

**Павлій І. М.**  
**магістр I курсу спеціальності «Технології легкої**  
**промисловості.**  
**Проектування взуття та галантерейних виробів»**  
**Козарь О. П.**  
**доктор технічних наук, професор,**  
**зав. кафедрою легкої промисловості і професійної освіти,**  
**Мукачівський державний університет**

## **АНАЛІЗ РИНКУ ТА ОГЛЯД ОСНОВНИХ ТОРГОВИХ МАРОК МОДЕЛЬНОГО ЖІНОЧОГО ВЗУТТЯ**

*В даній статті проведено аналіз сучасного стану взуттєвої промисловості по виготовленню жіночого взуття. Проведено огляд основних торгових марок та брендів модельного жіночого взуття. Проаналізовано асортиментну політику взуття з врахуванням соціальних рівнів споживачів.*

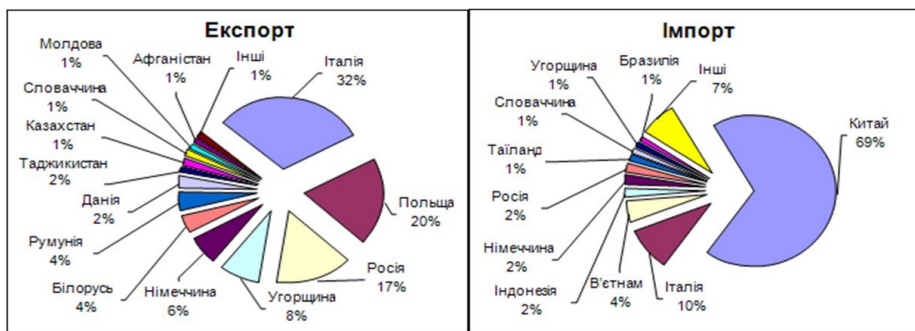
*Ключові слова: жіноче взуття, модель, ринок, торгова марка, бренд, дизайн, асортимент.*

Важко уявити стильний жіночий гардероб без модного взуття. Створюючи образ, жінка хоче подобатись і жіноче взуття грає в цьому часом головну роль. Фахівці з фабрики виготовлення взуття регулярно відстежують модні тенденції, що дозволяють створювати неповторні колекції, які включають в себе, як класичне так і оригінальне взуття. Аналіз асортиментної політики пов'язане з великою кількістю пропозицій на ринку, зі зростаючими потребами покупців до жіночого модельного взуття. В той же час, оригінальних, креативних дизайн-пропозицій жіночого модельного взуття у поєднанні з функціональністю і технологічністю готового виробу є незначна кількість, що і вказує на актуальність даної роботи.

Метою даної роботи є аналіз ринку та асортиментної політики взуття з врахуванням соціальних рівнів споживачів, огляд основних торгових марок модельного жіночого взуття в Україні та за її межами.

Виробництво взуття відоме ще з часів пізнього палеоліту, коли людина обмотувала ноги шкірою. За різними оцінками, ринок взуття в Україні становить 100-170 млн пар, його приріст – 10-12% на рік [1]. Тоді як в Західній Європі припадає 6-8 пар взуття на душу населення, у нас цей показник становить всього 2,7 пари. Експорт взуттєвої промисловості сьогодні зумовлений

в основному схемами роботи з давальницькими матеріалами або на замовлення. Так, найбільші обсяги продукції галузі були експортовані до Італії – близько 32%, Польщі – 20%, Росії – 16%, Угорщини – 8%, Німеччини – 6%, Білорусі і Румунії – по 4%. Значну частку на українському ринку взуття займає імпорт, який у більшості випадків базується на поставках із Китаю, що склали в 2016 р. близько 69% загального імпорту взуттєвої продукції.



**Рис. 1. Діаграма експорту та імпорту взуттєвої промисловості в грошовому вираженні за 2016 р.**

Багато більш дрібних виробництв розміщено на територіях колишніх великих підприємств на основі оренди. За підсумками 2015 р. найбільше було вироблено взуття з натуральної шкіри (близько 17 млн пар), із текстильних матеріалів і штучної шкіри (понад 11 млн пар), набагато менше взуття з гуми і полімерних матеріалів (близько 2 млн пар). Інвестиційна привабливість підприємств легкої промисловості у розміщенні капіталу (у вигляді фінансів, обладнання, сировини) полягає в швидкій окупності вкладень, завдяки незначним строкам виробництва і реалізації продукції, в швидкому переформуванні асортименту, наявності місцевих сировинних ресурсів (вовна, льон, шкірсировина) і потенціальній ємності ринку України. Висока конкурентоспроможність провідних компаній національної легкої промисловості, зростаючий середній дохід населення, історична розвиненість легкої промисловості України дозволяє галузі знайти значні можливості [3]. Легка промисловість в Україні має серйозні перспективи для подальшого розвитку навіть за участі сильних конкурентів на ринку.

В умовах сучасного темпу і жорсткої конкуренції для вітчизняних підприємств легкої промисловості та торговельних

організацій важливі і актуальні проблеми формування конкурентного асортименту [2]. Ринок, а перед усім імпорт товарів в таких умовах відсутні, тому що продукція не завжди витримує конкуренції.

Для взуттєвої промисловості характерним є швидка зміна асортименту. Тому завжди актуальне питання створення нових колекцій, розробки виробів відповідних попиту споживачів, що не тільки розширює асортимент продукції, забезпечуючи великий вибір для покупців, а й підвищує конкурентоспроможність підприємства, дозволивши йому змінити більш міцне становище у відповідній промисловості, а також підвищує престижність торгової марки.

Ринок модельного жіночого взуття з кожним роком помітно зростає. Це пояснюється тим, що більшість українських жінок прагне носити стильне і високоякісне взуття [4]. Модельне взуття характеризується не лише гарними споживними властивостями, але й має приємний зовнішній вигляд. Ринок взуття формується і розвивається під впливом багатьох чинників, кожний із яких у визначених ситуація може як стимулювати ринок, так і стримувати його розвиток, обмежуючи його місткість. Усю сукупність чинників можна поділити на дві групи: загального і специфічного характеру.

Загальними є соціально-економічні чинники: обсяг і структура товарної пропозиції; асортимент і якість виробленої продукції; розміри імпорту за даним товаром або групою; досягнутий рівень життя і потреб населення; купівельна спроможність населення, рівень і співвідношення цін на товари; кількість населення; його соціальний і статевіковий склад; ступінь насиченості ринку; стан збутової, торговельної і сервісної мережі; географічне розташування ринку [5]. На ринку взуття з'явилося досить багато торгових марок, які займаються виготовленням модельного взуття [6]. Наведемо декілька з них.

Фабрика «ЛеоМода™» – компанія, яка займається виробництвом та продажом взуття власної марки, а також є ексклюзивним представником багатьох інших, виключно українських виробників шкіряного взуття, сумок та аксесуарів. Компанія, яку засновано відносно недавно, в 2012 році, вже встигла досить позитивно зарекомендувати себе на ринку та здобути чималу кількість шанувальників. Концепція виробника доволі проста – хороша якість і доступна ціна. Високі параметри якості взуття, виготовленого з натуральних матеріалів на сучасному обладнанні, а також обґрунтовані ціни - обумовлюють високий попит на продукцію львівського виробника. В умовах

сучасної моди на все вітчизняне, «ЛеоМода™» прагне підтримати та зберегти цю позитивну тенденцію.



Якісне, комфортне і елегантне взуття від легендарної Львівської фабрики «Прогрес™». За майже сімдесятирічну історію взуття підприємства «Прогрес™» досягло стійкого балансу між використанням майстерної ручної роботи та новітніх технологій. Виробник намагається конвертувати досвід і компетентність кваліфікованих співробітників у задоволення споживача від носіння взуття, пошитого на фабриці. «Прогрес™» випускає модельне, комфортне, домашнє і спортивне взуття, яке відповідає основному принципу функціоналізму - його дизайн визначається практичним призначенням, виглядає сучасним і є зручним водночас. Продукція фабрики користується попитом не лише в Україні, але і експортується до Японії, Німеччини, Китаю, Англії, Польщі, Данії, США.

## *Madiro*

Фабрика MADIRO™ на вітчизняному ринку працює з 2000 року. Спеціалізується на виготовленні жіночого модельного взуття. Працює лише з натуральною сировиною, а саме: шкіра, замша, велюр, комплектуючі та фурнітура імпортного виробництва. В своїй роботі підприємство завжди використовує індивідуальний підхід до кожного клієнта, враховуючи його побажання. Використовуючи сучасні технології, не нехтують традиціями минулого, адже класика завжди в моді та пошані. З допомогою замовників вивчають кон'юнктуру ринку. З метою удосконалення виробничого процесу, а також для розширення ринку збуту приймають участь в спеціалізованих виставках взуття, в тому числі і міжнародних.

Приватний підприємець Абрамов вже понад 18 років виготовляє якісне шкіряне взуття під торговими марками: PAOLO GIANNI™ - модельне взуття італійського стандарту і VIOLA™ – взуття розраховане на масового споживача. Підприємство використовує машинки, верстати, преси кращих німецьких фірм, зокрема Leibrosk. Взуття виготовляється на італійських колодках

з італійської і турецької шкіри, при зборці використовуються високоякісні клеї SAR італійського виробництва. Все це в сукупності гарантує якість і довговічність чоловічого і жіночого взуття.

## KASANDRA

З 2006 року компанія «KASANDRA™» займається виготовленням жіночого модельного та повсякденного взуття, пошитого вручну, створюючи нові колекції кожного сезону, таким чином повертаючи ремеслу чоботарства його заслужене місце. Взуття та аксесуари «KASANDRA™» виготовлені лише з високоякісних матеріалів найвищого гатунку. У виробництві використовуються шкіра, хутро, велюр та різноманітні види текстилю виробництва Італії, Польщі, Туреччини та України.

Модний колір взуття 2017 р представлений найрізноманітнішими варіантами. Багато дизайнерів в колірному відношенні до жінок не ставлять ніяких обмежень, на їх думку, головне, щоб образ в цілому був привабливий і гармонійний. Таким чином колірна палітра для взуття на новий сезон – повна свобода вибору жінки. Чорні туфлі і балетки в 2017 році ніхто не відміняв, але таке взуття нікого вже не здивує, крім того може навіть залишитись не поміченим [7]. Білий – теж модний колір при цьому в такому колірному рішенні можна буде побачити моделі, призначені, як для весни - літа так і для осені – зими. Також новинками у світі взуттєвої моди стали різноколірні моделі, які поєднували в собі декілька кольорів і відтінків. Аналізуючи дані, які характеризують ситуацію за останні 2 роки на ринку взуття, можна зробити наступні висновки, що для даного ринку характерне поступове зниження цін на 3-6% та підвищення об'єму продажу на 12-18%.

Актуальність проблеми аналізу асортиментної політики пов'язана з великою кількістю пропозицій на ринку, зі зростаючими потребами покупців до шкіряного взуття [8]. Для вирішення поставленої проблеми взуттєву спроможність населення України було поділено на такі соціальні рівні: для VIP-персон, середнього класу і класу з низьким заробітком. До прикладу є магазин для VIP-персон з асортиментом шкіряного модельного взуття, що реалізується в магазині «Монарх» м. Києві який представлений на рис.2. Цінова політика такого взуття становить від 10 - 12 тис. грн./пара.



а



б



в



г



д

**Рис. 2 Ассортимент шкіряного модельного взуття (про – арт ) магазину «Монарх» м. Київ:**  
 а- літнє взуття, б – погляд в майбутнє, в – весняне взуття, г - грайлива весна, д – на стилі.





**Рис 3. Ассортимент шкіряного модельного взуття середнього класу магазину “Твоє взуття” м. Мукачево**



**Рис. 4 Ассортимент шкіряного модельного взуття з низьким заробітком магазину “Кари ” м. Ужгород**

Таким чином, в даній роботі проаналізовано сучасний стан взуттєвої промисловості по виготовленню жіночого модельного взуття, розглянуто перспективи розвитку галузі в Україні та за її межами. Проведено огляд основних торгових марок модельного жіночого взуття. Проаналізовано асортиментну політику жіночого взуття з врахуванням соціальних рівнів споживачів.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Державний комітет статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>. – Назва з екрана.

2. Максименко І. О. Легка промисловість України: сучасний стан та перспективи розвитку / І. О. Максименко, В. І. Бокій // Вісник Хмельницького національного університету. - 2016. - № 3. - Т. 2. - С. 77-80.

3. Гаман С.М. Тенденції розвитку легкої промисловості України // Держава та регіони. Серія: «Економіка та підприємництво». - 2016. - № 3. - С. 49-55.

4. Ринок модельного жіночого взуття [Електронний ресурс]. – Режим доступу <http://studbase.com/file/1690/215>. – Назва з екрана.

5. Торгові марки жіночого модельного взуття [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://cherevychky482.com.ua/brends.html>. – Назва з екрана.

6. Магазин жіночого модельного взуття [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://kasandra.ua>. – Назва з екрана.

7. Жіноче взуття [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.svitstyle.com.ua/>. – Назва з екрана.

*In this article an analysis of the current state of the footwear industry for the production of women's footwear is carried out. The review of the main brands and brands of model women's shoes was carried out. The assortment policy of shoes with the account of social levels of consumers is analyzed.*

*Key words: women's footwear, model, market, trade mark, brand, design, assortment.*