

АНАЛІЗ РИНКУ ВЗУТТЯ ТА ЙОГО ВПЛИВ НА УПРАВЛІННЯ АСОРТИМЕНТОМ ТА ЯКІСТЮ ВЗУТТЯ

Стецик Юрій Михайлович*, аспірант
Львівський-торговельно економічний університет

*ORCID 0000-0002-4407-105X

© Стецик Ю.М., 2024

*Стаття отримана редакцією 19.01.2024 р.
The article was received by editorial board on 19.01.2024*

Вступ. Аналіз результатів досліджень ринку взуття та матеріалів для його виробництва дозволяє стверджувати, що стосовно значних масштабів (країна, регіон, тощо) цей напрям наукових досліджень став можливим і стрімко набув актуальності лише в останні десятиліття – приблизно з 1960-х рр. Наприклад, в Україні про важливість аналізу місця, часу, кількості і масштабів наукових публікацій про дослідження ринку взуття та матеріалів для його виробництва наголошували вчені – дослідники взуття В. Коновал, М. Кушнір, В. Нестеров; у Польщі – Зд. Кошуба та ін. [1–4].

Відомо, що у XXI столітті споживання природних ресурсів зростає із швидкістю значно вищою, ніж швидкість, яка необхідна для їх відновлення. Зокрема, останні дослідження стверджують, що зараз планеті необхідно 1 рік 7 місяців, щоб відновити всі природні ресурси, які були спожиті за 1 рік [5]. Слід відзначити, що за результатами аналізу сучасної динаміки видобутку та споживання природних ресурсів побутує думка, що до 2030 року щорічне споживання природних ресурсів зросте приблизно до 100 млрд т [6]. Крім того, слід відзначити, що світова індустрія моди постійно стикається з проблемами залишку вуглецевого сліду та іншими проблемами виробництва товарів легкої промисловості, зокрема взуття та матеріалів для його виробництва [7].

Товарознавчі підходи до аналізу сучасного стану ринку взуття та матеріалів для його виготовлення підтверджують [8], що зі статистичних даних про гардероб взуття сучасного споживача можна створити систему науково вагомих і практично значимих висновків для описання стану, проблем і перспектив ринку товарів легкої промисловості, зокрема взуттєвих [9].

Огляд останніх джерел досліджень і публікацій. У вітчизняних закладах вищої освіти технологічного і торговельного профілю проблеми ринку взуття досліджували у наукових школах професорів Л. Байдакової, С. Гаркавенко, І. Дудли, Е. Касьяна, В. Коновала, В. Либи, О. Мокроусової, Н. Омельченко, Б. Семака-старшого та ін. У Польщі найвагоміші публікації, присвячені аналізу Польського і Європейського ринку виробів зі шкіри належать дослідникам А. Bednarska, R. Gajewski, M. Jabłońska, B. Rajchel-Chyla, B. Woźniak та ін.

Метою дослідження є здійснення аналізу світового та регіонального ринків індустрії моди (товарів та виробів легкої промисловості), зокрема взуття та матеріалів для його виробництва, а саме встановлення місця та ролі стійкого та екологічно чистого взуття.

Основний матеріал і результати. Відомо, індустрія моди (в Україні – легка промисловість, до якої за міжнародною класифікацією виробничих галузей відносять: тканини та вироби з них; одяг і хутро; шкіряні вироби та взуття) – це сфера, яка постійно вдосконалюється та розвивається, поєднуючи у своїй продукції (товарах та виробих) естетичні та функціональні властивості. Зокрема, з кожним сезоном на ринку товарів та виробів легкої промисловості з'являються нові тренди (тенденції у моді), які формують індивідуальний стиль у споживачів. Як наслідок зростає попит на одяг, взуття тощо. Наприклад, у 2022 році світовий ринок взуття оцінювався в 409,5 млрд \$, а за прогнозами окремих експертів до 2032 року даний ринок має досягти 725,1 млрд \$ [10–12].

Інші джерела публікують прогнози, що обсяг ринку взуття зросте від 390,10 млрд \$ у 2023 році до 503,83 млрд \$ до 2028 року із середньорічним зростанням 5,25% протягом прогнозованого періоду (2023–2028 роки) [13].

Основними чинниками, що спричинили зростання обсягу світового ринку взуття є:

– зростаючий попит на модне, але зручне взуття для всіх статево-вікових груп споживачів. Відомо, що у провідних зарубіжних країнах накопичено багатий досвід розвитку спорту, реалізації програм за участю великої кількості населення та культурно-оздоровчих заходів з метою організації дозвілля та поліпшення здоров'я населення всіх соціальних груп. Як наслідок, рушійною силою збільшення обсягів ринку взуття стало зростання виробництва одягу та взуття для активного відпочинку та спортивного взуття (взуття для занять футболом, баскетболом, гри у гольф тощо), що пояснюється експоненційними інвестиціями урядів і світових організацій з метою просування спортивних ліг, збільшення витрат на рекламу взуттєвих брендів, тощо.

За даними невідомого державного органу, що підпорядковується Міністерству культури, ЗМІ та спорту Sports England, в Англії протягом 2021–2022 рр. принаймні двічі на місяць приблизно 5896,8 споживачів брали участь у бігу, 4842,6 – у тренажерному залі, а 2012,3 брали участь у футболі та інших фізичних навантаженнях. Варто відзначити, що вище згадані види спорту вимагають не тільки певної кількості фізичної підготовки, але й спортивного спорядження, зокрема спеціального взуття, яке захищає стопи (ноги), забезпечує комфорт та навіть підсилює якість виконання певних фізичних вправ під час занять відповідним видом спорту. Як наслідок, у споживача виникає потреба більш, ніж однієї пари спеціального взуття, призначеного для певного виду спорту, що в свою чергу призводить до збільшення обсягів продажів означеного товару на ринку.

Крім того, спортивні події світового масштабу, що проводяться періодично (Олімпійські ігри, Ігри Співдружності, Азійські ігри, Кубок світу з крикету, Суперкубок і Чемпіонат світу з футболу, тощо) також підвищують попит як серед спортсменів, так і серед осіб, які не займаються спортом. Наприклад, у березні 2022 року провідний виробник спортивного одягу та взуття Puma співпрацювала з Lega Serie A., як наслідок Puma стала технічним партнером футбольної ліги.

За результатами аналізу ринку модної індустрії проведеного міжнародною консалтинговою компанією McKinsey & Company та виданням The Business of Fashion можна зробити висновки, що індустрія моди досить потужно відновилася після пандемії, а дохід світової індустрії моди у 2021 році зріс на 21% порівняно з аналогічним періодом 2020 року та продовжував зростати в першій половині 2022 року, при цьому дохід зріс на 13% [14]. Проте, протягом 2023 року спостерігалось сповільнення темпів росту доходу від світової індустрії моди, що пов'язане також із енергетичною кризою в Європі, зростанням інфляції та кризою вартості життя.

Модна індустрія, частиною якої є взуттєва промисловість – це великий бізнес, тому очікується, що світовий ринок взуття для активного відпочинку до 2025 року становитиме понад 95 млрд \$, що як наслідок, також спричинить попит на екологічно та соціально стійке взуття (рис. 1).

Слід відзначити, що окрему нішу на світовому ринку виробів модної індустрії займає екологічно орієнтоване взуття, де прогнозується, що середній річний темп зростання (CAGR) становитиме 6% з 2023 року по 2033 рік і досягне до 17,18 млрд \$ в 2033 році [15; 16].

За результатами опитування Certilogo (Служба інтернет-комерції в Мілані, Італія) можна стверджувати, що понад 70% споживачів стурбовані екологічністю товарів та виробів модної індустрії, які вони купують. В свою чергу дослідження глобальної стратегічної консалтингової фірми Simon Kucher Consultants, яка має свої представництва в 30 країнах, показало, що 1 з 3 споживачів готовий витрачати в середньому на 25% більше на екологічно чисті продукти модної індустрії. Прогнозовану динаміку росту виробництва екологічно чистого взуття (побутового/спортивного) зображено на рис. 2.

За результатами аналізу наведеного вище, спостерігається зростання використання екологічних матеріалів і споживання екологічно орієнтованих брендів (виробників) взуття, які базують свою діяльність на принципах циркулярної економіки. Зокрема, виробники взуття знаходять інноваційні способи виробництва екологічних продуктів відповідно до вимог споживачів. Зокрема, багато провідних виробників взуття таких як Nike, Adidas, сприяють створенню більшою мірою автоматизованих виробничих процесів, а саме зниження вартості робочої сили та відходів. Наприклад, цифрова революція дозволяє виготовляти взуття не тільки з високоякісних матеріалів, але й використовувати, наприклад 3-D принтери, що дає можливість створення одного і того ж виду взуття в різних стилях, аспектах і кольорах.

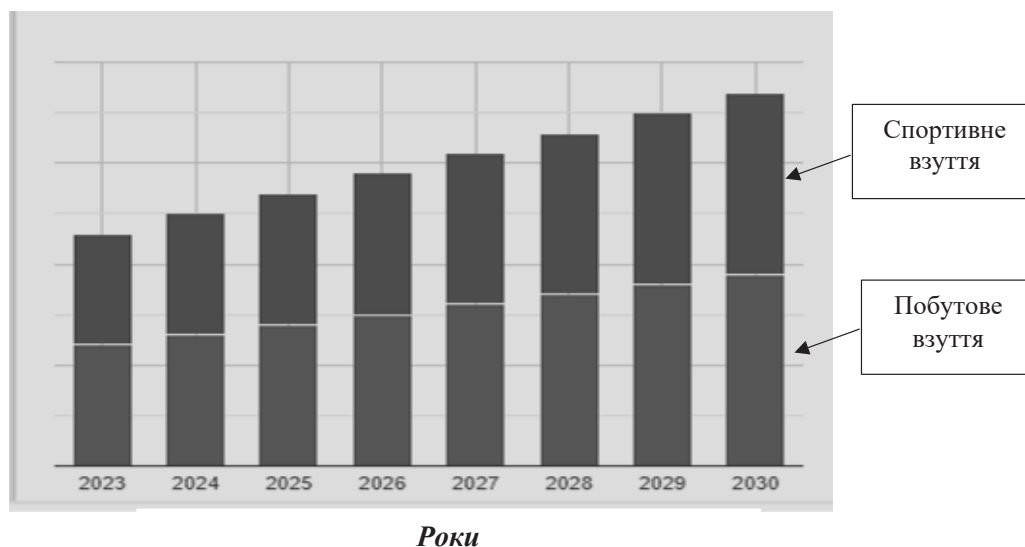


Рис. 1. Прогнозована динаміка зростання ринку стійкого взуття протягом 2023–2030 років (побутове/спортивне)

Джерело: Інтернет

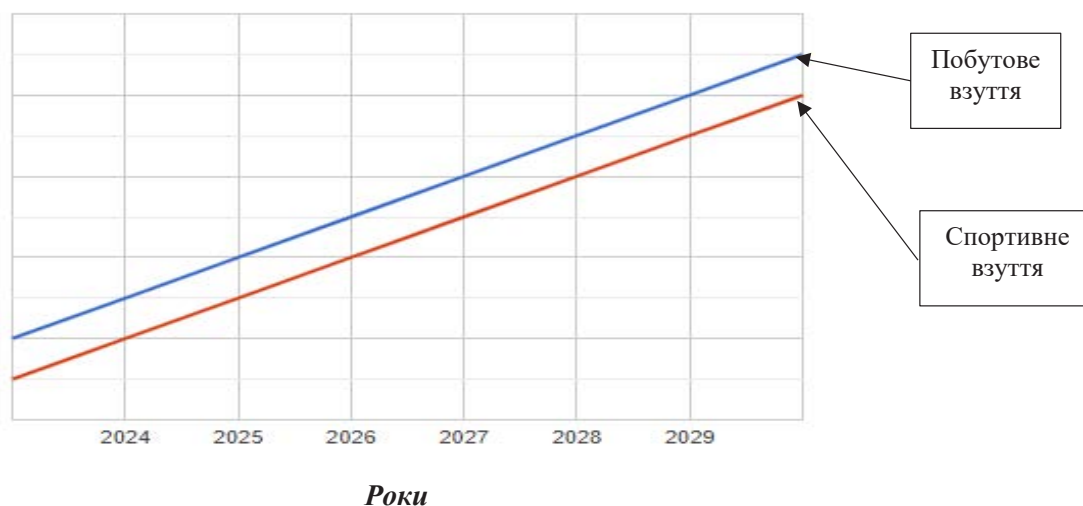


Рис. 2. Прогнозована динаміка зростання ринку екологічно чистого взуття протягом 2024–2029 років (побутове/спортивне)

Джерело: Інтернет

За результатами останніх досліджень, можна стверджувати, що в середньому щорічно викидається близько 300 млн пар взуття. В свою чергу, для повного розкладання цього взуття необхідно 30-40 років. Дана ситуація також обґрунтовує своєчасність сучасної діяльності індустрії моди, зокрема взуттєвого виробництва, яке базується на принципах циркулярної економіки, а саме: збільшення використання перероблених, екологічно чистих, біологічних компонентів у взутті, шляхом використання нових методів створення взуття, нового дизайну та, навіть, упаковки. Як приклад, провідні виробники взуття азійсько-тихоокеанського регіону (АРАС), завдяки фінансуванню екологічних заходів у Бангладеші, Індії та В'єтнамі, які орієнтовані на стійкий розвиток, зокрема «Fashion for Good» (глобальна ініціатива, спрямована на надихання до змін та стимулювання колективного руху, щоб зробити моду силою добра), намагаються здійснити фундаментальні зміни у всьому логістичному ланцюгу модної індустрії. Стосовно європейського регіону, то слід відзначити, що Європейська Комісія запустила Європейський конкурс соціальних інновацій 2020 року, метою якого було покращення екологічного сліду моди.

Ключовим фактором збільшення обсягів виробництва стійкого та екологічно чистого взуття є зростання свідомості споживачів, зокрема їх обізнаність про вплив на навколишнє середовище та їх прагнення до експлуатації взуття, виготовленого з екологічно чистих матеріалів, наприклад: органічної бавовни, переробленого пластику, рослинних альтернатив натуральній шкірі тощо. Як наслідок, провідні фірми-виробники у взуттєвому секторі модної індустрії, які дотримуються принципів сталого розвитку, не лише роблять акцент у своєму виробництві на екологічно чистому взуттєвому виробництві, що часто в свою чергу забезпечує зменшення споживання води та енергії, але й залучають нове коло свідомих споживачів. Таким чином, спостерігається підвищення стійкої співпраці між відомими брендами модної індустрії та екологічними стартапами, що в свою чергу стимулює розвиток інновацій та їх доступність.

В цілому, слід відзначити, що за даними World Footwear у 2022 році на азійсько-тихоокеанський регіон припало приблизно 87,4% світового виробництва взуття, що відображає значну концентрацію взуттєвої промисловості в регіоні і пояснюється наявністю дешевої робочої сили та дешевої сировини, що забезпечує виготовлення взуття за нижчою вартістю для оптової торгівлі [13].

В цілому, чинники формування ринку взуття можна умовно поділити так:

1. Екологічні чинники ринку взуття:

– обізнаність споживачів, попит – зростання рівня обізнаності споживачів про негативний вплив, зокрема виробництва, на навколишнє середовище, спричиняє підвищення попиту на екологічно чисті та етичні товари, зокрема взуття – виготовленого з екологічно чистих матеріалів, екологічними методами та шляхом етичних трудових практик;

– урядові розпорядження та ініціативи – зростання кількості нормативних документів, які посилюють та забезпечують стійкі та екологічно чисті практики у модній індустрії, зокрема спонукає виробників використовувати більш екологічні методи взуттєвого виробництва – зменшення вуглецевого сліду та використання стійких матеріалів.

2. Стійкі обмеження на ринку:

– високі виробничі витрати – оскільки, екологічно чисте взуття передбачає використання високоякісних екологічно чистих матеріалів та етичних трудових практик, спостерігається збільшення витрат на виробництво, що в свою чергу може спричинити для виробників проблему цінової конкуренції – екологічно чисте взуття за вищою ціною;

– лімітована доступність екологічно чистих матеріалів, еко-інновацій – обмежена доступність екологічно чистих матеріалів, які окрім екологічності у виробі, забезпечують функціональні та естетичні вимоги до нього.

Основні фактори впливу на світову динаміку стійкого ринку взуття умовно можна поділити на дві групи (рис. 3).

За результатами аналізу глобального ринку взуття, варто відзначити, що на сучасному етапі в сегменті екологічно чистого взуття домінуючим є побутове взуття. Однак, в той же час, найбільш зростаючим сегментом ринку є екологічно чисте спортивне взуття. Зокрема, світовий ринок екологічного взуття переживає зміну стереотипу, коли екологічність стає ключовим фактором у прийнятті споживачами рішень про покупку взуття.

За результатами останніх досліджень, домінуючим регіоном у світовому ринку екологічно чистого взуття є азійсько-тихоокеанський, а регіоном, який розвивається найшвидше є Європа. Домінантну ознаку азійсько-тихоокеанського регіону в даному сегменті можна пояснити зростаючим середнім класом населення, зростанням обізнаності споживачів про проблеми забруднення навколишнього середовища, наявністю потужної виробничої бази та акценту на сталих практиках у логістичному ланцюгу. Зокрема Китай та Індія здійснюють вагомий внесок у збільшення виробництва екологічно чистого взуття.

Наприклад, у серпні 2022 року індійська компанія Solecraft, яка виготовляє екологічно чисте взуття, презентувала першу пару екологічного взуття, яке має покращені гігієнічні властивості, а саме антибактеріальні, які в свою чергу забезпечують стійкість взуттєвих матеріалів до впливу поту. Матеріали для даного взуття попередньо піддають вугільному просоченню, з використанням японського бамбукового вугілля, матеріалу преміум класу виготовленого із вовни австралійського мериноса та переробленої кавової гущі. Слід відзначити, що прикладів таких еко інновацій у взуттєвій промисловості є значно більше.

Компанією Allied Market Research було проведено опитування осіб причетних до взуттєвої промисловості стосовно перспективи модної індустрії, а саме наступного великого тренду у взутті (питання

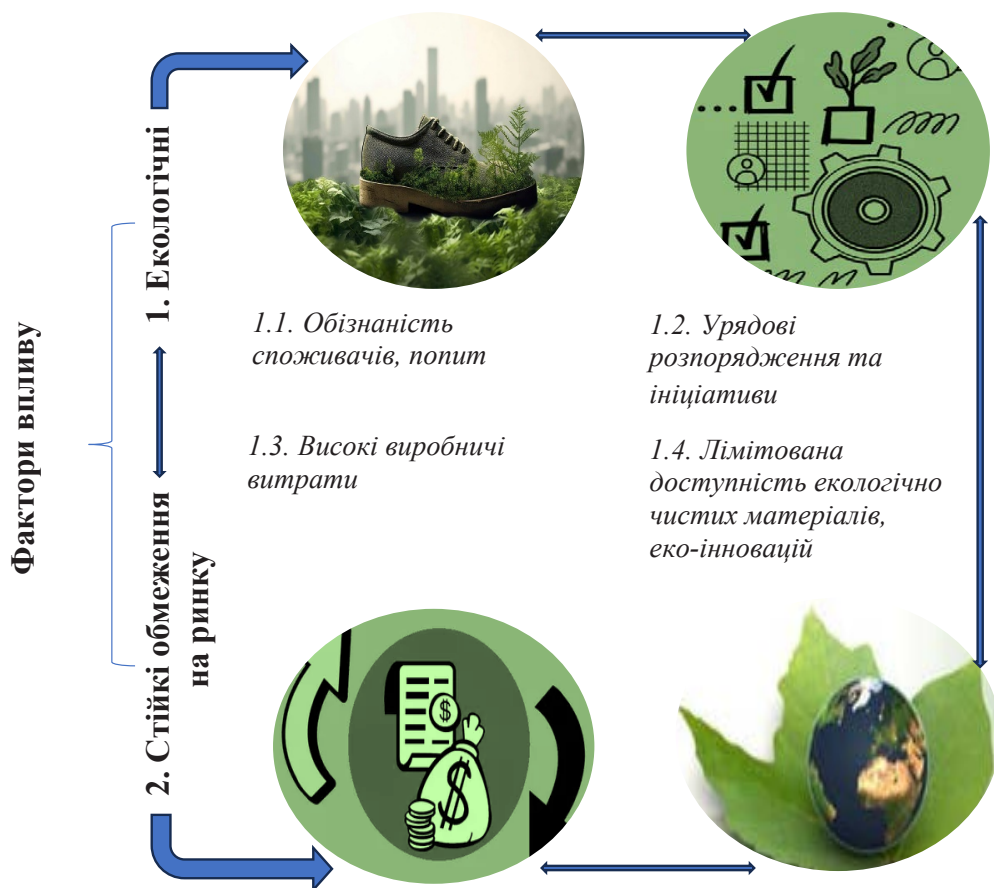


Рис. 3. Фактори впливу на світову динаміку стійкого ринку взуття

було таким: «Яка, на Вашу думку, наступна велика тенденція у взутті?») із таким запропонованими варіантами відповіді:

- стійкі матеріали та дизайн (прокладаючи шлях до стійкої моди);
- розумне взуття з інтегрованими технологіями (розвиток розумного взуття);
- ретро-стилі (відродження ретро взуття);
- щось абсолютно несподіване (вивільнення безмежної творчості).

За результатами даного опитування отримано такі відповіді:

– 37% респондентів надали значну перевагу екологічним матеріалам та дизайну у взутті, що означає рух взуттєвого виробництва в напрямку свідомого споживання без шкоди для стилю та зручності. Зокрема, інноваційні перероблені матеріали, екологічно чисті виробничі процеси – шлях до зменшення вуглецевого сліду у взуттєвому виробництві та просування етичних практик виробництва;

– Більшість голосів – 40% респондентів надало перевагу розвитку розумного взуття – зростаючий інтерес до технологічно інтегрованого розумного взуття. Даний напрямок у взутті забезпечує поєднання моди та функціональності, демонструючи інтеграцію провідних технологій;

– 13% респондентів виявили своє захоплення ретро-стилем у взутті, який підкреслює циклічний характер моди і є ностальгічною даниною культовим силуетам, матеріалам та кольорам, що часто спостерігається у споживачів з елементами вінтажного шарму;

– 11% респондентів очікують на революційні моделі у взутті, підтримуючи інновації та майбутнє, у якому нетрадиційні матеріали, авангардний дизайн та новаторські технології порушують статус-кво у взуттєвій промисловості.

Аналіз результатів опитування обґрунтовує різноманітні перспективи у взуттєвій промисловості, створюючи потенційні траєкторії, які очікують в майбутньому. Зокрема, завдяки стійким матеріалам та дизайну, технологічно інтегрованому розумному взутті, ретро-стилям та несподіваним інноваціям, які змагаються за увагу, взуттєва промисловість стоїть на порозі великої трансформації з врахуванням принципів економіки замкнутого циклу.

Висновки. Отже, за останні чотири роки попит на взуття зріс у багато разів, особливо в розвинених країнах Північної Америки та Європи, включаючи, але не обмежуючись, США, Канаду, Великобританію та Німеччину. Таким чином, у найближчий період очікується зростання виробництва взуття в усьому світі. За результатами аналізу світового та регіонального ринків взуття встановлено місце та роль стійкого та екологічно чистого взуття на даній арені та обґрунтовано перспективу теоретичних та експериментальних досліджень еко-інновацій та етичних практик виробництва, що базуються на принципах циркулярної економіки.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Коновал В.П. Взуттєва справа в Європі та світі не вмирає, але продовжує хворіти. *Легка промисловість*. 1998. № 4. С. 50–51.
2. Кушнір М.К. Кафедри товарознавства непродовольчих товарів – 55 років. *Вісник Львівської комерційної академії. (Серія товарознавча)*. Львів : Видавництво Львівської комерційної академії, 2002. Вип. 5. С. 205–214.
3. Gawrońska A., Cygański R.: Analiza sytuacji finansowej przemysłu skórzanego w Polsce w latach 2000–2005.
4. Overshoot. «Past Earth Overshoot Days» Earth Overshoot Day. URL: <https://www.overshootday.org/newsroom/past-earth-overshoot-days/>
5. Bleischwitz R., Welfens P., and Zhang Z. Sustainable Growth and Resource Productivity Economic and Global Policy Issues (ed. Bleischwitz), 01.01.2009.
6. Cheah L., Ciceri N.D., Olivetti E., Matsumura S., Forterre D., Roth R., Kirchain R. Manufacturing-focused emissions reductions in footwear production. *J. Clean. Prod.* 2013. No. 44. P. 18–29.
7. Przyjemska L. Perspektywy rozwoju i zagrożenia dla krajowego i europejskiego przemysłu obuwniczego i skórzanego w czasach globalizacji – rozdział w monografii *Obuwie Bezpieczeństwo Funkcjonalność*, Kraków, 2012.
8. Кушнір М.К. Методологічні основи системного підходу як методу товарознавства. Львів : Видавництво Львівської комерційної академії, 2002. 28 с.
9. Беднарчук М.С. Товарознавчі аспекти формування національного ринку взуття : монографія. Львів : Видавництво Львівської комерційної академії, 2009. 476 с.
10. Global footwear market – statistics & facts. URL: <https://www.statista.com/topics/4571/global-footwear-market/#topicOverview>
11. Footwear Sole Material Market Destine to Experience Substantial Growth of USD 36,041.66 Million by 2029, Size, Share, Trends, Key Drivers, Growth and Opportunity Analysis. URL: <https://www.globenewswire.com/en/news-release/2022/12/13/2573106/0/en/Footwear-Sole-Material-Market-Destine-to-Experience-Substantial-Growth-of-USD-36-041-66-Million-by-2029-Size-Share-Trends-Key-Drivers-Growth-and-Opportunity-Analysis.html>
12. Vegan Leather Market. URL: <https://www.vantagemarketresearch.com/industry-report/vegan-leather-market-2052>
13. Footwear Market Size & Share Analysis – Growth Trends & Forecasts (2024–2029) Source. URL: <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/footwear-market>
14. The State of Fashion 2024: Finding pockets of growth as uncertainty reigns. URL: <https://www.mckinsey.com/industries/retail/our-insights/state-of-fashion>
15. Sustainable Footwear Market Snapshot (2023 to 2033). URL: <https://www.futuremarketinsights.com/reports/sustainable-footwear-market>
16. Worthington B. Footwear industry facts: Stark facts about shoe production. *Ecothes*. 2022.

REFERENCES:

1. Konoval V. P. (1998) Vzuttieva sprava v Yevropi ta sviti ne vmyraie, ale prodovzhuie khvority. *Lehka promyslovist*, no. 4, pp. 50–51.
2. Kushnir M. K. (2002) Kafedri tovaroznavstva neprodovolchych tovariv – 55 rokiv. *Visnyk Lvivskoi komertsiinoi akademii. (Serii tovaroznavcha)*. Lviv: Vydavnytstvo Lvivskoi komertsiinoi akademii, vol. 5, pp. 205–214.
3. Gawrońska A., Cygański R. Analiza sytuacji finansowej przemysłu skórzanego w Polsce w latach 2000–2005.
4. Overshoot. «Past Earth Overshoot Days» Earth Overshoot Day. Available at: <https://www.overshootday.org/newsroom/past-earth-overshoot-days/>
5. Bleischwitz R., Welfens P., and Zhang Z. Sustainable Growth and Resource Productivity Economic and Global Policy Issues (ed. Bleischwitz), 01.01.2009.
6. Cheah L., Ciceri N. D., Olivetti E., Matsumura S., Forterre D., Roth R., Kirchain R. (2013) Manufacturing-focused emissions reductions in footwear production. *J. Clean. Prod.*, no. 44, pp. 18–29.
7. Przyjemska L. (2012) Perspektywy rozwoju i zagrożenia dla krajowego i europejskiego przemysłu obuwniczego i skórzanego w czasach globalizacji – rozdział w monografii *Obuwie Bezpieczeństwo Funkcjonalność*, Kraków.
8. Kushnir M. K. (2002) *Metodolohichni osnovy systemnoho pidkhodu yak metodu tovaroznavstva*. Lviv: Vydavnytstvo Lvivskoi komertsiinoi akademii, 28 p.
9. Bednarchuk M. S. (2009) *Tovaroznachchi aspekty formuvannia natsionalnoho rynku vzuttia*: monohrafiia. Lviv: Vydavnytstvo Lvivskoi komertsiinoi akademii, 476 p.
10. Global footwear market – statistics & facts. Available at: <https://www.statista.com/topics/4571/global-footwear-market/#topicOverview>

11. Footwear Sole Material Market Destine to Experience Substantial Growth of USD 36,041.66 Million by 2029, Size, Share, Trends, Key Drivers, Growth and Opportunity Analysis. Available at: <https://www.globenewswire.com/en/news-release/2022/12/13/2573106/0/en/Footwear-Sole-Material-Market-Destine-to-Experience-Substantial-Growth-of-USD-36-041-66-Million-by-2029-Size-Share-Trends-Key-Drivers-Growth-and-Opportunity-Analysis.html>

12. Vegan Leather Market. Available at: <https://www.vantagemarketresearch.com/industry-report/vegan-leather-market-2052>

13. Footwear Market Size & Share Analysis – Growth Trends & Forecasts (2024–2029) Source. Available at: <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/footwear-market>

14. The State of Fashion 2024: Finding pockets of growth as uncertainty reigns. Available at: <https://www.mckinsey.com/industries/retail/our-insights/state-of-fashion>

15. Sustainable Footwear Market Snapshot (2023 to 2033). Available at: <https://www.futuremarketinsights.com/reports/sustainable-footwear-market>

16. Worthington B. (2022) Footwear industry facts: Stark facts about shoe production. Ecothes.

УДК 620.2:685.34+339.13

JEL F14, L60

Стецик Юрій Михайлович, аспірант, Львівський-торговельно економічний університет. **Аналіз ринку взуття та його вплив на управління асортиментом та якістю взуття.**

У статті розглянуто сучасний стан світового та регіонального ринку взуття та матеріалів для його виробництва. Підтверджено, що шляхом використання товарознавчих підходів до аналізу сучасного стану ринку взуття та матеріалів для його виготовлення підтверджують, що зі статистичних даних про гардероб взуття сучасного споживача можна створити систему науково вагомих і практично значимих висновків для описання стану, проблем і перспектив ринку взуттєвих товарів. Обґрунтовано доцільність встановлення місця та ролі стійкого та екологічно чистого взуття на сучасних світовому та регіональному ринку означеного товару. Подано основні чинники, що спричинили збільшення обсягу світового ринку взуття. Проаналізовано сучасний стан ринку взуття за регіональним поділом та призначенням взуття (спортивне/побутове). Обґрунтовано стрімкі темпи зростання виробництва спортивного взуття. Доведено провідну роль стійкого та екологічно чистого взуття та матеріалів для його виробництва у формуванні сучасного асортименту та якості означеного товару. Запропоновано класифікацію основних чинників, які спричиняють споживчі пропозиції та попит стійкого та екологічно чистого взуття. Подано, на основі аналізу проведеного соціологічного дослідження, основні перспективні напрямки у взуттєвому виробництві.

Ключові слова: взуття, ринок, асортимент, управління якістю, інновації, споживні властивості, циркулярна економіка.

UDC 620.2:685.34+339.13

JEL F14, L60

Yuriy Stetsyk, Graduate Student, Lviv University of Trade and Economics. **Analysis of the footwear market and its impact on footwear assortment and quality management.**

The article examines the current state of the global and regional footwear market and materials for its production. It is confirmed that using commodity science approaches to the analysis of the current state of the shoe market and materials for its manufacture, it is confirmed that a system of scientifically sound and practically significant conclusions can be created from statistical data on the shoe wardrobe of a modern consumer to describe the state, problems and prospects of the shoe market. The expediency of establishing the place and role of sustainable and environmentally friendly footwear on the modern world and regional market of the specified product is substantiated. The main factors that caused the increase in the volume of the global footwear market are presented. The current state of the footwear market by regional division and purpose of footwear (sports/household) is analyzed. The rapid growth rate of the production of sports shoes is substantiated. According to the results of the analysis of the global footwear market, it has been proven that at the current stage in the segment of ecologically clean footwear, household footwear is dominant. However, at the same time, the most growing segment of the market is environmentally friendly sports shoes. In particular, the global market of ecological shoes is experiencing a change in the stereotype, when environmental friendliness becomes a key factor in consumer decision-making about buying shoes. According to the results of recent studies, it has been confirmed that the dominant region in the world market of environmentally friendly shoes is the Asia-Pacific, and the region that develops the fastest is Europe. The leading role of sustainable and environmentally friendly footwear and materials for its production in shaping the modern range and quality of the specified product has been proven. A classification of the main factors that cause consumer supply and demand for sustainable and environmentally friendly footwear is proposed. Based on the analysis of the conducted sociological research, the main promising directions in shoe production are presented.

Key words: shoes, market, assortment, quality management, innovations, consumer properties, circular economy.