

**НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ НАУК УКРАЇНИ**  
**ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М.І. Долішнього**  
**НАН України»**

**СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ВИКЛИКИ РОЗВИТКУ ЛЕГКОЇ**  
**ПРОМИСЛОВОСТІ ПРИКОРДОННИХ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ:**  
**РЕЗУЛЬТАТИ ЕКСПЕРТНОГО ОПИТУВАННЯ**

*(науково-аналітична записка)*

*Львів 2020*

**Науково-аналітичну записку підготували:**

Притула Христина Мирославівна, д.е.н., с.н.с.,  
завідувач сектору транскордонного співробітництва ДУ «Інститут  
регіональних досліджень імені М.І. Долишнього НАН України»;

Максименко Анна Олександрівна, к.соц.н.,  
старший науковий співробітник сектору транскордонного  
співробітництва ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М.І. Долишнього  
НАН України».

## ВСТУП

Пандемія COVID-19 спричинила рекордне падіння економіки більшості країн світу та торкнулася в тій чи іншій мірі всіх видів економічної діяльності. Згідно макроекономічного та монетарного огляду НБУ<sup>1</sup> у жовтні 2020 р. у порівнянні з жовтнем 2019 р. спад у промисловості України становив 5,0% на тлі слабого інвестиційного попиту, уповільнення зростання видатків бюджету на оборону, послаблення зовнішнього попиту на машинобудівну та хімічну продукцію. Однією з галузей, яка продемонструвала найбільший спад, є легка промисловість: за I квартал – 6,6% працівників залишилися без збереження заробітної плати (у промисловості – 2,5%), ще 3,6% – працювали в умовах скороченого робочого дня. І вже у квітні 2020 р. спад галузевого виробництва становив майже 40%<sup>2</sup>. Пандемія постала серйозним викликом подальшого розвитку галузі легкої промисловості України поряд із низкою не менш впливових стримуючих факторів внутрішнього середовища: превалюючих часток імпорту, контрафактної, контрабандної продукції і «секонд-хенду» на внутрішньому ринку та низької частки продукції українських виробників, яка складає лише 15-20%. У 2019 р. Україна зайняла перше місце у світі за обсягами імпорту «секонд-хенду».

Близько 22% виробленої продукції легкої промисловості припадає на прикордонні регіони України (Волинську, Львівську, Закарпатську, Івано-Франківську та Чернівецьку області). При цьому частка легкої промисловості у загальному обсязі виробленої продукції переробної промисловості цих регіонів коливається від 1,5% у Івано-Франківській області до 12,6% у Чернівецькій області. Частка виробництва одягу у загальному обсязі виробленої продукції легкої промисловості коливається в межах 37,8-63,1%.

З метою вивчення проблем та виявлення можливостей розширення присутності вітчизняних виробників одягу та взуття на внутрішньому ринку та оцінки перспектив їх виходу на зовнішні ринки протягом серпня-жовтня 2020 р. працівниками Інституту здійснено експертне опитування 40 підприємств-виробників готового одягу та взуття, більша половина яких функціонує у прикордонних регіонах України. Пошук контактів та опитування виробників здійснювалися за сприяння асоціації «Укрлегпром» та Західноукраїнського кластеру індустрії моди (м. Львів); з частиною виробників проведено глибоке інтерв'ю безпосередньо на виставці Galychyna Fashion Expo (м. Львів, серпень 2020 р.).

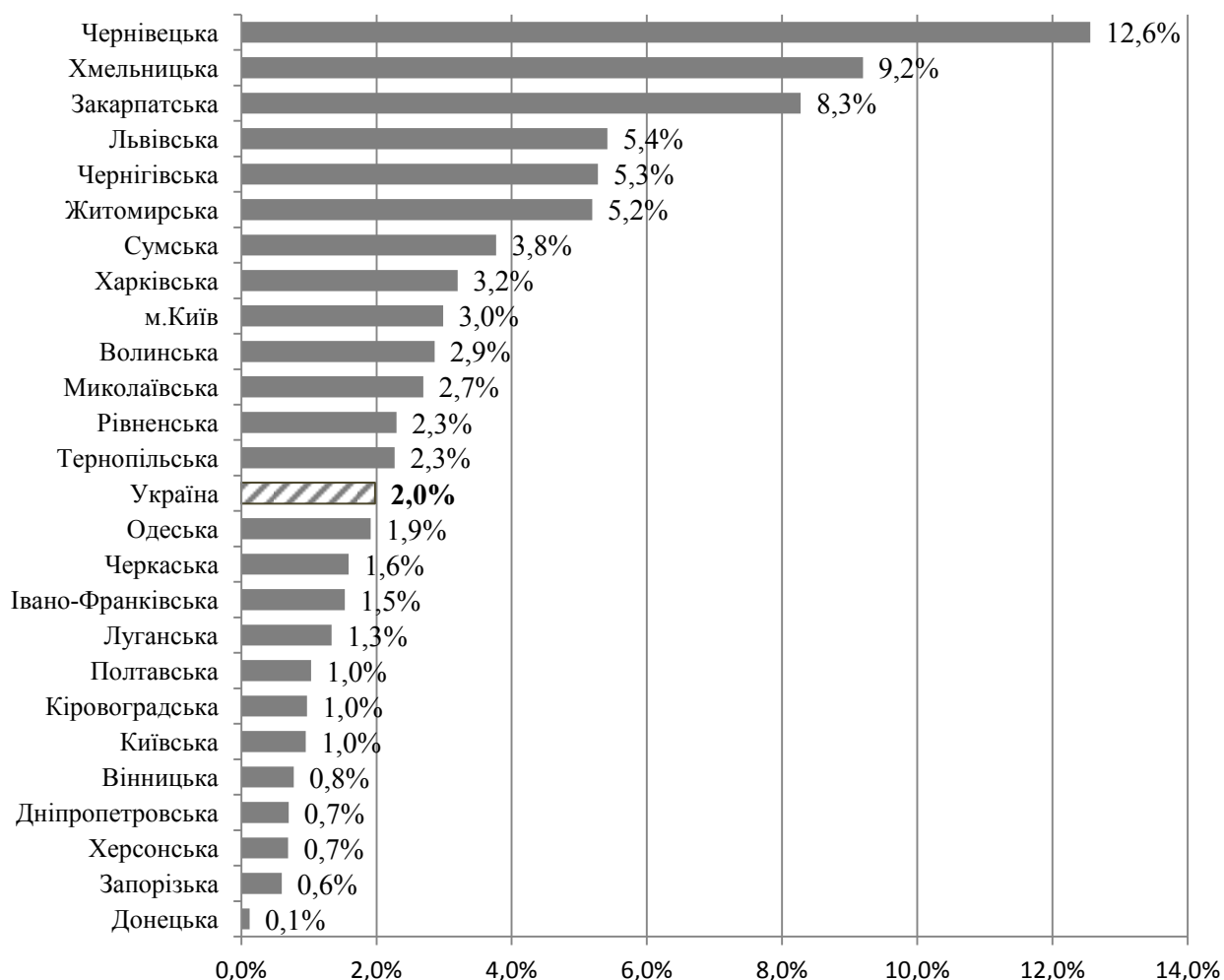
---

<sup>1</sup> Макроекономічний та монетарний огляд, листопад 2020 року URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/makroekonomichniy-ta-monetaryniy-oglyad-listopad-2020-roku>

<sup>2</sup> У Чернівці було продовжено розмову про легку промисловість з Президентом України URL: <https://ukrlegprom.org/ua/news/u-chernigovi-bulo-prodovzheno-rozmovu-pro-legku-promyslovist-z-prezydentom-ukrayiny/>

## ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОЗВИТКУ ЛЕГКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ ПРИКОРДОННИХ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ ТА УКРАЇНИ ЗАГАЛОМ

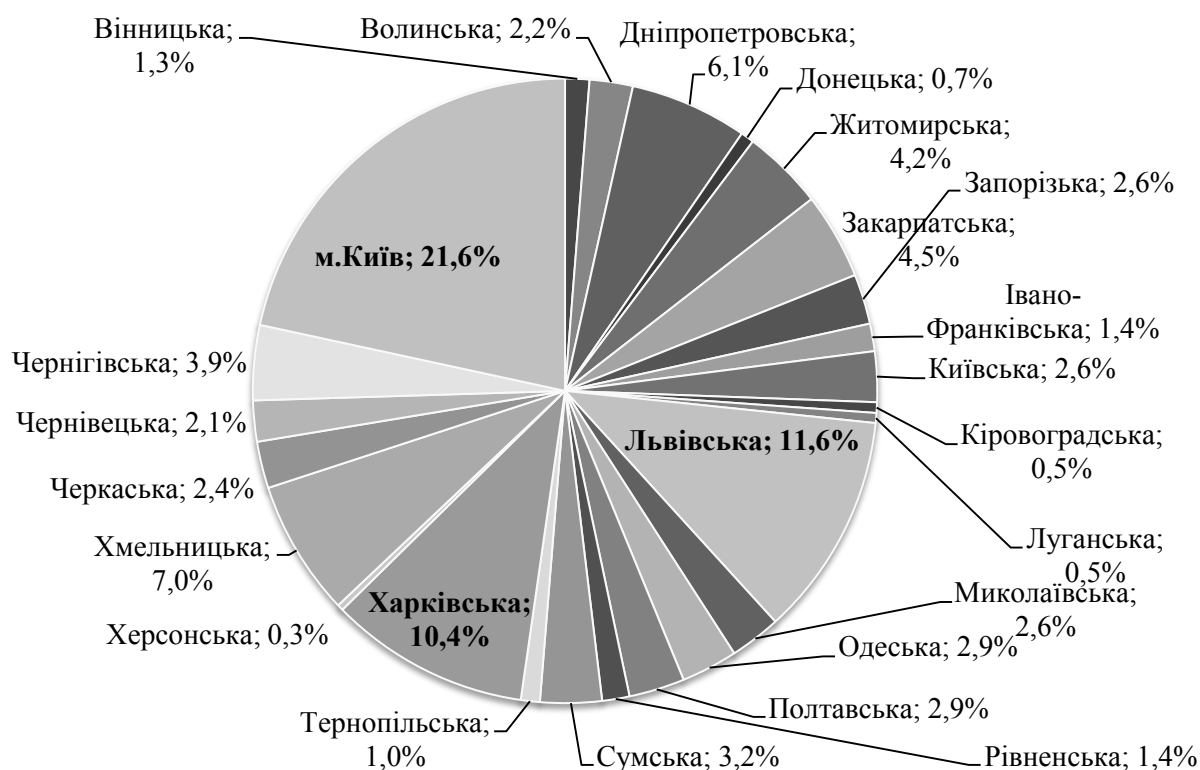
Продукція легкої промисловості займає незначну частку у загальному обсязі реалізованої продукції переробної промисловості України. Протягом 2014-2019 рр. її частка не перевищувала 1,6% (у 2014 р. – 1,2%, 2019 р. – 1,6%), водночас включно до 2020 р. розвиток легкої промисловості характеризувався позитивною динамікою. У розрізі областей її вклад у розвитку регіональної економіки є відмінним (див. рис. 1). *Частка легкої промисловості у структурі переробної промисловості Чернівецької області станом на 2018 р. складала 12,6%. Вагоме місце займає легка промисловість також і у Хмельницькій та Закарпатській областях.* У Львівській, Чернігівській, Житомирській областях частка легкої промисловості у структурі переробної промисловості регіону коливається в межах 5%.



*Рис. 1. Частка продукції легкої промисловості у загальному обсязі виробленої продукції переробної промисловості регіону станом на 2018 р., %*

Регіональна структура виробленої продукції легкої промисловості (текстильне виробництво, виробництво одягу, шкіри, виробів зі шкіри та інших

матеріалів) протягом 2016-2018 рр. залишається практично незмінною. **На м. Київ припадає 21,6% від усього обсягу виробленої продукції цих трьох категорій, друге та третє місця займають Львівська (11,6%) та Харківська (10,4%) області, відповідно.**



**Рис. 2. Регіональна структура виробництва продукції легкої промисловості, 2018 р., %**

Протягом останніх трьох років найбільшу частку у структурі легкої промисловості посідає саме виробництво одягу. На нього припадає майже половина виробленої продукції легкої промисловості.

Частка зайнятих у легкій промисловості до загальної кількості зайнятих у переробній промисловості України становить близько 8%. **Водночас у Хмельницькій, Чернівецькій та Закарпатській областях частка зайнятих у легкій промисловості сягає 20%. Вагомою є також частка зайнятих у цій галузі промисловості у Житомирській області - 12,0%, Чернігівській – 15,1%, Львівській - 16,6%.** У решті регіонів України показник частки зайнятих у легкій промисловості не перевищує 10%. Прикордонні регіони України з поміж решти регіонів вирізняються як за показниками обсягів виробництва продукції легкої промисловості, так і за показниками зайнятості (див. рис. 3).

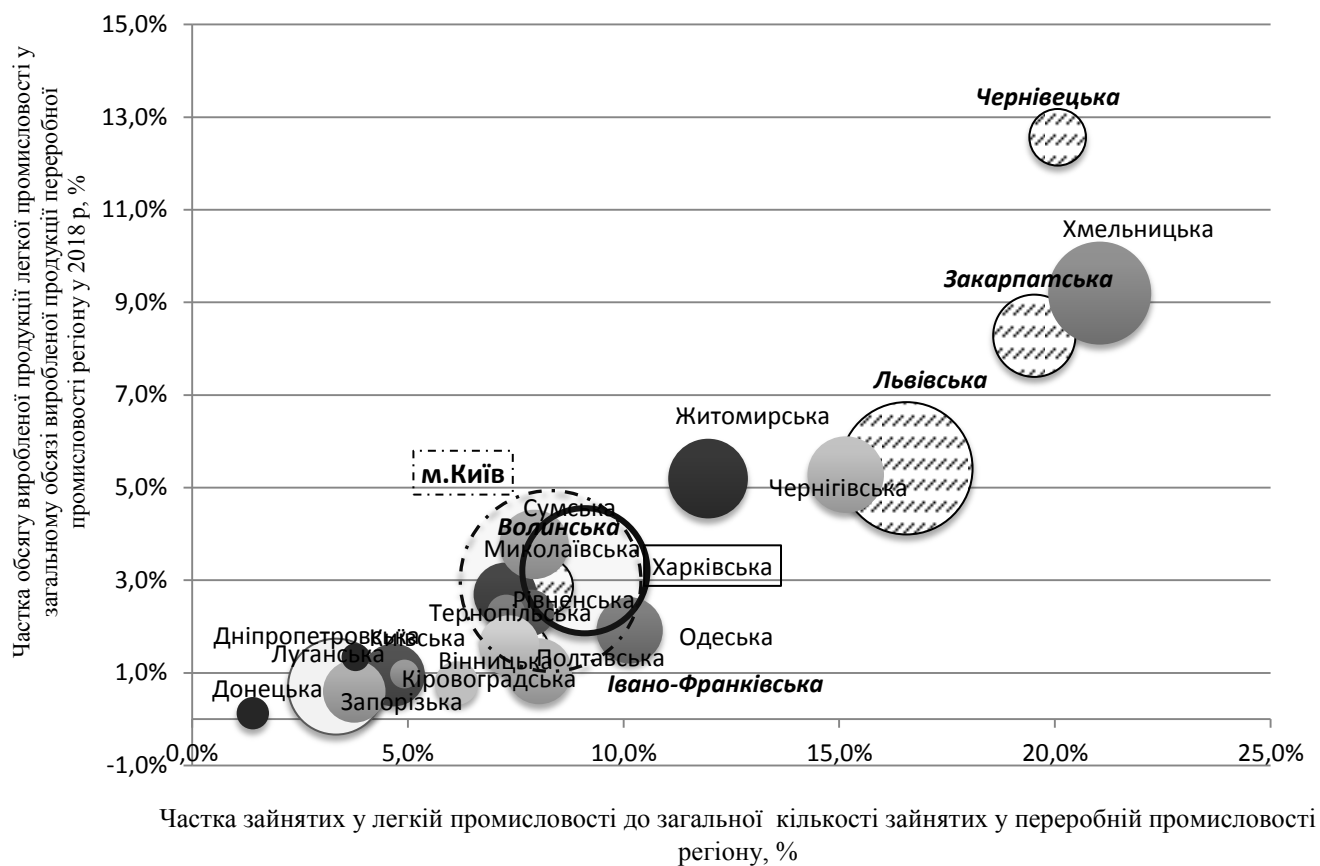


Рис. 3. Основні характеристики розвитку галузі легкої промисловості у розрізі регіонів у 2018 р.

\*Розмір бульбашки відповідає обсягу виробленої продукції легкої промисловості, млн грн

Протягом 2016-2019 рр. частка зайнятих у легкій промисловості зросла незначно з 7% у 2016 р. до 8,1% у 2019 р. При цьому частка зайнятих у виробництві одягу становила 4,8%, а частка продукції одягу у обсязі переробної промисловості України (18,7 млрд. грн) склала 0,9% станом на 2018 р.

Лідерами за кількістю зареєстрованих суб'єктів підприємництва легкої промисловості є Харківська область та м. Київ, на території яких функціонує чверть усіх суб'єктів підприємництва галузі. За ними слідує Одеська, Львівська, Хмельницька та Дніпропетровська області, на які припадає від 6,8% до 7,5% загальної кількості суб'єктів підприємництва легкої промисловості.

Відповідно до УКТЗЕД п'ять груп охоплюють усі види готової продукції одягу та взуття. Так група 61 включає одяг та додаткові речі до одягу, трикотажні; група 62 - одяг та додаткові речі до одягу, текстильні, крім трикотажних; група 63 - інші готові текстильні вироби; набори; одяг та текстильні вироби, що використовувались; ганчір'я; група 64 - взуття, гетри та аналогічні вироби; їх частини; група 65 - головні убори та їх частини <sup>3</sup>.

<sup>3</sup> Українська класифікація товарів ЗЕД URL: <https://www.qdpro.com.ua/uktzed/XII>

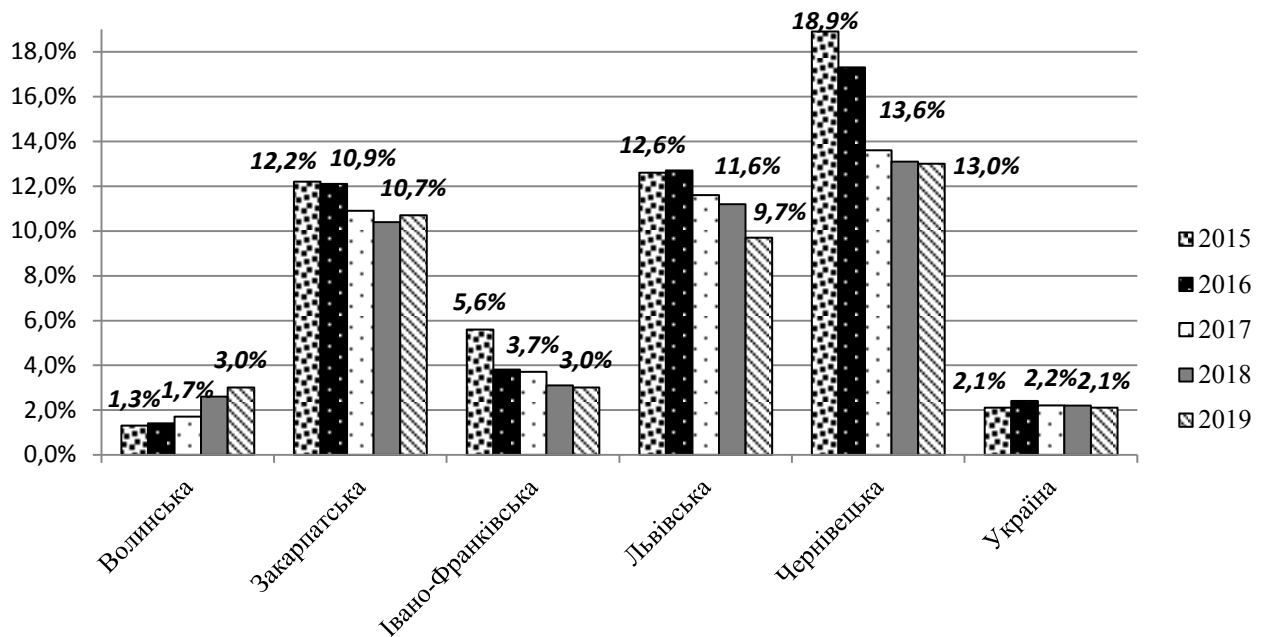


Рис. 4. Частка текстильних матеріалів, текстильних виробів (товарна група XI) та взуття, головних уборів, парасольок (товарна група XII) у загальному обсязі експорту регіонів та України, 2015-2019 рр.

Протягом 2015-2019 рр. спостерігається скорочення частки товарів легкої промисловості у експорті більшості прикордонних областей Західного регіону України. Єдина область, яка демонструвала позитивний тренд у збільшенні частки експорту товарів легкої промисловості, є Волинська область.

Водночас, за абсолютними значеннями протягом 2015-2019 рр. обсяги експорту товарів легкої промисловості прикордонними областями, окрім Івано-Франківської, зростають. У Волинській області експорт товарів легкої промисловості зріс у 2,3 рази, Львівській - в 1,5 рази, Чернівецькій - в 1,4 рази, Закарпатській - залишився незмінним.

Слід зауважити, що в Україні загалом частка товарів легкої промисловості у загальному експорті залишається стабільною на рівні 2%, водночас їх експорт в абсолютному виразі зріс в 1,3 рази.

**Товари легкої промисловості є у чільній трійці лідерів товарного експорту Чернівецької, Закарпатської та Львівської областей.**

Частка товарів легкої промисловості України у загальному обсязі імпорту є практично незмінною протягом 2015-2019 рр. і складає близько 4,5%. Зовнішня торгівля товарами легкої промисловості характеризується від'ємним сальдо. Показник торговельного балансу (співвідношення експорту до імпорту) у 2015 р. становив 0,49, у 2019 р. – 0,37. Подібні тенденції притаманні і Львівській та Волинській областям.

Для прикордонних областей Західного регіону України характерним є скорочення частки імпорту товарів легкої промисловості у загальній структурі імпорту товарів відповідного регіону.

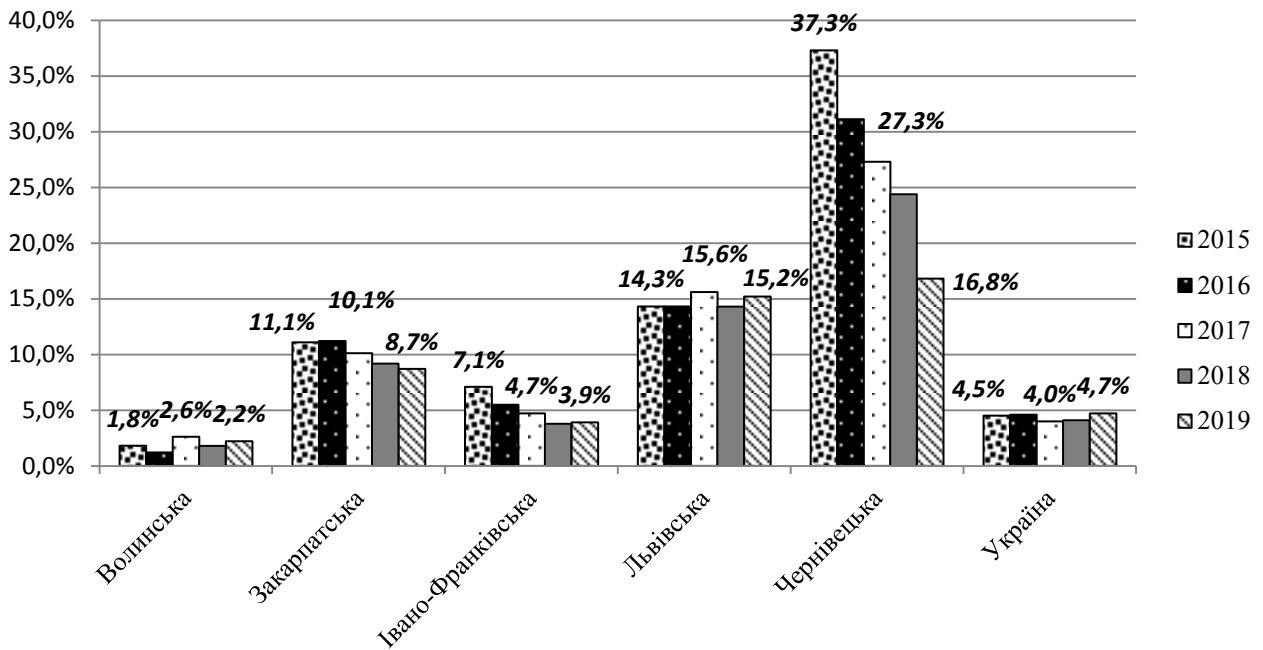


Рис. 5. Частка текстильних матеріалів, текстильних виробів (товарна група XI) та взуття, головних уборів, парасольок (товарна група XII) у загальному обсязі імпорту регіонів та України, 2015-2019 рр.

Основними партнерами України з експорту готового одягу та взуття є країни Європи, на які припадає понад 90% експорту цієї категорії (рис. 6). До топ-3 країн належать Німеччина, Румунія, Польща. На Німеччину припадає третина експорту у групі 61 та 62 (трикотажний та текстильний одяг та додаткові речі до одягу).

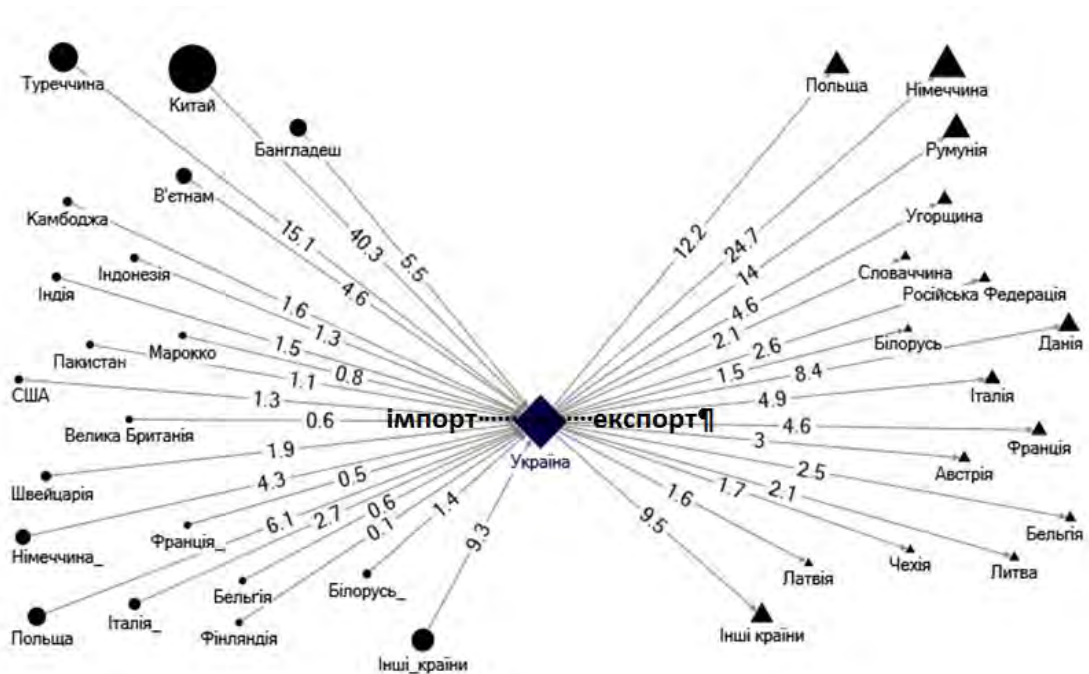


Рис. 6. Географічна структура експорту та імпорту України готового одягу та взуття (товарні групи 61-65), 2019 р. (частка відповідної країни у експорті чи імпорті готового одягу та взуття)



Географічна структура імпорту є різноманітнішою, і включає окрім країн Європи, країни Азії та Африки. Найбільшим імпортером товарних груп 61-65 для України є Китай. Його частка у 2019 р. становила 40.3%. Другим за величиною та обсягом країною-контрагентом імпорту є Туреччина (15.1%). Її частка у імпорті готового одягу та взуття зросла втричі порівняно з 2016 р. На Польщу припадало 6.1% від усього імпорту готового одягу та взуття, а четвертим за величиною є Бангладеш. Слід додати, що Китай є найбільшим імпортером у кожній з груп товарів. Причому у групі 64 (взуття, гетри та аналогічні вироби; їх частини) його частка сягнула у 2019 р. 60.2%, а для групи 65 (головні убори та їх частини) – 70.6%.

У групі 64 (взуття, гетри та аналогічні вироби; їх частини) Італія із часткою 5.1% посідає третє місце за величиною імпорту. У групі 61, що включає трикотажний одяг та додаткові речі до одягу, у топ-4 країн увійшла також Білорусь (4.12%).

Найменшою є частка Китаю у групі 63 (інші готові текстильні вироби; набори; одяг та текстильні вироби, що використовувались; ганчір'я) і становила 22,8%. У цій групі 19.7% припадало на Польщу, а 15.4% на Німеччину. До цієї групи належить і вживаний одяг, тобто товари «секонд-хенду».

Зокрема, група 63 включає 6309000000 (одяг та інші вироби, що використовувалися). Найбільший обсяг вживаного одягу ввозиться до України з Німеччини, Польщі, Швейцарії. На них у 2019 р. припадало 78,2% від усього імпорту цієї категорії. У 2016 р. Україна імпортувала 107 тис. тон вживаного одягу, а у 2019 р. обсяг становив 132 тис. тон. У 2016 р. основними країнами-призначення вживаного одягу з України були країни Азії – Йорданія та Пакистан, а у 2019 р. - країни Африки (57,8%) та Азії - (17,4%). Однак обсяг експорту цієї категорії є неспівмірний з обсягом імпорту. У 2019 р. Україна експортувала лише 3.1 тис. тон вживаного одягу та інших виробів.

***Особливістю розвитку окремих галузей промисловості прикордонних регіонів України є їх висока залежність від виробництва продукції на умовах переробки імпортованої давальницької сировини<sup>4</sup>.*** Водночас питома вага готової продукції, що виготовлена з давальницької сировини у загальному обсязі експорту товарів України є незначною, і протягом останніх 5 років (2015-2019 рр.) не перевищувала 10% (див. рис. 7).

---

<sup>4</sup> Відповідно до пп. 14.1.41 п. 14.1 ст. 14 Податкового кодексу давальницька сировина – це сировина, матеріали, напівфабрикати, комплектуючі вироби, енергоносії, що є власністю одного суб'єкта господарювання (замовника) і передаються іншому суб'єкту господарювання (виробнику) для виробництва готової продукції, з подальшим переданням або поверненням такої продукції або її частини їх власникові або за його дорученням іншій особі.

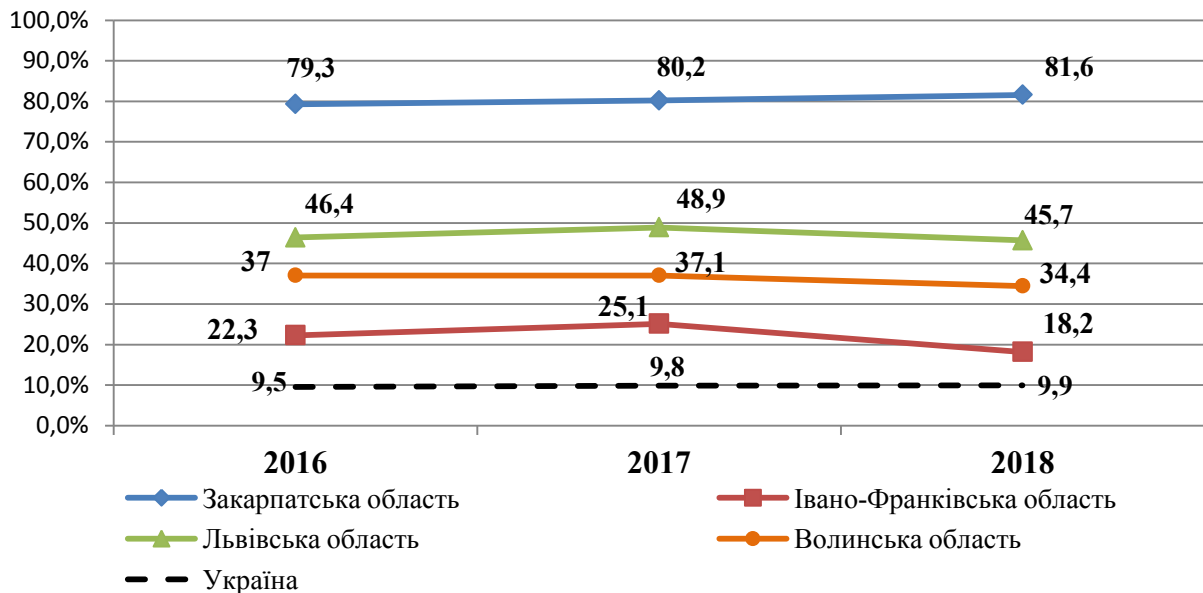


Рис. 7. Частка готової продукції, що виготовлена з давальницької сировини, у загальному обсязі експорту товарів прикордонних областей та України у 2016-2018 рр, %

**Прикордонні області України також вирізняються високою часткою готової продукції, виготовленої з давальницької сировини, у структурі експорту.** Зокрема, у товарному експорті Закарпатської області частка продукції, що вироблена з імпоротної давальницької сировини, становить близько 80% (див. рис. 8). Відповідно у глобальних ланцюгах доданої вартості за участі підприємств Закарпатської області, частка доданої вартості, створеної на території регіону, є незначною. Для Львівської області цей показник не перевищував 50%. У Волинській області питома вага готової продукції, що виготовлена з давальницької сировини, у загальному обсязі експорту не перевищувала 40%. Натомість у загальному обсязі експорту Івано-Франківської області, частка готової продукції, що виготовлена з давальницької сировини, складає близько 25%.



Рис. 8. Частка експорту готової продукції, що виготовлена з давальницької сировини, у структурі експорту Закарпатської області за відповідними товарними групами, 2016-2018 рр, %

У товарній структурі зовнішньої торгівлі Закарпатської області понад 90% експортної продукції таких товарних груп як XII. Взуття, головні убори, парасольки, XI. Текстильні матеріали та текстильні вироби, XVI. Машини, обладнання та механізми; електротехнічне обладнання, VIII. Шкури необроблені, шкіра вичищена виготовлені на давальницькій сировині.

У товарній структурі зовнішньої торгівлі Івано-Франківської області понад 90% експортної продукції таких товарних груп як XII. Взуття, головні убори, парасольки та XI. Текстильні матеріали та текстильні вироби, виготовлено із давальницької сировини. 72% імпорту давальницької сировини групи XI. Текстильні матеріали та текстильні вироби становлять синтетичні або штучні штапельні волокна, текстильні матеріали та вата. Для групи XII. Взуття, головні убори, парасольки – 100% імпорту протягом 2016-2018 рр. становила давальницька сировина для виготовлення взуття (див. рис. 9).

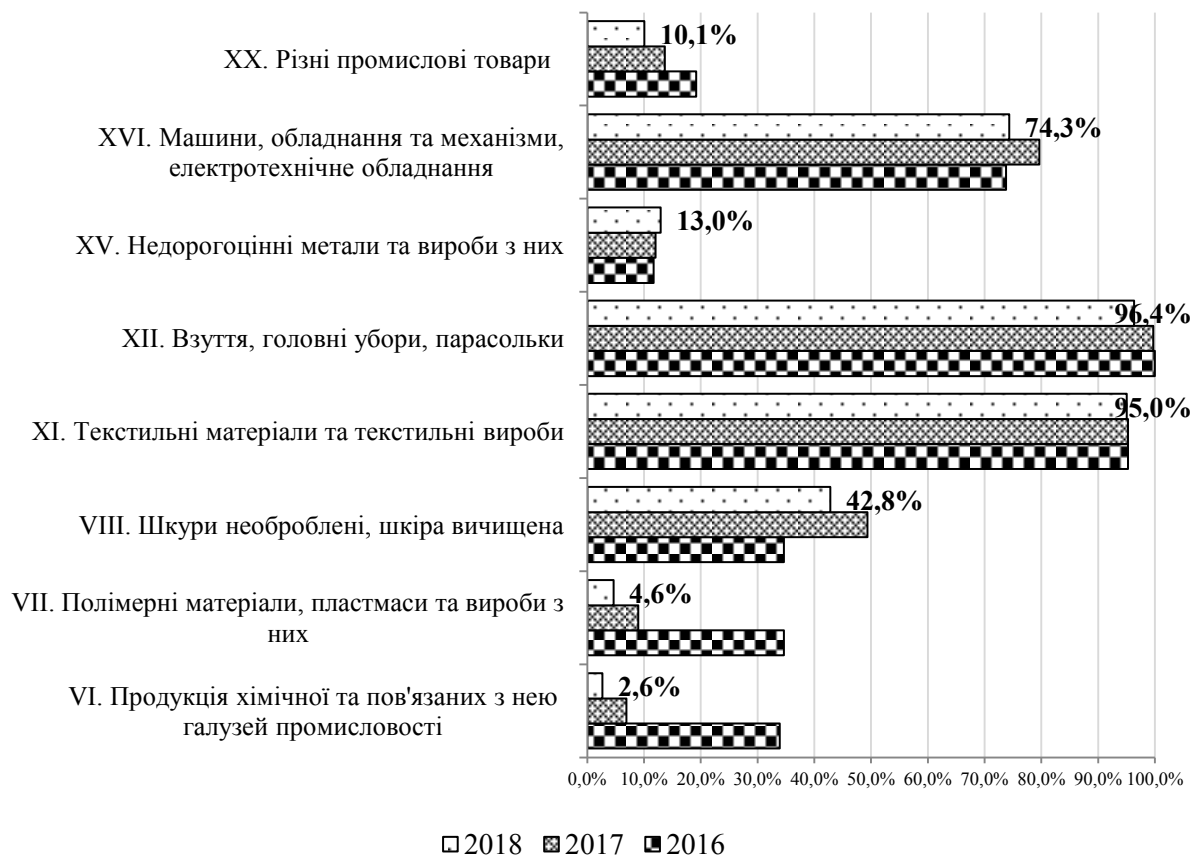


Рис. 9. Частка експорту готової продукції, що виготовлена з давальницької сировини у структурі експорту Івано-Франківської області за відповідними товарними групами, 2016-2018 рр, %

Загалом у прикордонних регіонах України експорт продукції за такими товарними групами як **XI. Текстильні матеріали та текстильні вироби та XII. Взуття, головні убори, парасольки, XVI. Машини, обладнання та механізми; електротехнічне обладнання, характеризується найвищими частками експорту готової продукції, що виготовлена з давальницької сировини. Частка такої продукції у загальному експорті може сягати 95-99%.**

Протягом 2016-2018 рр. щорічно зростали обсяги імпорту давальницької сировини Закарпатської, Івано-Франківської, Львівської та Чернівецької областей. Однак питома вага імпорту давальницької сировини у загальному обсязі імпорту товарів Львівської та Івано-Франківської областей мала тенденцію до скорочення, а Закарпатської та Чернівецької – до зростання. У Волинській області протягом досліджуваного періоду обсяги імпорту давальницької сировини, як і її частка у імпорті області залишалась стабільною.

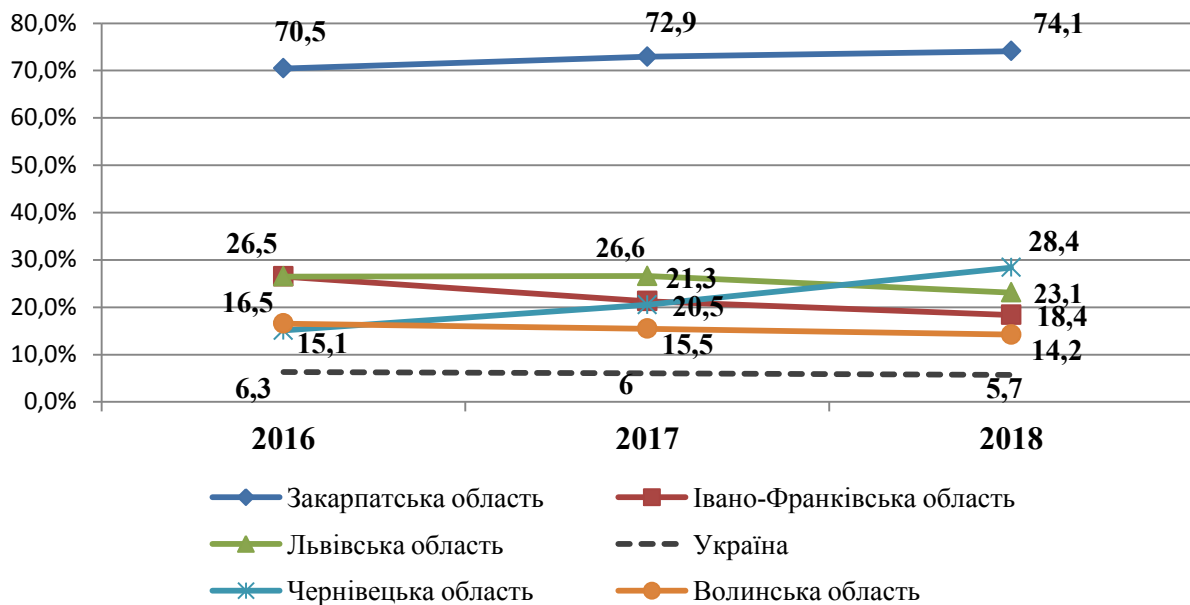


Рис. 10. Частка давальницької сировини у загальному обсязі імпорту товарів прикордонних областей та України, 2016-2018 рр., %

У 2018 р. у Закарпатській області понад 90% імпорту продукції таких товарних груп, як полімерні матеріали, пластмаси та вироби з них, шкури необроблені, шкіра вичищена, текстильні матеріали та текстильні вироби, взуття, головні убори, парасольки становила давальницька сировина. (рис. 11).

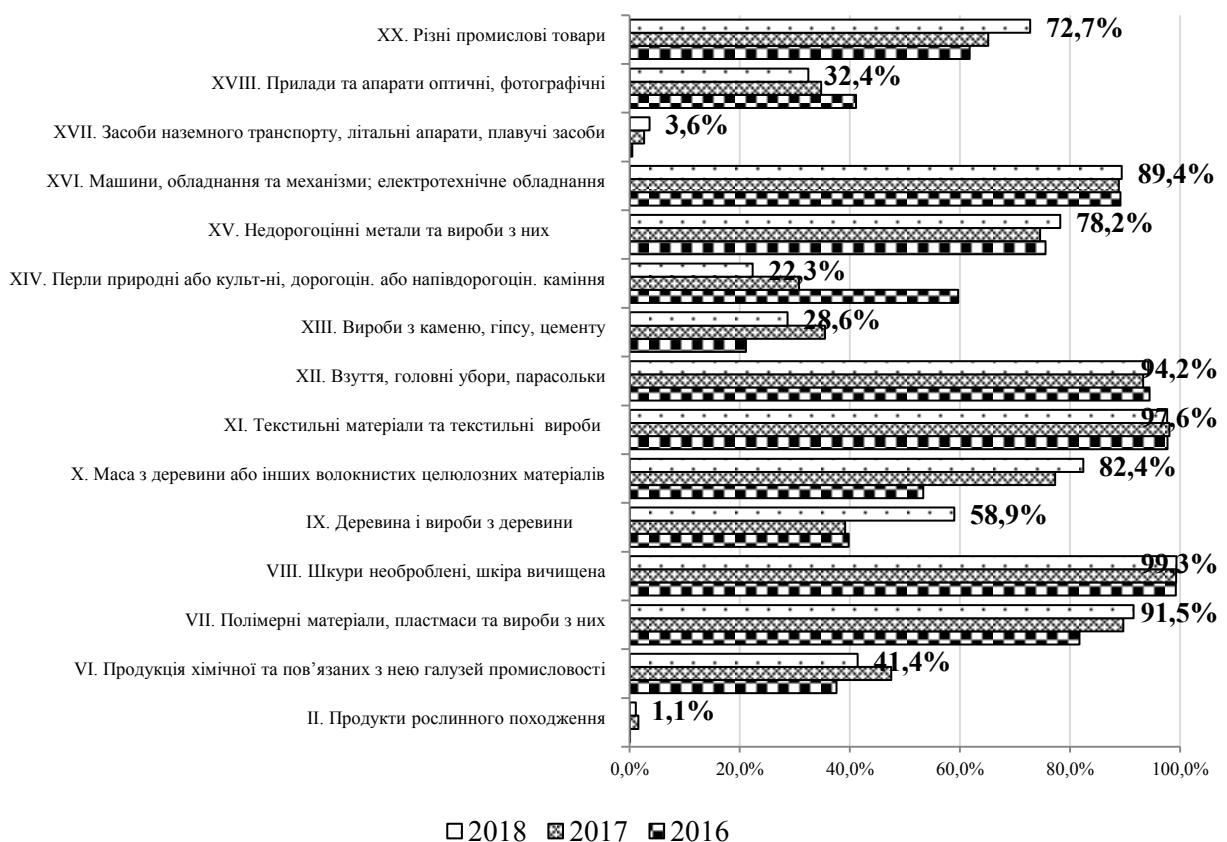


Рис. 11. Частка давальницької сировини у загальному обсязі імпорту Закарпатської області у розрізі товарних груп, 2016-2018 рр., %

*У Львівській області першу позицію за обсягом імпорту займала продукція XVI-ої товарної групи. Другу позицію – текстильні матеріали та текстильні вироби. Понад 45% вартості імпорту цієї продукції у 2018 році становила давальницька сировина для швейних підприємств Львівщини, що надходила з Європи (Німеччини, Польщі, Данії). Значними були обсяги імпорту готового одягу та інших виробів повторного використання (секонд-хенд) з Польщі, Німеччини та Швейцарії<sup>5</sup>.*

*У Івано-Франківській області понад 60% імпорту продукції таких товарних груп як шкури необроблені, шкіра вичищена, текстильні матеріали та текстильні вироби, взуття, головні убори, парасольки, становила давальницька сировина.*

---

<sup>5</sup> Зовнішня торгівля Львівської області у 2018 році: аналітична доповідь. Держстат  
Головне управління статистики у Львівській області/  
<https://www.lv.ukrstat.gov.ua/ukr/publ/2019/DP1120190301.pdf>

## АНАЛІЗ РЕЗУЛЬТАТІВ ЕКСПЕРТНОГО ОПИТУВАННЯ УКРАЇНСЬКИХ ВИРОБНИКІВ ГОТОВОГО ОДЯГУ ТА ВЗУТТЯ

До опитування долучились в основному суб'єкти малого підприємництва: 70%, в т.ч. 25% - суб'єкти мікропідприємства. Частка суб'єктів середнього підприємництва склала 30%.

Такий розподіл за суб'єктами підприємницької діяльності в цілому відповідає загальноукраїнським тенденціям розвитку легкої промисловості, яка представлена насамперед середніми та малими суб'єктами підприємництва. Понад 97% суб'єктів підприємництва є представниками малого підприємництва. Варто зауважити, що серед суб'єктів малого підприємництва переважають суб'єкти мікропідприємства. Таке співвідношення за кількістю і розміром суб'єктів підприємницької діяльності є незмінним протягом 2015-2019 рр.

83% опитаних респондентів – це виробники одягу (виробництво одягу зі шкіри, виробництво робочого, спіднього, верхнього одягу та аксесуарів, виготовлення виробів із хутра, виробництво трикотажного і в'язаного одягу, панчішно-шкарпеткового виробів тощо), і, відповідно, 17% - представники підприємств-виробників взуття, дорожніх виробів, сумок.

Половина опитаних підприємств зареєстрована у Львівській області (47%); майже третина підприємств із Харківської області (28%). Також у опитуванні взяли участь декілька підприємств із Київської, Закарпатської, Волинської, Черкаської та Одеської областей. Всі опитані підприємства мають власні виробничі потужності та розташовані переважно у областях, де юридично зареєстровані. Слід додати, що підприємства, що зареєстровані у Київській області, мають виробничі потужності у інших областях, зокрема Дніпропетровській та Чернігівській областях.

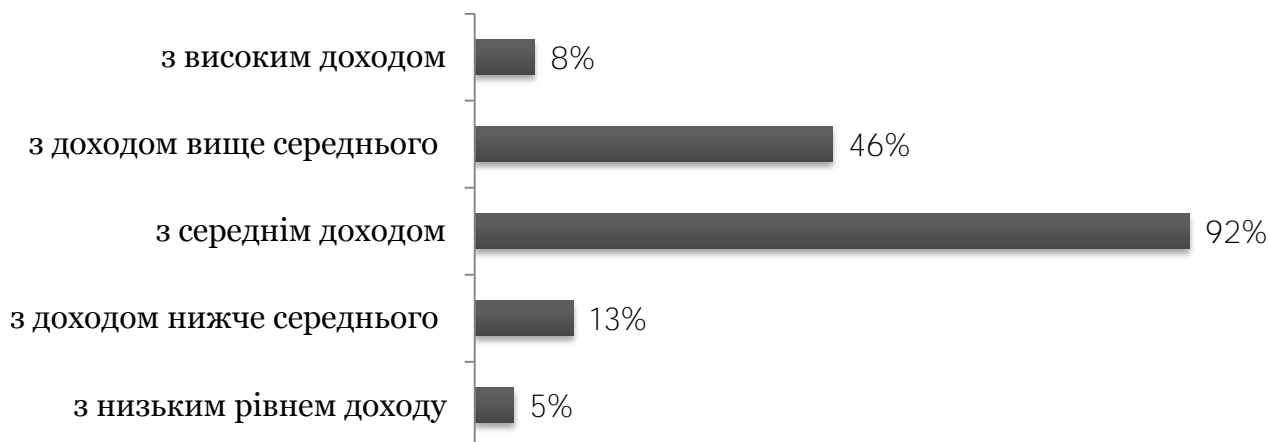
Долучені до опитування підприємства здебільшого орієнтуються на декілька сегментів ринку готового одягу одночасно. 97% підприємств виробляють продукцію для жінок, 43% - це виробники дитячого одягу, 35% - чоловічого.

Більшість підприємств орієнтуються на споживача із середнім рівнем доходу та майже половина на споживача із доходом вище середнього (див. рис. 12).

У 2019 р. середньомісячна заробітна плата одного штатного працівника становила 10497 грн. Вона коливалася від 5993 грн для зайнятих у поштової та кур'єрській діяльності до 19132 грн для зайнятих у фінансовій та страховій діяльності<sup>6</sup>. За даними вибіркового опитування домогосподарств у 2019 р. 41% міських домогосподарств та 35% сільських вважали середньодушовий грошовий дохід у розмірі понад 10000 грн. достатнім, щоб не відчувати себе бідними. Близько 28,9% міських та 24,5% сільських домогосподарств вважали достатнім

<sup>6</sup> Державна служба статистики України. Праця України у 2019 р. Статистичний збірник. Київ ТОВ "Август Трейд". 2020. URL: [http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat\\_u/2020/zb/08/zb\\_Pracia2019.pdf](http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2020/zb/08/zb_Pracia2019.pdf)

середньодушовий грошовий дохід домогосподарства у розмірі від 9000,1 - 10000,0 грн<sup>7</sup>. Грошові витрати домогосподарств на одяг та взуття із середньодушовими еквівалентними грошовими доходами у місяць від 9000 до 11000 грн коливаються від 729 грн до 769 грн на місяць. Домогосподарства із доходами від 5000,1 - 6000,0 грн витрачають в середньому 592 грн на місяць на одяг та взуття<sup>8</sup>.



**Рис. 12. Розподіл відповідей на питання: «На якого споживача, за рівнем доходу, орієнтується підприємство?»\***

\* Сума відповідей не дорівнює 100%, оскільки можна було обирати декілька варіантів

Частка витрат домогосподарств на одяг та взуття в Україні складає близько 5%. Приблизно така ж частка витрат домогосподарств характерна і для країн-членів ЄС.

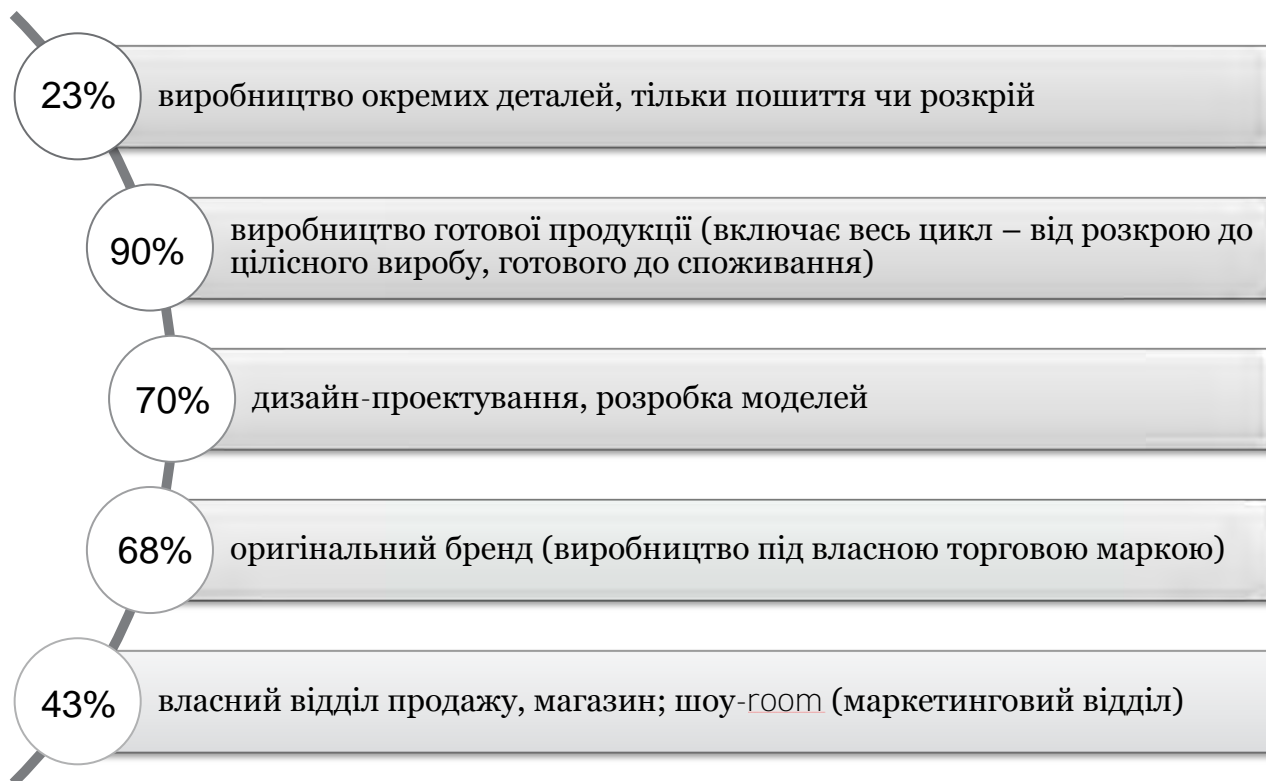
Важливою характеристикою розвитку суб'єкта підприємництва є етапи виробничого процесу, до яких він залучений.

Майже всі опитані суб'єкти підприємництва виробляють готову продукцію. Ще три чверті мають власний оригінальний бренд та займаються проектуванням та розробкою моделей. Однак менше половини мають власний відділ продажу, магазин чи шоу-рум.

<sup>7</sup> Самооцінка домогосподарствами України рівня своїх доходів (за даними вибіркового опитування домогосподарств у січні 2020 року). Статистичний збірник. Київ. 2020. URL: [http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat\\_u/2020/zb/08/zb\\_sdrsd.pdf](http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2020/zb/08/zb_sdrsd.pdf)

<sup>8</sup> Витрати і ресурси домогосподарств України у 2019 році. (за даними вибіркового обстеження умов життя домогосподарств України). Статистичний збірник. ЧАСТИНА 1. Київ. 2020. URL: [http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat\\_u/2020/zb/06/zb\\_vrd\\_19\\_ue.pdf](http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2020/zb/06/zb_vrd_19_ue.pdf)



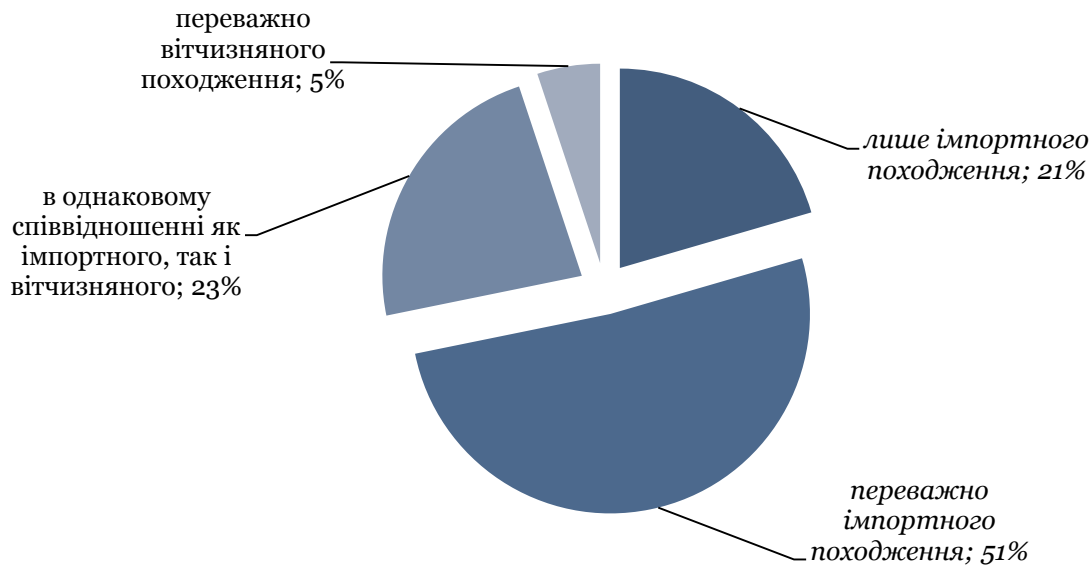


**Рис. 13. Розподіл відповідей респондентів стосовно етапів виробничого процесу, до яких вони долучені, %**

\* Сума відповідей не дорівнює 100%, оскільки можна було обирати декілька варіантів

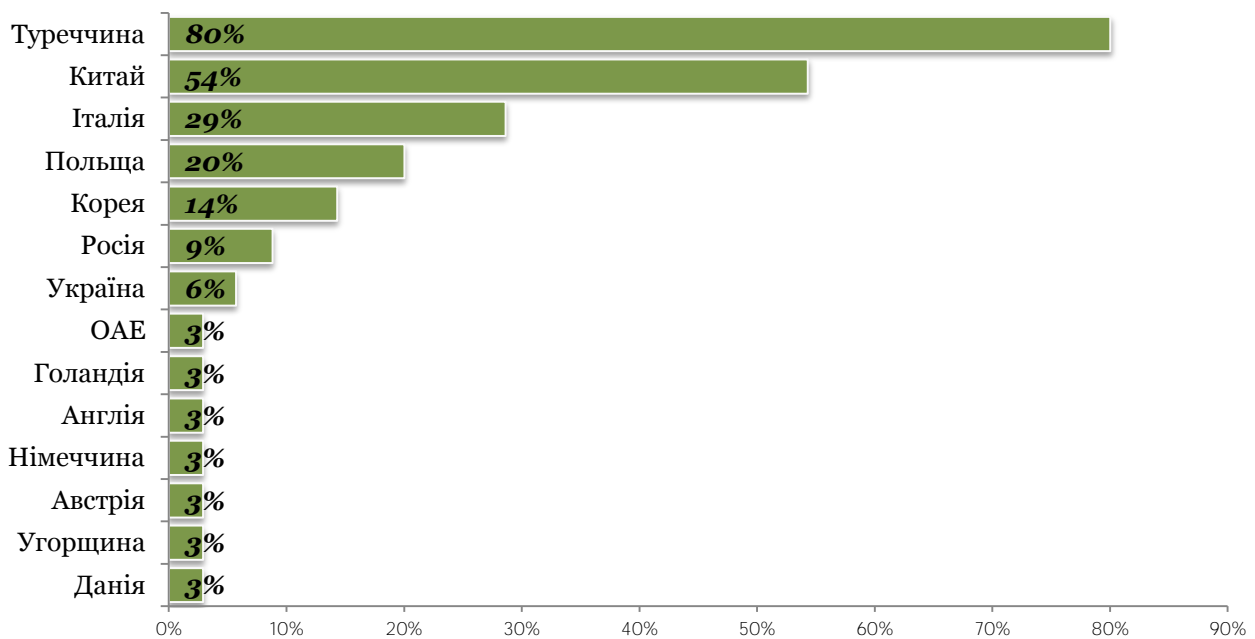
**Позитивною характеристикою є висока частка підприємств, які виробляють продукцію під власною торговою маркою та займаються дизайн-проектуванням, розробкою моделей.** Згідно Експортної стратегії України (“дорожня карта” стратегічного розвитку торгівлі) на 2017-2021 роки, схваленої розпорядженням Кабінету Міністрів України від 27 грудня 2017 р. № 1017-р, до перспективних секторів економіки для розвитку експорту належать креативні індустрії, в т.ч. легка промисловість, послуги індустрії моди та дизайну (графічний, промисловий та дизайн інтер’єру). Розвиток саме цих індустрій продукує високу додану вартість.

**Однією з загроз розвитку легкої промисловості України є висока залежність від імпоротної сировини.** Результати опитування засвідчили, що у своїй діяльності 51% підприємств використовують сировину переважно імпортного походження; 21% - виготовляють вироби виключно на імпортній сировині. Жодне підприємство не обрало варіант про сировину «лише вітчизняного походження». Україна на сьогодні немає власної розвинутої сировинної бази: вирощування бавовни і виробництво штучних волокон як основних складових у виробництві тканин.



**Рис. 14. Розподіл відповідей респондентів стосовно джерел походження сировини, %**

Згідно опитування до найбільших країн-експортерів сировини належать Туреччина, Китай, Італія та Польща.



**Рис. 15. Розподіл відповідей респондентів стосовно країн, з яких імпортується сировина, %**

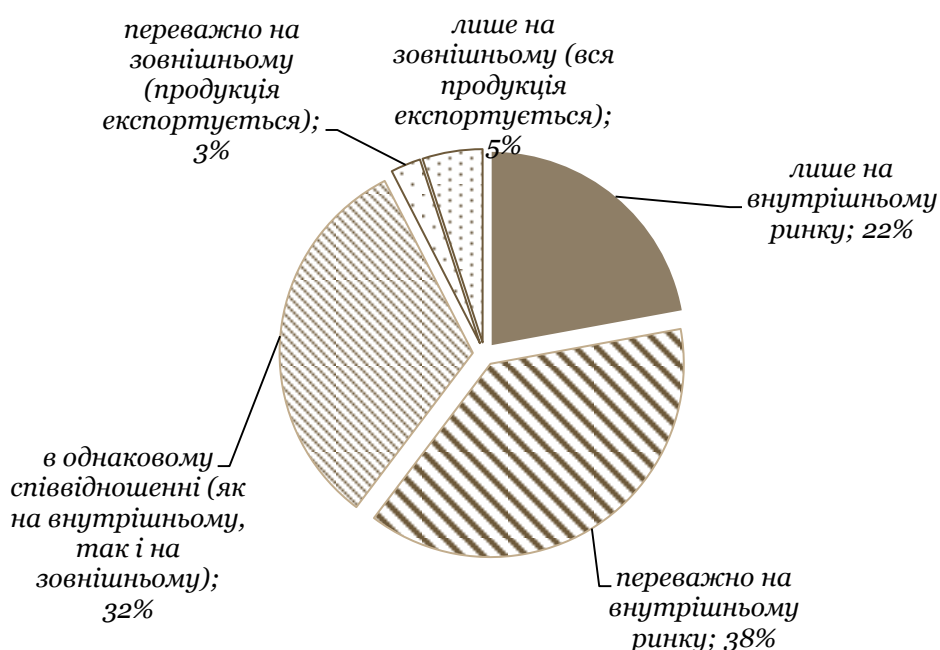
\* Сума відповідей не дорівнює 100%, оскільки можна було обирати декілька варіантів

37% підприємств зазначили, що працюють з постачальниками сировини в середньому 5 років. Ще чверть підприємств співпрацюють із основними постачальниками понад 10 років. Це свідчить про налагоджені зв'язки та контакти.



**Рис. 16. Розподіл відповідей на питання: «Скільки років Ви співпрацюєте з основними постачальниками сировини?», %**

Більшість опитаних виробників активно працюють над диверсифікацією ринків збуту своєї продукції та збувають її як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках. Водночас частка продукції, реалізованої на внутрішньому ринку, превалює. Власне ті підприємства, які орієнтувалися виключно на зовнішній ринок, значно суттєвіше відчули вплив кризи, пов'язаної із COVID-19, а деякі припинили свою діяльність.



**Рис. 17. Розподіл відповідей респондентів стосовно диверсифікації ринків збуту продукції, %**

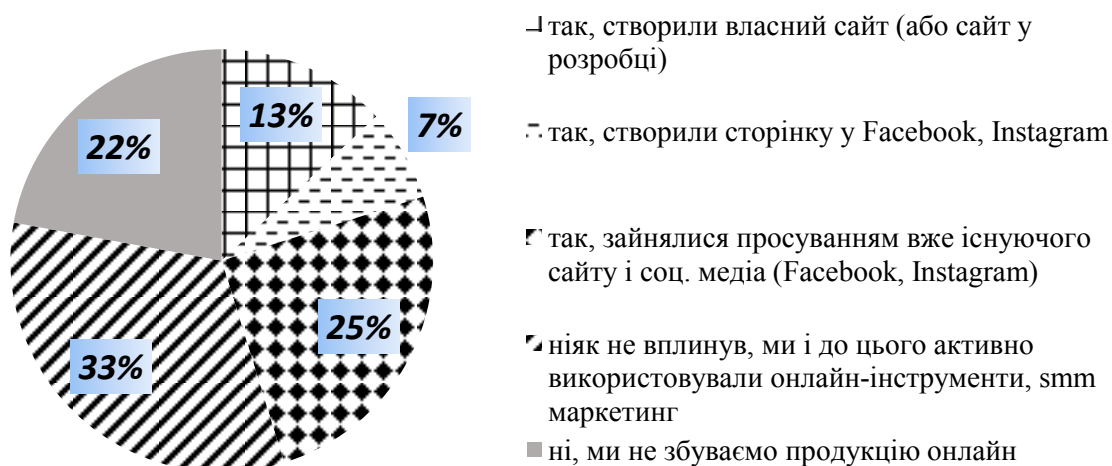
Своїми найбільшими конкурентами опитані респонденти вважають виробників аналогічної продукції в області (45%). Для третини підприємств «сірий імпорт» та виробники аналогічної продукції з інших областей України є вагомими конкурентами. Варто наголосити, що підприємства Львівщини частіше ніж підприємства із Харківської області вказували на конкуренцію з боку товарів, які завезені на територію України за заниженою ціною, тобто «сірий імпорт».



**Рис. 18. Розподіл відповідей респондентів на питання: «Для Вашого підприємства найбільшими конкурентами є?»**

\* Сума відповідей не дорівнює 100%, оскільки можна було обрати декілька варіантів

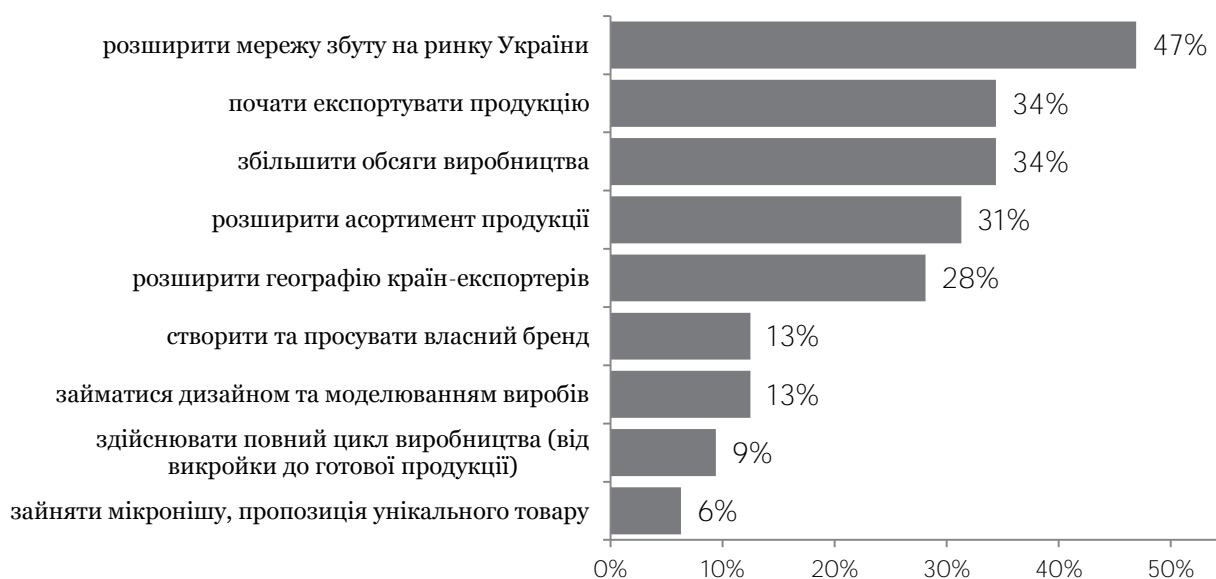
В умовах карантину частина виробників почала більш активно використовувати он-лайн канали збуту продукції. Згідно опитування більшість опитаних вже тривалий час активно використовували он-лайн інструменти, smm маркетинг, водночас кожний п'ятий виробник або створив власний сайт, або сторінку у Facebook, Instagram.



**Рис. 19. Розподіл відповідей респондентів щодо використання ними онлайн інструментів під час збуту продукції, %**

Одним із завдань проведення опитування було *оцінити перспективи розвитку підприємництва у сфері виробництва готового одягу та взуття*. На запитання «Чи плануєте Ви розширення діяльності у найближчі два-три роки?» третина опитаних зазначили, що планували розширити свою діяльність, але карантин внаслідок COVID-19 поставив під сумнів плани (36%); 10% - не планують. Варто підкреслити, що попри нестабільність та непрогнозованість розвитку ринків 54% опитаних підприємств все ж мають намір розширити діяльність у найближчі два-три роки.

Ті респонденти, які все ж планують розширити свою діяльність, здійснюватимуть це шляхом розширення мережі збуту на ринку України (47%), нарощення обсягів виробництва (34%) та урізноманітнення асортименту продукції (31%). Ще третина вказали, що мали б намір почати експортувати продукцію (34%), а чверть – розширити географію країн-експортерів (28%). Власне експортну орієнтацію, у даному дослідженні, частіше обирали підприємства, які розташовані на Львівщині, порівняно з виробниками із Харківської області. Слід додати, що оптимістичні наміри щодо розширення своєї діяльності частіше висловлювали також підприємства Львівської області, порівняно з підприємствами Харківської області.



**Рис. 20. Розподіл відповідей на питання: «Якщо Ви плануєте розширення, то зазначте яким чином?»**

\* Сума відповідей не дорівнює 100%, оскільки можна було обирати декілька варіантів

Одним із питань анкети було зазначити, яким чином місцева влада може допомогти полегшити негативні наслідки, спричинені COVID-19. Питання було відкритого типу, відтак третина респондентів не відповіли на нього. Отримані відповіді тих, хто відповів, можна об'єднати у дві групи – це інформаційно-промоційна та фінансова підтримка, що насамперед полягає у зменшенні податкового навантаження та надання податкових пільг.

*Розподіл відповідей на відкрите запитання: «Яка допомога від місцевої влади, сприятиме виходу Вашого підприємства із кризи, що пов'язаної із COVID-19?» (відкрите питання)*

Варіанти відповіді	%
<i>без відповіді/пропущені</i>	33%
<b><i>інформаційно-промоційна підтримка</i></b>	<b>18%</b>
<b><i>зменшення податкового навантаження, податкові пільги</i></b>	<b>15%</b>
допомога при сплаті оренди і податків	5%
зробити систему замовлень на виробництво	5%
організація торгових місій	5%
важко сказати/не знаю	5%
жодна допомога від місцевої влади не потрібна	5%
відшкодування участі у виставках міжнародних	3%
достатньо буде просто не закривати усіх	3%
надання приміщення в оренду чи купівля за доступною ціною	3%
оборотні кошти, часткова компенсація по заробітній платі працівників	3%

Також респонденти повинні були зазначити, якої допомоги вони очікують від місцевої влади для розвитку їх підприємства. Близько половини опитаних зазначили, що *вагомою підтримкою зі сторони місцевої влади буде сприяння участі у виставках, фестивалях, ярмарках в сусідніх країнах-членах ЄС (Польщі, Словаччині, Угорщині, Румунії) шляхом співфінансування чи часткового відшкодування витрат участі у міжнародних виставках, торговельних місіях*. Така підтримка є актуальною для виробників, які вже експортують свою продукцію або мають намір вийти на міжнародні ринки. Водночас, для тих, хто орієнтується на внутрішнього споживача, більш актуальними є *питання виділення торгових площ, центрів для національних виробників (40%) та їх промоція в регіоні (38%)*.



**Рис. 21. Розподіл відповідей респондентів стосовно допомоги місцевої влади, яка би сприяла розвитку підприємництва, %**

\* Сума відповідей не дорівнює 100%, оскільки можна було обирати декілька варіантів

\*\* Інвестиції, а загалом наразі влада тільки створює перешкоди; ніякої, тільки заважає; важко сказати; сприяти у експорті товарів за кордон, хоча б Молдова, Румунія; сприяння участі у виставках за кордоном шляхом співфінансування хоча б 70%/30%

Аналіз відповідей зазначених питань засвідчив певне скептичне ставлення підприємців до влади та недовіра до державної політики у плані підтримки та стимулювання розвитку місцевих виробників легкої промисловості. Зокрема, це відображено у таких коментарях «а загалом наразі влада тільки створює перешкоди», «ніякої, тільки заважає», «жодна допомога від місцевої влади не потрібна», «достатньо буде просто не закривати усіх». Така ситуація потребує налагодження тісного діалогу «влада-підприємці».

На запитання «До яких форм співробітництва Ви долучені» дві третини опитаних підприємств зазначили, що не долучені до жодної форми співробітництва; 26% - входять до кластерного об'єднання, 21% - підрядне виробництво, 3% є представниками спільного підприємства. У проведеному дослідженні шість підприємств є представниками і підрядного виробництва, і кластера одночасно.

Формування і розвиток кластерних утворень та ініцітив сприятиме нарощенню виробничого потенціалу галузі, збільшенню кількості робочих місць, підвищенню рівня оплати праці, виходу на міжнародні ринки, пошуку потенційних партнерів та інвесторів. На сьогодні в Україні зареєстровано сім кластерів у галузі легкої промисловості.

Дослідження також передбачало оцінку перспектив розвитку в Україні в найближчі 5 років власного виробництва тканин з певного виду сировини. Як бачимо із таблиці 2 льон та конопля, на думку підприємців, є перспективними для виробництва тканин в Україні.

Таблиця 2

**Оцінка перспектив розвитку виробництва тканин в Україні у найближчі 5 років, %**

<i>сировина</i>	Так	Ні	Не знаю/ важко відповісти
Льон	70%	0%	30%
Конопля	52%	3%	45%
Кропива	32%	8%	60%
Кукурудза	5%	10%	85%
Соя	5%	10%	85%
Бамбук	25%	5%	70%
Мох	3%	10%	87%
Водорості	8%	10%	82%

Попит на тканини з льону, а також пряжу та лляні волокна за останні роки в Україні не є стабільним. Імпорт цих категорій то стрімко збільшується, то вдвічі скорочується залежно від року. Однак, вартісний еквівалент імпорту тканин з льону зріс. У 2013 р. 1 т нетто тканини з льону імпортували за 6.6 тис. дол США, а у 2019 р. - за 9,9 тис. дол США.

Таблиця 3

**Обсяг імпорту сировини та тканин з льону, 2013-2019 рр.**

рік	Тканини з льону		Пряжа лляна		Волокно лляне, непрядене; пачоси та відходи льону	
	Вартість, тис. дол США	вага нетто, т	Вартість, тис. дол США	вага нетто, т	Вартість, тис. дол США	вага нетто, т
2013	8792	1339	114	30	274	131
2014	6263	827	143	41	211	81
2015	6417	1212	44	10	119	100
2016	6563	1235	169	36	112	52
2017	5584	810	43	10	127	46
2018	5422	769	79	12	157	68
2019	5449	545	75	23	140	35

Джерело: дані ДФС<sup>9</sup>

За останні п'ять років (2015-2019 рр.) сальдо торговельного балансу за категорією «волокно лляне, непрядене; пачоси та відходи льону» є позитивним. Основні країни призначення експорту – Китай, Бельгія, Польща, Литва. Водночас

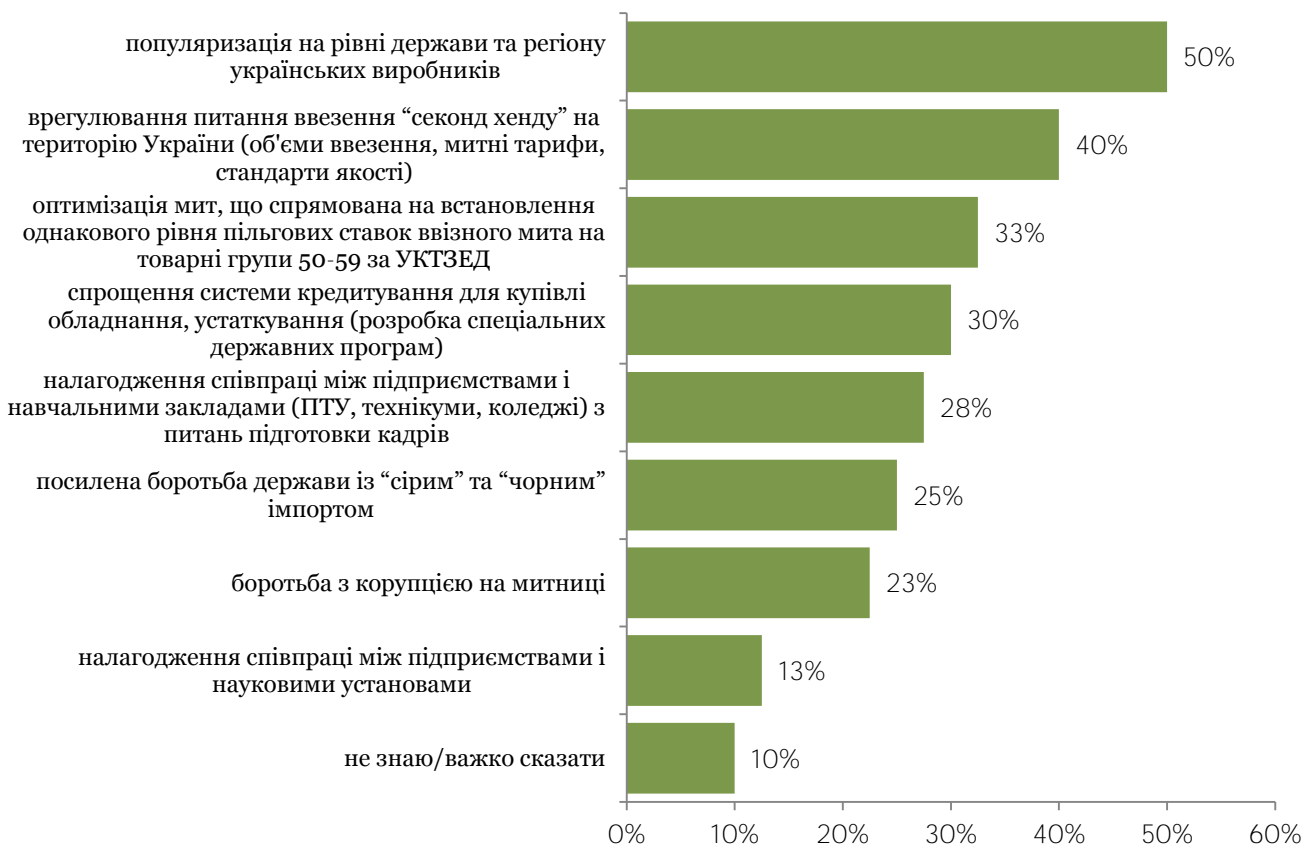
<sup>9</sup> Сумарний обсяг імпорту та експорту у розрізі товарних позицій за кодами УКТЗЕД. URL: <http://sfs.gov.ua/ms/f11>



сальдо торговельного балансу за категоріями тканин з льону та лляної пряжі є негативним. В основному імпорт тканин з льону йде з Російської Федерації, Білорусь, Італія, Польща. Водночас Україна експортує тканини з льону до Німеччини, Нідерландів, Франції, Бельгії, Румунії, Молдови.

Посівні площі льону-довгунця в Україні у 2015 р. становили 2 тис га, а у 2019 р. вже 1 тис га<sup>10</sup>. Водночас вкладення інвестицій у вирощування та виробництво власної тканини з льону у довгостроковій перспективі дозволить, по-перше, наростити обсяги експорту тканин з льону, по-друге, сприятиме розвитку власної сировинної бази для виробництва одягу.

Одним із питань дослідження було «Які з зазначених кроків дали б суттєвий поштовх для розвитку Вашої галузі?» **Половина опитаних вказали, що саме популяризація та підтримка на рівні держави та регіону українських виробників стане тим кроком, який дасть поштовх до розвитку галузі. Наступним за важливістю кроків є врегулювання питання ввезення «секонд хенду» на територію України (40%). Третина опитаних вважає, що оптимізація мит, що спрямована на встановлення однакового рівня пільгових ставок ввізного мита на товарні групи 50-59 за УКТЗЕД.**



**Рис. 22. Розподіл відповідей респондентів щодо основних заходів, які сприятимуть розвитку легкої промисловості, %**

\* Сума відповідей не дорівнює 100%, оскільки можна було обирати декілька варіантів

<sup>10</sup> Державна служба статистики України. Сільське господарство України за 2019 рік. Статистичний збірник. Київ. 2020. URL: [http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat\\_u/2020/zb/09/zb\\_sg\\_Ukr\\_2019.pdf](http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2020/zb/09/zb_sg_Ukr_2019.pdf)

У листопаді 2020 р. Уряд схвалив розроблений Міністерством фінансів спільно з Держмитслужбою та профільною асоціацією «Укрлегпром» проект Закону «Про внесення змін до розділу XI Митного тарифу України щодо уніфікації ставок ввізного мита на товари легкої промисловості». Законопроект передбачає перегляд (уніфікацію) ставок ввізного мита на товари легкої промисловості груп 50-59. Наразі очікується розгляд законопроекту Верховною Радою<sup>11</sup>.

## ВИСНОВКИ

Підприємства-виробники готового одягу та взуття, які взяли участь у опитуванні це переважно представники малих і середніх підприємств. Більшість з них займаються виробництвом одягу. Виробники одягу та взуття намагаються диверсифікувати ринки збуту своєї продукції та виробляють свою продукцію одночасно для різних сегментів споживачів (як за статтю, так і за рівнем доходу).

Легка промисловість прикордонних регіонів України володіє значним потенціалом розвитку: до 2019 р. включно вона демонструвала позитивні темпи нарощення обсягу виробництва; частки зайнятих та виробництва у цій сфері відносно всієї переробної промисловості є вагомими порівняно з іншими регіонами; характеризується історично сформованими передумовами розвитку – традиції швейного виробництва збереглися у великих містах Києві, Львові, Харкові та ін.; прикордонне розміщення є відчутною конкурентною перевагою при виході на зовнішні ринки; існуюча система підготовки кадрів потребує кардинальних змін відповідно до сучасних ринкових вимог.

На сьогодні можна виділити три основні центри, у яких сконцентровано основну частку виробництва продукції легкої промисловості – Львівська, Харківська області та м. Київ.

Відчутними перешкодами у розвитку легкої промисловості є висока залежність від імпорту сировини. У своїй діяльності 51% підприємств використовують сировину переважно імпортного походження. Найбільшим постачальником сировини є Туреччина (80%), друге місце належить Китаю (54%). Третина підприємств використовують тканини з Італії, трохи менше чверті з Польщі. Нагальною є розробка цілеспрямованої політики розвитку власної сировинної бази, у першу чергу – це льон та вовна.

Пандемія відкрила нові можливості для розвитку легкої промисловості у прикордонних регіонах України: більш активно почали використовувати нові інструменти збуту та можливості виходу на зовнішні ринки завдяки позиціонуванню товарів «вироблено не у Китаї», близькість до європейських ринів та можливість доставки за два-три дні.

---

<sup>11</sup> Кабмін схвалив внесення змін до Митного тарифу для сприяння розвитку легкої промисловості України. URL: <https://ukrlegprom.org/ua/news/kabmin-shvalyv-vnesennya-zmin-do-mytного-taryfu-dlya-spryannya-rozvytku-legkoyi-promyslovosti-ukrayiny/>

Половина виробників мають намір розширити свою діяльність у найближчі два-три роки шляхом розширення мережі збуту на ринку України. Відтак, сприяння у виділенні торгових площ чи центрів для національних виробників, промоція, реклама в регіоні, надання преференцій при сплаті орендної плати стане відчутною допомогою від місцевої влади. Для тих, хто експортує, або має намір експортувати продукцію важливим буде сприяння участі таких підприємств у виставках, фестивалях, ярмарках за кордоном.

Підприємства-виробники готового одягу та взуття зазнали відчутного негативного впливу пандемії, пов'язаної з COVID-19. Це відобразилося у намірах підприємців розширити свою діяльність, адже для третини опитаних карантин внаслідок COVID-19 поставив під сумнів такі плани. Щодо підтримки місцевої влади, то виробники очікують насамперед на інформаційно-промоційну та фінансову підтримку (зменшення податкового навантаження та надання податкових пільг).

Для вітчизняних виробників найбільш відчутною є конкуренція зі сторони секонд-хенду, сірого імпорту.

Перспективними напрямками розвитку виробників у сфері готового одягу та взуття є дизайн, бренд, маркетинг, де створюється вища додана вартість порівняно з ланкою виробництва.

Серйозним викликом подальшого розвитку легкої промисловості стане підписання Угоди про зону вільної торгівлі між Україною та Туреччиною.

Розвитку легкої промисловості України, на думку опитаних, сприятиме популяризація та підтримка на рівні держави та регіону українських виробників, врегулювання питання ввезення «секонд хенду», оптимізація мит на товарні групи 50-59 за УКТЗЕД.

Відчутним поштовхом для розвитку галузі легкої промисловості стане прийняття Закону про внесення змін до розділу ХХ "Перехідні положення" Податкового кодексу України щодо стимулювання цифровізації та інвестиційної привабливості підприємств легкої промисловості (2508 від 28.11.2019), яким передбачалось звільнення від оподаткування: податок на додану вартість операцій із ввезення на митну територію України підприємствами легкої промисловості обладнання та запчастин до нього, в тому числі передача їх до статутного фонду підприємств для здійснення цифровізації, підвищення продуктивності, удосконалення і реконструкції виробництва; прибуток, отриманий від основної діяльності підприємств легкої промисловості, а вивільнені кошти (суми податку, що не сплачуються до бюджету та залишаються в розпорядженні платника податку) використовувати на збільшення обсягів виробництва, капітальних інвестицій, упровадження інноваційних технічних і технологічних перетворень виробництва, смарт-технологій, або повернення кредитів, використаних на зазначені цілі.