

УДОСКОНАЛЕННЯ РИНКУ ВЗУТТЯ УКРАЇНИ

Сучасний вітчизняний ринок взуття представлений широким асортиментом виробів вітчизняного та іноземного виробництва, зокрема жіночими, чоловічими та дитячими босоніжками, сандалями, туфлями, черевиками, напівчеревиками, чоботами, взуттям спортивного призначення тощо.

Ємність вітчизняного ринку взуття в кількісному виразі становить 52 млн пар на рік, у грошовому – 0,5 млрд доларів США (рис.1). Середній показник споживання взуття на людину становить 1,2 пари, що значно менше ніж у країнах Західної Європи – 6–8 пар. Зазначимо, що вітчизняний виробник виробляє на одного українця всього 0,5 пари взуття, що не забезпечує його потреби у взутті.



Рис. 1. Український ринок взуття

На ринку взуття в Україні працюють понад 287 малих та середніх підприємств, які забезпечують роботою 14,3 тис. українців, виготовляють 22,5 млн пар взуття, реалізують продукцію на 2,8 млрд грн. та генерують 2 млрд грн. доданої вартості.

За 2016 р. вітчизняними виробниками було вироблено: взуття водонепроникне з верхом з гуми або полімерних матеріалів, крім взуття із захисним металевим підноском – 1,3 млн пар; взуття на підошві та з верхом із гуми чи пластмас, крім взуття водонепроникного та спортивного – 4,6 млн пар; взуття з верхом зі шкіри натуральної, крім взуття спортивного взуття із захисним металевим підноском та взуття спеціального різного – 3,0 млн пар; взуття з верхом із текстильних матеріалів, крім взуття спортивного – 11,3 млн пар.

Ринок взуття в Україні є достатньо конкурентним. Основними центрами з виробництва взуття є м. Харків, Дніпропетровськ, Житомир, Львів, Кременчук, Кривий Ріг, а також м. Бровари Київської області, де виготовляють приблизно п'яту частину вітчизняного взуття. Найконкурентоспроможніші виробники: Талан, СП ТОВ "РІФ-1", ТОВ "Бадер Україна", ТОВ "Белста", Запорізька взуттєва фабрика Міда, Чернігівська виробнича фірма "Берегиня", ТОВ "Літма", ТОВ "Валтекс", ТМ Лідер, ТОВ "Ірбіс". Поряд відкриваються й нові підприємства, зокрема взуттєва фабрика під брендом Miracle Me.

У 2016 р. на зовнішній ринок було експортовано 11,9 млн пар взуття на суму 154,5 млн дол. США, що склало 0,4% у товарній структурі експорту України та 0,1% у світовому експорті. Останніми роками ця динаміка мала тенденцію до зростання (рис. 1). У зв'язку з втратою російського ринку та початком дії Угоди про Асоціацію між Україною та Європейським Союзом українські виробники взуття переорієнтовуються на ринки країн ЄС. Свою продукцію вони експортували переважно до Румунії, Польщі, Італії, Угорщини, Німеччини, Данії тощо. Експорт взуття зумовлений у основному схемами роботи з давальницькими матеріалами або на замовлення.

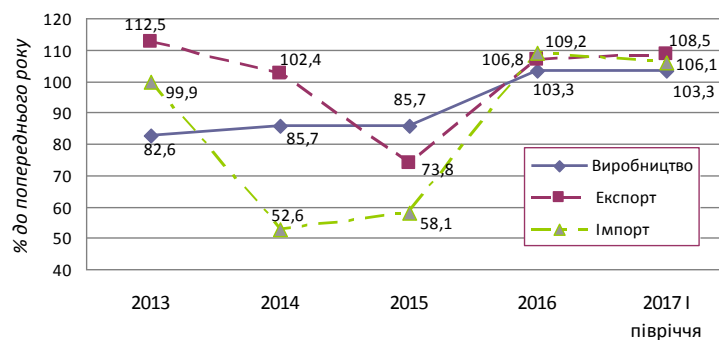


Рис. 1. Динаміка виробництва, експорту та імпорту взуття за 2013 – 2017 рр.

Джерело: побудовано за даними Держстату України [1].

Протягом 2000–2015 рр. на світовому ринку взуття українська продукція не виявляла суттєвих конкурентних переваг (рис. 2). Як бачимо, на початок 2016 р. українське взуття було більше ніж вдвічі менш конкурентнішим за середньосвітовий рівень (0,42), воно також поступалося за цим показником таким потужним світовим експортерам як Китай (2,96), В'єтнам (10,52), Італія (2,66), Іспанія (1,15), Індія (1,75). Після підписання Угоди про асоціацію між Україною та ЄС горизонт можливостей для українських підприємців значно розширився, проте одночасно перед ними з'явилися серйозні виклики, зокрема, необхідність гідно конкурувати як на зарубіжному, так і на вітчизняному ринку. З моменту імплементації Угоди та створення Зони вільної торгівлі (ЗВТ) український ринок стає все більше відкритий для іноземних товарів і конкуренції з їхнього боку.

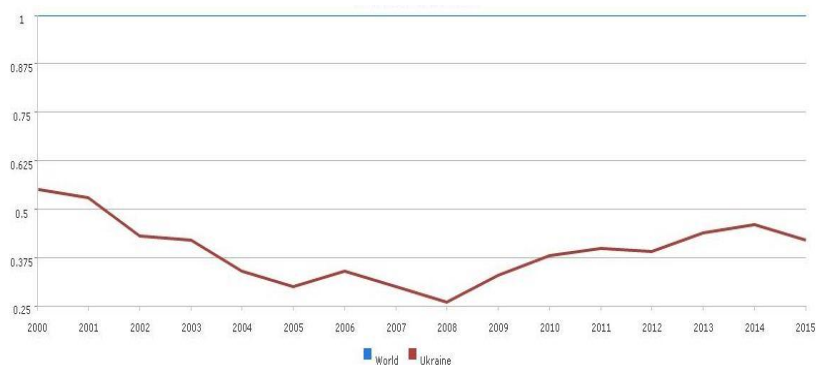


Рис. 2. Виявлені порівняльні переваги взуття України із країнами світу

Джерело: побудовано за даними Світового банку [2].

Наразі потреби українців у взутті компенсуються за рахунок імпортного взуття. У 2016 р. було імпортовано 41,6 млн пар взуття на суму 252 млн дол. США (табл. 1). Зауважимо, що імпортовано взуття у 3,4 рази більше ніж експортовано та у 1,8 разів більше ніж вироблено вітчизняними виробниками.

Таблиця 1

Зовнішня торгівля окремими видами взуття України за 2014–2016 рр., тис. пар

Назва товару	Експорт			Імпорт		
	2014	2015	2016	2014	2015	2016
6401 Водонепроникне взуття з гуми або пластмаси	1051,4	917,0	1264,9	584,8	304,4	281,6
6402 Інше взуття з гуми або пластмаси	4921,9	4574,7	6170,9	22438,8	20935,2	26742,5
6403 Взуття на підшві з гуми та з верхом з натуральної шкіри	4275,6	3117,4	2230,3	9366,9	5169,0	3755,8
6404 Взуття з верхом з текстильних матеріалів	3683,0	3483,1	1699,3	8976,9	7389,2	9437,3
6405 Інше взуття	0,8	112,1	508,9	969,5	1143,0	1344,0
Всього взуття	13932,6	12204,4	11874,3	42337,1	34940,8	41561,2

Джерело: розраховано за даними Держстату України [1].

Для розширення внутрішнього ринку та створення стабільних перспектив розвитку вітчизняного виробництва взуття необхідно усунути жорстку недобросовісну конкуренцію імпортної продукції, адже її частка складає близько 80% внутрішнього ринку. Передусім мова йде про продукцію походженням з Китаю Туреччини, а також про продукцію, що ввозиться в Україну із заниженням їх митної вартості, контрабандно, товари секонд-хенд. Зазвичай ця продукція дуже низької якості та дешева. Внаслідок низької купівельної спроможності українського споживача ця продукція є більш доступною, а отже більш користується попитом. Зауважимо, що китайські товари у більшій їх кількості не відповідають санітарно-гігієнічним нормам. Саме тому необхідна протекціоністська політика, яка повинна зрівняти рентабельність для торгівлі імпортної і вітчизняної продукції, через збільшення мита на імпорт до 20-25%.

Значною проблемою розвитку внутрішнього ринку взуття також є недосконала система просування товару на ринок.

Напрями удосконалення ринку взуття:

- сприяння реалізації існуючого потенціалу імпортозаміщення, що вплине на поліпшення цінової конкурентоспроможності вітчизняних товарів на внутрішньому ринку;

- сприяння інноваційній та експортній діяльності малих та середніх підприємств з виробництва взуття шляхом формування інноваційної інфраструктури на засадах державно-приватного партнерства, створення умов для комерціалізації інновацій, сприяння розвитку промислових регіональних кластерів, забезпечення відповідності якості взуття євростандартам;
- удосконалення митної політики з метою захисту внутрішнього ринку від сірих схем ввозу імпортного взуття шляхом запровадження посиленого контролю щодо недопущення навмисного заниження митної вартості товарів (готову продукцію) взуттєвої промисловості на митниці, особливо товарів "SecondHand" та товарів походженням з КНР;
- стимулювання вітчизняного сектору глибинної переробки шкірсировини, що сприятиме збільшенню обсягів та насиченню внутрішнього ринку вітчизняною шкірсировиною, її здешевленню для українських виробників взуття;
- сприяння розвитку мереж просування товарів на ринки шляхом інформаційно-консультативної, аналітичної та ресурсної підтримки підприємств з боку торгово-промислових палат та державних установ у напрямках розвитку міжрегіональної та міжгалузевої товаропровідної мережі вітчизняного виробника; створення торгових платформ; розвитку електронної комерції; створення та популяризації власних українських брендів взуття.

Список використаної літератури

1. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
2. World Integrated Trade Solution [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://wits.worldbank.org/CountryProfile/en/Compare/country/UKR/indicator/RCA/partner/WLD/product/64-67_Footwear/country/WLD;/show/line