

УДК 685.34.013

**АНАЛІЗ СТАНУ ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РИНКУ ВЗУТТЯ ДЛЯ ДІТЕЙ-ШКОЛЯРІВ****Скідан О.В.****ANALYSIS OF MARKET TRENDS FOOTWEAR FOR SCHOOLCHILDREN****Skidan O.V.**

*В статті проаналізовано стан та тенденції ринку взуття для дітей-школярів. Особлива увага приділена питанню модульної трансформації при проектуванні взуття, яка дозволить швидко змінювати і розширювати асортимент продукції відповідно до вимог споживчого ринку.*

**Ключові слова:** ринок взуття, модульна трансформація, проектування, асортимент

**Вступ.** Ефективність вітчизняних взуттєвих підприємств, їх адаптація до ринкових вимог сьогодення та попиту споживачів залежить від асортиментної політики, можливості мобільності виробництва та конкурентоспроможності виробів. При цьому взуття повинно бути якісним, відповідати анатомо-морфо-функціональним вимогам та напрямку моди. Крім того, виробництво взуття має забезпечувати економічність та рентабельність його проектування та виготовлення, асортимент повинен бути максимально типізований, уніфікований і відповідати наявній виробничій базі. Одним із шляхів вирішення цих завдань є проектування та виготовлення взуттєвих виробів в умовах масового виробництва на основі вискоєфективних технологій. При цьому доцільно використовувати комплексну систему автоматизованого проектування взуття, що дозволить врахувати різносторонні вимоги, які пред'являються до якості виробів, і об'єднати індивідуальні особливості стоп споживачів з індустріальними методами їхнього проектування та виготовлення.

**Постановка проблеми.** В умовах сьогодення актуальною залишається проблема покращення якості та конкурентоспроможності дитячого взуття шляхом вдосконалення процесу проектування з використанням інноваційних методів формоутворення і засобів сучасного дизайну.

Основною задачею проектування взуття для дітей-школярів на початковому етапі є формоутворення моделі, адже споживачі чекають індивідуалізованих і різноманітних виробів. Слід

вказати, що взуття для дітей-школярів загалом експлуатується протягом дуже короткого періоду часу, оскільки дитяча стопа росте зі значною швидкістю. А тому, для такого взуття важливо збільшити ступінь його експлуатації, що можливо завдяки використанню методів дизайнерського проектування [1] та створення модульних конструкцій, які дозволяють змінювати не всю модель, а тільки певні її елементи, форму, а також змінювати ступінь закритості стопи взуттям (вид взуття), таким чином щоразу отримуючи нові моделі взуття, швидко змінюючи і розширюючи асортимент продукції відповідно до вимог споживчого ринку.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.**

Аналіз науково-практичних досліджень і розробок щодо якості взуттєвих виробів показав, що найчастіше розглядають окремі чинники цієї проблеми і не охоплюють повною мірою взаємодію факторів, які складають комплексну і методично обґрунтовану характеристику якості та конкурентоспроможності взуття.

Питанням конкурентоспроможності та якості товарів присвячена значна кількість робіт вітчизняних і зарубіжних фахівців Рибалко Л.А., Стиренко Л.М., Портера М., Уотермана Р., Еванса Дж., Ямади Е., Ламбена Ж.-Ж. І. Однак традиційні підходи конкурентоспроможності та якості можуть бути складні, трудомісткі у практичному застосуванні та, є першовагомими, не враховують особливостей товарів легкої промисловості.

Найбільш універсальними відносно більшості товарів і послуг є показники якості: призначення, безпеки, екологічності, ергономіки, надійності, ресурсозбереження, технологічності та естетичності [2]. Проте ці характеристики повною мірою не задовольняють вимоги якості взуття, особливо для дітей-школярів. По-перше, асортимент сучасного взуття є досить різноманітним за рахунок застосування нових матеріалів, методів проектування, технологій виготовлення взуття різного асортименту. По-друге, взуттєве виробництво характеризується багатоопераційністю

процесу, деякі параметри якого недостатньо контролюються, особливо при зміні асортименту. Це призводить до відхилення параметрів процесу від необхідних, що негативно відображається на якості готового виробу.

Наукові напрацювання щодо показників якості взуття [3-5] показали можливість і доцільність використання означених ознак якості взуття, наведені характеристики взуття з урахуванням конструктивних, технологічних та ергономічних особливостей виробів використовують для створення раціонального взуття. Однак, недостатньо розглянуті питання щодо застосування цих показників при проектуванні та виготовленні взуття для дітей-школярів.

**Мета статті.** Метою статті є аналіз стану та тенденції ринку взуття для дітей-школярів, вивчивши які запропонувати ряд заходів.

**Результати досліджень.** Чи не найпомітнішою рисою вітчизняного ринку взуття є невідповідність асортиментної структури пропозиції та попиту різних вікових груп споживачів. Цим пояснюються великі обсяги нереалізованого попиту і вимушених покупок, тобто таких, що не зовсім задовольнили покупців.

Сучасний ринок взуття вражає своїм розмаїттям, однак українські виробники поступово втрачають на ньому свої позиції: все більше імпортних виробів, нерідко не найкращого гатунку. Вітчизняний виробник, покинувши потужні фабрики, перебрався у рятівну тінь напівкустарних майстерень. Високоякісне і дороге взуття провідних фірм поки що не по кишені абсолютній більшості населення країни, його частка в загальній структурі продажів не перевищує 5 %. При загальному перевищенні пропозиції над попитом на ринку спостерігається брак взуття для всіх вікових груп, окрім молоді.

Пройшовшись взуттєвими магазинами, можна побачити, що 70-80 % їхнього асортименту становить жіноче взуття, решта - чоловіче і дитяче. Продавці пояснюють, що чоловіки менш вибагливі, аніж жінки, рідше купують взуття і мають до нього менше вимог. Якщо чоловікові вистачає на сезон дві пари взуття, то жінці цього мало - вона воліє придбати 3-4 пари - під різний одяг, сумочки та аксесуари. Магазинов дитячого взуття – одиниці. Торгувати ним не вигідно, адже воно повинно мати спеціальні сертифікати, які для продавців є зайвою морокою, а крім цього, за ціною не поступається взуттю для дорослих. Подвійне перевищення пропозиції молодіжного взуття над попитом трейдери пояснюють найменшими ризиками, поза як на його придбання ангажуються кошти найбільш платоспроможної частини населення - людей середнього віку, які швидше відмовлять в обновці собі, аніж своїм підростаючим дітям. Торгівля взуттям – це сезонна торгівля, отже приблизно чотири рази на рік майже повністю оновлюється

асортимент. У більшості магазинів одночасно виставлено в продаж кілька сотень моделей. Найкраще купувати взуття на початку сезону, коли є найбільший вибір – і за моделями, і за кольором, і за розміром. Найбільше люблять чорний колір взуття, адже воно до всього підходить. Взуття чорного кольору продається до 50 %.

Майже 60 % взуття населення України купує сьогодні на речових ринках. Тут взувається близько половини жінок і двох третин чоловіків. Купувати на ринках найбільше схильні підлітки, молодь, старше покоління, найменше - жінки середнього віку. Дівчата й молоді жінки, особливо у великих містах, віддають перевагу фірмовим магазинам, а жінки старші спеціалізованим магазинам.

Сьогодні на українському ринку мінімум дві третини – не шкіряне взуття. З трьох пар в магазині дві обов'язково із синтетичної шкіри.

Населення України купує виключно продукцію зарубіжних виробників, Серед великого розмаїття можна побачити китайське, польське, словацьке, індійське, італійське, і турецьке взуття, однак, як правило, все воно виготовлено на італійських лініях і обладнанні. Привозять його як із країн-виробників, так і з українських оптових ринків - одеського, чернівецького, хмельницького. Того часу більше 10 млн. пар взуття, виробленого в Україні, йде на експорт. Основні замовники шкіряного взуття – фірми з Італії, Німеччини, Австрії, Чехії, тобто це практично ті ж самі країни, які є і основними легальними поставниками взуття в Україну (і не виключено, що під закордонними марками ми купуємо взуття українського виробництва).

Сьогодні Україна здолала поляків на внутрішньому ринку і вийшла на непоганий рівень конкуренції. З українською якістю можна спокійно експортувати товар. Є внутрішньо-економічний нюанс, пов'язаний зі складнощами при поверненні ПДВ. Одним словом українському виробникові дуже складно виживати на взуттєвому ринку.

Окрема тема – це стандартизація взуття, що перекочувала до нас із радянського минулого. Стандарти на взуття є нонсенсом. По-перше, стандартами неможливо врегулювати якість, за радянських часів все відповідало стандартам, але носити це взуття неможливо. Жодна пара найякіснішої італійського взуття не відповідає чинним українським стандартам. Їх 140, наприклад, [6] картон в устілку повинен бути 2 мм за стандартом, хоча всі взуттєві фабрики світу використовують 1,8 мм. Це може бути однією з причин, по якій підприємство, може бути закрито. Слід зауважити, що перевірку відповідності стандартам проходять тільки український виробник, це не поширюється на імпорт, ні на якісне взуття з Італії, ні на дешеву з Китаю. Це дискримінація українського виробника. Це не потрібно споживачеві абсолютно.

Іншою проблемою галузі є низька платоспроможність населення. В зв'язку з цим, конкуренція між виробниками відбувається за рахунок цін. Ті, хто може дозволити дорожче взуття (яке в порівнянні з імпортованою продукцією дорогим є відносно) звертають увагу і на якість, і на марку.

Для підвищення конкурентоспроможності необхідно також покращити дизайн продукції. Ще однією проблемою, з якою стикаються виробники взуття є нестача сировини, зокрема, шкур, які масово експортуються.

Сучасний розвиток взуттєвої галузі вимагає раціонального та інноваційного підходу до проектування і виготовлення взуття. В умовах ринкової економіки також виникає необхідність перегляду традиційних форм організації виробництва. Для цього необхідно докорінно підвищити технічний рівень та якість виробів, а також скоротити терміни і трудомісткість процесу проектування, при цьому враховуючи антропометричні особливості стоп, композиційно-конструктивні особливості взуття, та не знижуючи якість виробу в цілому [7].

Зважаючи на це, у легкій промисловості часто використовують принципи перетворення виробу: складання значної кількості варіантів із заданих елементів, що досягається їх чергуванням, попарним з'єднанням, перестановкою, дзеркальним відображенням, повтором, – які характерні для комбінаторики. У [8, 9] наведено різні класифікації та типи комбінаторних методів. На практиці найчастіше застосовуються модульний метод та метод трансформацій. завдяки використанню методів дизайнерського проектування та створення модульних конструкцій, які дозволяють змінювати не всю модель, а тільки певні її елементи, форму, а також змінювати ступінь закритості стопи взуттям (вид взуття) [10], таким чином щоразу отримуючи нові моделі взуття, швидко змінюючи і розширюючи асортимент продукції відповідно до вимог споживчого ринку.

Основні положення модульної трансформації [11]:

- врахування анатомічних особливостей стоп;
- дотримання основ проектування взуття;
- збереження функціональності виробу;
- технологічність конструкції;
- забезпечення ергономічних вимог до взуття

для дітей-школярів;

- естетичність.

Повертаючись до дітей-школярів взуття потрібно купувати за розміром своєї ноги, лише тоді воно буде зручним і добре виглядатиме. Не варто піддаватись на вмовляння продавців, мовляв, розноситься, купують тісне взуття, то воно розтягується, деформується, втрачає форму.

Стосовно тенденцій у «взуттєвій» моді підлітки надають перевагу спортивному взутті. Виклик

сьогодення – це взуття з масивною кольоровою шнурівкою – елегантною тонкою, яка розташована не лише на призначеному їй місці, а й по всьому взутті. Залишаються модними високі літні чобітки – з усіякими вирізами, аплікаціями, прикрасами і з розширеними вгорі халявками, в які можна заправляти джинси і капрі.

Заокруглена форма носкової частини є дуже популярною. Оскільки це не тільки зручно та сучасно, але й запобігає появі травм у носковій частині стоп.

Загальна ситуація на ринку взуття буде залежати від дієвості заходів, спрямованих проти «сірого» імпорту та зниження митної вартості, кажуть експерти. Причому, якщо останній показник залишиться на стабільно низькому рівні, то український взуттєвий ринок може опинитися під загрозою чергового нашестя дешевої продукції азійського виробника.

**Висновок.** Проаналізувавши сучасний стан ринку взуття пропонується ряд заходів, а саме:

1. Зменшити нелегальний імпорт шляхом покращення роботи митниць та контролю за їх діяльністю, підвищення імпортних мит.

2. Стимулювати підприємства, що постачають сировину та матеріали. Передусім це стосується виробників шкіри. Потрібно законодавчо обмежити експорт шкур та готової шкіри. Для стимулювання роботи вказаних підприємств можна надати їм податкові пільги.

3. Використовувати модульні трансформації при проектуванні взуття для дітей-школярів, які мають наступні переваги:

- легкість перетворення конструкції за ступенем закритості;
- можливість максимальної експлуатації;
- простота закріплення на стопі;
- простота одягання і зняття взуття зі стопи;
- економічна доцільність.

4. Забезпечити регулярне проведення виставок-ярмарок вітчизняного взуття по всій території України.

5. Залучати у галузь та підтримувати молодих дизайнерів, переглянути дизайнерську політику підприємств з метою найширшого задоволення смаків споживачів.

#### Література

1. Скідан О.В. Визначення пріоритетного композиційно-конструктивного рішення взуття для дітей-школярів / О.В. Скідан, Т.А. Надопта, А.Б. Домбровський // Вісник Хмельницького національного університету. – 2015. – № 1. – С.
2. Кушнір М. К. Товарознавство непродовольчих товарів / М. К. Кушнір, Н. П. Тихомирова. – К: Укоопосвіта, 2001. – 266 с.
3. Баландюк Н.М. Художественное проектирование верха обуви с использованием конструктивно-агрегативной системы производства: автореф. дис. на соискание научн. степени канд. техн. наук : спец.

- 17.00.06 «Техническа естетика и дизайн» / Баландюк Н.М. – М., 2001. – 20с.
4. Зайченко Е.А. Конкурентоспособность кожаной обуви и ее оценка: автореф. дис. на соискание научн. степени канд. эконом. наук : спец. 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством» / Зайченко Е.А. – М., 2000. – 20с.
  5. Черенкова С.С. Антропометрические исследования стоп и разработка научно-обоснованных требований к проектированию обуви для подростков: автореф. дис. на соискание научн. степени канд. техн. наук : спец. 05.19.06 «Технология обувных и кожевенно-галантерейных изделий» / С.С. Черенкова. – М., 2009. – 21с.
  6. Офіційний сайт Укрлегпрому [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrlegprom.org.ua/golovni-podiyi/>
  7. Надопта Т.А. Розробка методу проектування деталей верху взуття на основі аналітичної моделі прототипу: дис. ...канд. техн. наук: 05.18.18 / Надопта Тетяна Анатоліївна – Хмельницький, 2013. – 214 с.
  8. Рачицкая Е.И. Моделирование и художественное оформление одежды / Е.И. Рачицкая, В.И. Сидоренко. – Ростов н/Д.: Феникс, 2002. – 608 с.
  9. Дизайн: Иллюстрированный словарь-справочник / Под общ. редакцией Г.Б. Минервина. - М.: Архитектура, 2004. - 281 с.
  10. Михайловська О. А. Удосконалення конструкції дитячого спеціального взуття для спортивних танців: дис. ...канд. техн. наук: 05.18.18 / Михайловська Оксана Анатоліївна – Хмельницький, 2010. – 198 с.
  11. Петушкова Г.И. Проектирование костюма: Учебник для вузов / Г.И. Петушкова.М.: Академия, 2004. - 416 с.: ил.
  - 05.19.06 «Технологиya obuvnih i kojevenno\_galantereinih izdelii» / S.S. Cherenkova. – М.: 2009. – 21s.
  6. Ofitsiyniy sait Ukrlegpromu [Elektronyi resurs]. – Rezhym dostupu: <http://ukrlegprom.org.ua/golovni-podiyi/>
  7. Nadopta T.A. Rozrobka metodu proektuvannya detalei verhu vzuttya na osnovi analitichnoi modeli prototipu\_ dis. ...kand. tehn. nauk\_ 05.18.18 / Nadopta Tetyana Anatoliivna – Hmelnickii\_ 2013. – 214 s.
  8. Rachickaya E.I. Modelirovanie i hudojestvennoe oformlenie odejdi / E.I. Rachickaya\_ V.I. Sidorenko. – Rostov n/D.\_ Feniks\_ 2002. – 608 s.
  9. Dizain\_ Illyustrirovannii slovar\_ spravochnik / Pod obsch. redakciei G.B. Minervina. – М.: Arhitektura\_ 2004. 281 s.
  10. Mihailovska O. A. Udoskonalennya konstrukcii dityachogo specialnogo vzuttya dlya sportivnih tanciv\_ dis. ...kand. tehn. nauk\_ 05.18.18 / Mihailovska Oksana Anatoliivna – Hmelnickii – 2010. – 198 s.
  11. Petushkova G.I. Proektirovanie kostyuma\_ Uchebnik dlya vuzov / G.I. Petushkova.M. – Akademiya – 2004. 416 s.: il.
- References**
1. Skidan O.V. Vznachennya prioritetnogo kompozitsiino\_konstruktivnogo rishennya vzuttya dlya ditei\_shkolyariv / O.V. Skidan\_ T.A. Nadopta\_ A.B. Dombrovskii // Visnik Hmelnickogo nacionalnogo universitetu. – 2015. – № 1. – S.
  2. Kushnir M. K. Tovaroznavstvo neprodovolchih tovariv / M. K. Kushnir, N. P. Tihomirova. – K: Ukooposvita, 2001. – 266 s.
  3. Balandyuk N.M. Hudojestvennoe proektirovanie verha obuvi s ispolzovaniem konstruktivno\_agregativnoi sistemi proizvodstva\_ avtoref. dis. na soiskanie nauchn. stepeni kand. tehn. nauk \_ spec. 17.00.06 «Tehnicheskа estetika i dizain» / Balandyuk N.M. – М.: 2001. – 20s.
  4. Zaichenko E.A. Konkurentosposobnost kojanoi obuvi i ee ocenka\_ avtoref. dis. na soiskanie nauchn. stepeni kand. ekonom. nauk \_ spec. 08.00.05 «Ekonomika i upravlenie narodnim hozyaistvom» / Zaichenko E.A. – М.: 2000. – 20s.
  5. Cherenkova S.S. Antropometricheskie issledovaniya stop i razrabotka nauchno\_obosnovannih trebovanii k proektirovaniyu obuvi dlya podrostkov\_ avtoref. dis. na soiskanie nauchn. stepeni kand. tehn. nauk \_ spec.
- Skidan E.V. Анализ и тенденции развития рынка обуви для детей-школьников**
- В статье проанализированы состояние и тенденции рынка обуви для детей-школьников. Особое внимание уделено использованию методов дизайнерского проектирования и создание модульных конструкций, которые позволяют менять не всю модель, а только некоторые ее элементы, форму, а также изменять степень закрытости стопы обувью (вид обуви), таким образом каждый раз получая новые модели обуви, быстро меняя и расширяя ассортимент продукции в соответствии с требованиями потребительского рынка.*
- Ключевые слова:** *обувь, модульная трансформация, проектирование, ассортимент*
- Skidan O.V. Analysis of market trends footwear for schoolchildren.**
- The article analyzed market trends of footwear for schoolchildren . Particular attention is paid to the modular transformation in the design of footwear that will allow you to quickly change and expand the range of products according to the requirements of the consumer market.*
- Keywords:** *footwear for schoolchildren, modular transformation, footwear market.*
- Skidan Елена Валентиновна** – аспірантка кафедри конструювання та технологій виробів із шкіри, Київський національний університет технологій та дизайну (м. Київ), e-mail: [skidanl@ukr.net](mailto:skidanl@ukr.net)
- Рецензент:* проф. **Суворін О.В.**
- Стаття подана: 11.11.2015