (млн. пар)	Населення (млн. чол.)	Споживання на 1 чол. (пар)
Франція	87	278	50	315	59,2	5,3
Німеччина	34	339	65	308	82,2	3,7
Італія	375	203	354	224	57,8	3,9
Португалія	108	23	91	40	10,0	4,0
Великобританія	35	300	36	299	60,0	5,0
Іспанія	209	83	142	150	39,8	3,8
Чехія	13	36	12	37	10,3	3,6
Угорщина	14	64	22	56	10,0	5,6
Польща	67	119	31	155	38,6	4,0
Румунія	75	65	55	85	22,4	3,8
США	79	1784	28	1835	284,5	6,5
Аргентина	61	27	1	87	37,5	2,3
Бразилія	610	6	171	445	171,8	2,6
Китай	6628	5	3961	2672	1273,3	2,1
Індія	740	2	60	682	1033,0	0,7
Індонезія	488	14	193	309	206,1	1,5
Пакистан	242	2	8	236	145,0	1,6
Таїланд	273	5	138	140	62,4	2,2
В'єтнам	320	2	292	30	78,7	0,4
Туреччина	211	8	52	167	66,3	2,5

У Польщі у 2001 році виготовлено 67 млн. пар взуття, експортовано — 31 млн. пар, імпортовано — 119 млн. пар. Річне споживання взуття одним поляком є одним із найвищих у світі та в Європі і становить 4, 0 пари на людину.

В середньому у світі споживається 1,9 пари взуття в рік на одну людину. При цьому в США цей показник є найбільш високим — 6,5 пар, в Європі — 3,8-4,5 пари, в Китаї — 2,1 пари, в Індії — 0,7 пари, у В'єтнамі — тільки 0,4 пари на людину в рік. Споживання взуття однією особою в Україні визначити важко, бо відсутні достовірні дані щодо обсягів імпорту в Україну. Виробництво взуття в розрахунку на одного українця зменшилось з 3,8 у 1990 до 0,3 пари — у 2002 році.

Підсумовуючи, можна зазначити, що на сьогоднішній день на світовому ринку взуття склалася тенденція зниження виробництва взуття у високорозвинутих країнах світу і приріст його в тих країнах, де відносно низька вартість матеріальних та трудових ресурсів. Це в основному країни Азії та Південної Америки. Наведена динаміка виробництва взуття свідчить, що в найближчі декілька років саме в Азії та Південній Америці буде зосереджено до 2/3 світового виробництва шкіри та взуття. Основними шкіряно-взуттєвими центрами у найближ-

чому майбутньому стануть Китай, Індонезія, В'єтнам, Індія, Пакистан, Бразилія та Аргентина. В Європі виробництво у відносно великих масштабах залишиться у Словаччині, Румунії та Португалії. А у сфері взуттєвої моди та елітних шкір в найближчому майбутньому не передбачається конкурентів італійським виробникам. У цілому розвиток взуттєвої промисловості світу можна оцінити як перспективний.

ЛІТЕРАТУРА

1. Гаркавенко С. Споживчі переваги на українському ринку взуття // Легка промисловість. — 1997. — № 4. с. 55-56.
2. Галузевий інформаційно-аналітичний бюлетень для професіоналів: індустрія шкіри, взуття та хутра. Випуск II. — К. — листопад 2002. — 30 с.
3. Галузевий інформаційно-аналітичний бюлетень для професіоналів: індустрія шкіри, взуття та хутра. Випуск III. — К. — листопад 2003. — 29 с.
4. Галузевий інформаційно-аналітичний бюлетень для професіоналів: індустрія шкіри, взуття та хутра. Випуск IV. — К. — липень 2004. — 29 с.
5. Коновал В. П Взуттєва справа в Європі та світі не вмирає, але продовжує хворіти// Легка промисловість. — 1998. — № 4. — С.50-51.
6. В.П.Нестеров, В.П.Коновал, Н.О.Бодильова «Інновації у взуттєвій галузі»// Легка промисловість. — 2000. — №1. — С.46 — 48
7. Отраслевой информационно-аналитический бюллетень для профессионалов: индустрия кожи, обуви, меха. Випуск 1. — К — март 2002. — 30с.
8. Статистичний щорічник України за 2001 рік. Держкомстат України. — К.: Техніка, 2000. — 576 с.

Стаття надійшла до редакції 26.07.2004



ДЕРЖАВНИЙ КОМІТЕТ СТАТИСТИКИ УКРАЇНИ

З виробництва найважливіших видів промислової продукції по місяцях 2003 і 2004 років

	січень	лютий	березень	квітень	травень	червень	липень	серпень	вересень
Взуття, тис.пар									
2003	1216,0	1471,9	1820,2	1894,2	1697,7	1134,5	1490,0	1399,1	1597,0
2004	1508,9	1586,2	2228,5	2014,9	1789,7	1194,1	1574,0	1467,7	1526,1