

УДК 339.14 (470.315)

**ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА
ТЕКСТИЛЬНЫХ ТОВАРОВ (НА ПРИМЕРЕ ИВАНОВСКОЙ ОБЛАСТИ)**

**PROBLEMS OF CONSUMER MARKET
TEXTILE GOODS (FOR EXAMPLE IVANOVSKOY REGION)**

Н.В. АНДРЕЕВА, Е.Н. ВЛАСОВА
N. V. ANDREYEVA, E.N. VLASOVA

(Владимирский государственный университет
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых,
Ивановский государственный политехнический университет. Текстильный институт)
(Vladimir State University named after Alexander and Nikolai Stoletovs;
Ivanovo State Polytechnical University. Textile Institute)
E-mail: nv-andreeva@yandex.ru; VlasovaEN-ivanovo@mail.ru

В статье рассматриваются проблемы потребительского рынка. Потребительский рынок страны обеспечивает своей продукцией все отрасли и сферы человеческой деятельности. Одной из основных проблем потребительского рынка является несовершенство управления как на уровне региона, так и в отдельном хозяйствующем субъекте. В современных условиях актуальной является задача повышения эффективности потребительской деятельности в России и эффективности управления процессами при формировании текстильно-промышленного кластера Ивановской области.

In article problems of the consumer market are considered. The consumer market of the country provides with the production all branches and spheres of human activity. One of the main problems of the consumer market is imperfection of management, both at the level of the region, and in the certain managing subject. In modern conditions the problem of increase of efficiency of consumer activity in Russia and effective management of processes when forming a textile and industrial cluster of the Ivanovo region is actual.

Ключевые слова: потребительский рынок, текстильный кластер, текстильная продукция, конкурентоспособность.

Keywords: consumer market, textile cluster, textile production, competitiveness.

Потребительский рынок страны обеспечивает своей продукцией все отрасли и сферы человеческой деятельности. В условиях экономических реформ наблюдается спад производства во всех сферах деятельности. Так, за период с 1990 по 1995 гг. наблюдался спад выпуска натуральных тканей в общем объеме почти в пять раз и падение производства готовой продукции. Самое значительное снижение объемов производства наблюдалось при производстве товаров из кожи почти в 15 раз.

В 2000-е годы в отраслях легкой промышленности отмечалась положительная динамика роста. Исключение составляли изделия из кожи, выделка и крашение меха, производство меховых изделий, производство которых сократилось до уровня 1995 года. Эти факты привели к снижению численности работников в легкой промышленности. За период с 2005 по 2013 гг. численность работников текстильной промышленности сократилась в 3 раза, а в кожевенной отрасли и в сфере производства одежды из текстиля – в 1,5 раза. В настоящее время численность работников отрасли снижается в среднем на 3...4% в год [1].

Следует отметить низкий уровень оплаты труда в отрасли, что на 50 % ниже среднероссийского уровня заработной платы. Тяжелые условия труда связаны со спецификой текстильной отрасли и не позволяет обеспечить приток молодежи. По уровню производительности труда легкая промышленность уступает другим отраслям: лесной и деревообрабатывающей, обрабатывающим производствам в 1,5 раза [1].

По данным Минпромторга России 50% оборудования работает более 15 лет. Средний уровень использования производственных мощностей не превышает 70%, а при производстве шерстяных и льняных тканей снизился до уровня 20...25%. Размер инвестиционной активности невысокий и находится в пределах

1/2 до 2/3, что свидетельствует о нежелании участников рынка инвестировать в отрасль.

Анализ импортозамещающей составляющей показал, что она значительна как по сырью, так и по машинам и оборудованию. В Россию ввозится 100% хлопкового сырья, 85% шерсти. Доля импорта хлопчатобумажных тканей – 15%, шерстяных тканей около 60%, 95% шелковых тканей. Импорт швейных изделий составляет 83%, а импорта обуви – 86% [1].

Экспорт одежды из текстиля и обуви составляет 5% от объема производства. Из вышеобозначенных проблем очевидно, что текстильные предприятия имеют достаточно высокую рентабельность, но без притока инвестиций. В этой связи целесообразно сформировать кластер предприятий, которые работают на локальных и неконкурентных рынках.

В современных условиях актуальной является задача повышения эффективности потребительской деятельности в России и эффективности управления процессами при формировании текстильно-промышленного кластера Ивановской области.

В Ивановской области необходимо осуществить модернизацию и техническое перевооружение предприятий текстильно-промышленного профиля для повышения конкурентоспособности региональных производителей и качества произведенной продукции за счет показатели уровня развития конкуренции. В связи с этим следует повысить эффективность управления процессами при формировании текстильно-промышленного кластера не только в краткосрочном, но и в среднесрочном и долгосрочном периодах. Потребительский рынок является важной сферой обеспечения необходимого уровня жизни населения Ивановской области. Анализ основных показателей состояния потребительского

рынка товаров области за период с 2000 года и по настоящее время показывает высокую инвестиционную привлекательность и положительную динамику его развития. В структуре товарооборота потребительского рынка Ивановской области на долю розничной торговли приходится более 50%. В последние годы выявлены устойчивые тенденции роста товарооборота розничной торговли.

Социально-экономическое развитие региона за I квартал 2013 года характеризуется следующими позитивными тенденциями: оборот розничной торговли вырос на 7,7%, оборот общественного питания – на 6,6%, объем платных услуг, оказанных населению области, – на 6%, реальные располагаемые денежные доходы населения – на 8,3%. За 2 месяца 2013 г. среднемесячная номинальная заработная плата выросла на 15,4%, реальная заработная плата – на 6,8% [3].

Однако сократилось число зарегистрированных индивидуальных предпринимателей в связи с принятием Федерального закона от 03.12.2012 №243-ФЗ [4], увеличившего с 01.01.2013 года вдвое размер страховых взносов в Пенсионный фонд России для индивидуальных предпринимателей. Это может вызвать уход бизнеса в тень и рост теневых зарплат, что повлияет на снижение конкурентоспособности реализуемой продукции и доходов бюджета.

За I квартал 2013 года индекс промышленного производства области вырос по 8 видам деятельности из 13, большой рост (на 6,1%) отмечается в текстильном и швейном производствах. Основная доля промышленного производства (62,3%) приходится на предприятия легкой промышленности и машиностроительного комплекса. Основу экономического потенциала Ивановской области традиционно составляют предприятия текстильной и легкой промышленности. В январе-марте 2013 г. текстильными предприятиями региона выпущено 277,5 млн. м² тканей (102,2% к предыдущему году), в том числе хлопчатобумажных – 263,8 млн. м² (102,8%), синтетических – 1,7

млн. м² (104,3%), нетканых материалов – 10,9 млн. м² (111,9%).

Правительство области стремится развивать потенциал текстильной отрасли путем создания текстильного кластера. Его создание стало инновационным проектом модернизации отечественной текстильной промышленности. Формирование текстильно-промышленного кластера Ивановской области ведется по следующим направлениям: формирование потребительских предпочтений в регионе; развитие профессионального образования; защита прав интеллектуальной собственности, реализация инфраструктурных и инвестиционных проектов; создание благоприятных экономических условий.

Стратегическая программа текстильного кластера области состоит из двух этапов: 2008...2015 гг. – переход к выпуску продукции из химического волокна и разработка нового ассортимента изделий; 2015...2020 гг. – выпуск инновационной продукции с большой долей добавленной стоимости и рост экспорта продукции из химических волокон.

На первом этапе реализации ведется модернизация и техническое перевооружение текстильных предприятий Ивановской области, прослеживается ориентация производств на выпуск продукции специального назначения (специальная и рабочая одежда), изделий домашнего текстиля, медицинского профиля.

Участниками ивановского текстильного кластера являются мелкие специализированные швейные предприятия и крупные текстильные холдинги, которые контролируют весь технологический цикл: поставки хлопка в Россию, производство тканей и швейных изделий, сбыт постельного белья и одежды.

Среди крупнейших предприятий текстильной промышленности области можно отметить следующие: ОАО ХБК "Шуйские ситцы", ООО "ХБК "Навтекс", ЗАО "Кинешемская ПТФ", ООО Отделочная фабрика "Возрождение", ОАО "Фурмановская прядильно-ткацкая фабрика № 2", ООО ТК "Красная Талка", ООО "Ивановская текстильная компания", ООО "ПП "Красный

Октябрь", ООО "Фурмановская ткацкая фабрика № 1", ООО "ТК "Тейковский ХБК", ООО "Ветка-Текстиль", ООО "Родники-Текстиль".

Для изготовления одежды швейные предприятия используют бытовые хлопчатобумажные ткани, различающиеся по плотности, ширине и другим характеристикам. Из этих тканей изготавливают и другие изделия домашнего текстиля (постельное белье, скатерти и полотенца), а также рабочую и медицинскую одежду. Основным промышленным ассортиментом области представлены следующими видами тканей: миткаль, бязь, фланель, полотенецная ткань и сатин. Отделочные производства области выпускают гладкокрашенные и набивные ткани с различным видом отделок.

Текстильные предприятия области в среднем производят 6...8 групп хлопчатобумажных тканей. В структуре их ассортимента преобладает бязь (45% в нату-

ральном выражении), велика доля платьевой группы (15%). Наименьший удельный вес в объеме выпуска занимают технические ткани (1%). Обновление промышленного ассортимента в основном происходит за счет смены колористического решения и рисунка тканей. В связи с этим можно отметить низкие уровни коэффициентов широты и обновления промышленного ассортимента тканей.

Среди крупных швейных предприятий области можно выделить следующие: ОАО "Полет", ОАО Швейная фирма "Айвенго", ООО "Ланцелот", ООО "Бисер", ЗАО "ЮНИСТАЙЛ ХОЛДИНГ", а также предприятия малого и среднего предпринимательства. В январе-марте 2013 года швейными предприятиями области выпущено одеял и пледов – 1172,2 тыс.шт., что составило 147,9% к предыдущему году, белья постельного – 11,8 млн. шт. (рост 116,7%), трикотажных изделий – 2315,9 тыс.шт. (рост 117,7%) [3].

Т а б л и ц а 1

№ п/п	Название показателя	2010 г.	2011 г.	2012 г.
1	Индекс потребительских цен не выше среднероссийского (к аналогичному периоду с начала предыдущего года), %	107,5...108,5	108,2...109,0	107,6...108,3
2	Доля продукции, произведенной малыми предприятиями, в общем объеме валового регионального продукта, %	14,5	14,9	15,0
3	Доля среднесписочной численности работников (без внешних совместителей) малых и средних предприятий в среднесписочной численности работников (без внешних совместителей) всех предприятий и организаций, %	22,9	23,2	23,4
4	Количество малых и средних предприятий в расчете на 1 тыс. человек населения области, %	7	8	8
5	Количество действующих рынков, ед.	18	19	21
6	Количество ярмарок, ед.	48	50	52

Наибольшие объемы иностранных инвестиций были направлены в обрабатывающие производства, оптовую и розничную торговлю. В 2013 году развитие сферы розничной торговли в области характеризуется стабильной положительной динамикой. Оборот розничной торговли насчитывает 30,4 млрд. рублей, что в сопоставимых ценах на 7,7% больше, чем за I квартал 2012 года. Оборот розничной торговли непродовольственными товарами вырос на 4,7% в сопоставимых ценах к ян-

варю-марту 2012 года. Удельный вес непродовольственных товаров в общем объеме оборота розничной торговли насчитывает 49,6%.

Как инструмент развития конкуренции, в Ивановской области совершенствуется система государственного заказа, которая предусматривает создание системы электронных торгов, обеспечение равного доступа к ним всех субъектов. В связи с этим информационные технологии занимают важное место в области автоматиза-

ции процессов закупок. В табл. 1 представлены показатели уровня развития конкуренции в Ивановской области за последние годы [5].

Доля продаж на розничных рынках и ярмарках в анализируемом периоде составила 5 % от общего объема оборота розничной торговли, а удельный вес сетевых торговых структур вырос до 22,3%. Рост оборота розничных продаж объясняется увеличением пенсионных выплат с 1 февраля 2013 года. Положительная динамика товарооборота определяется и увеличением торговых площадей при открытии новых торговых предприятий. На 1 апреля 2013 года обеспеченность населения области торговыми площадями увеличилась за три месяца на 6 м² и достигла 647 м² на 1000 жителей. Росту товарооборота также способствует приток покупателей из Владимирской, Ярославской, Костромской, Вологодской, Московской областей и других соседних регионов. Жители указанных областей приезжают за текстильными и швейными товарами в крупные торговые центры Ивановской области: "РИО", "Текстиль-Профи", "Текстиль-Макс", "Текстиль-Град", "Серебряный город".

В ходе проведенного социологического исследования в указанных торговых центрах был выявлен основной сегмент покупателей тканей в Ивановской области. Это индивидуальные предприниматели (63%), женщины в возрасте от 36 до 45 лет. Главным критерием при выборе ткани является качество.

Предприниматели в среднем покупают ткани раз в неделю – 34%, для домашнего использования рядовыми потребителями ткани покупаются в основном раз в год. При покупке тканей 26% респондентов ответили, что для них важнее уровень цены, а 74% выделили качественные показатели, причем для многих качество взаимосвязано с конкретным производителем.

Больше предпочтений потребители отдают тканям с детскими рисунками (22%), абстрактными (18%) и растительными (14%). За одну покупку чаще приобретается до 10 м (37% покупателей) и до 30 м (26% покупателей). Такой большой объем разо-

вой покупки объясняется тем, что ткань используется в основном для пошива комплектов постельного белья. До 3 м тканей покупают только 9 % респондентов.

В большем объеме приобретается бязь (28%) и фланель (15%), в меньшем – байка (3%). Пользуются спросом у населения региона отбеленные ткани – 29%, суровые – 17%, суровые с темными просновками – 11%. В ходе исследования установлено, что чаще покупаются ткани шириной 150, 220 и 167 см, так как они более удобны при раскрое. Реже покупают узкие ткани шириной 45 см (2%), которые используются для полотенец. При социологическом исследовании были выявлены основные цели покупки и ценовые предпочтения покупателей хлопчатобумажных тканей.

Продажа детских трикотажных изделий занимает важное место на региональном рынке текстильной продукции. При изучении конкурентной среды из многообразия компаний города Иваново, которые занимаются производством и реализацией детских трикотажных изделий, были выбраны с учетом рассматриваемых критериев следующие: ООО "Домашнее счастье", ООО "Текстиль Сити", ООО "Милана", ООО "ИТОС".

Для достижения лидирующего положения на региональном рынке предприятию необходимо предлагать продукцию, которая намного лучше удовлетворяет запросы покупателей, чем товары конкурентов. Оценка конкурентоспособности выбранных предприятий производилась с позиции оптового покупателя детских трикотажных изделий по следующим критериям: удобство месторасположения (адрес, возможность подъезда без движения по оживленным городским дорогам, состояние подъездных путей); удобство режима работы; количество моделей в ассортименте детских трикотажных и чулочно-носочных изделий; полнота перечня предоставляемых услуг (доставка, заказ по Интернету, покупка через интернет-магазин, продажа в кредит, система скидок); уровень цен (средняя цена за единицу продукции, минимальная сумма заказа); эффективность рекламы; время обработки и сбора заказа;

удобство интернет-ресурса предприятия. Оценивание осуществлялось по 5-балльной шкале. Оценка 5 баллов означает максимальное проявление данного критерия, 1 – минимальное.

Результаты оценки предприятий, реализующих ассортимент детских трикотажных изделий, представлены в табл. 2 (балльная оценка конкурентных преимуществ предприятий).

Таблица 2

Критерии	"Красная ветка"	"Домашнее счастье"	"Текстиль Сити"	"Милана"	"ИТОС"
Удобство расположения, в т.ч. - возможность подъезда без движения по оживленным городским трассам	3	1	4	4	4
- состояние подъездных путей	2	5	3	5	3
Удобство режима работы	4	5	4	4	4
Количество моделей детских изделий	5	3	1	1	1
Предоставляемые услуги, в т.ч. - заказ по Интернету	5	5	5	5	1
- покупка через интернет-магазин	5	1	5	1	1
- система скидок	5	1	1	3	1
Уровень цен, в т.ч. - средняя цена	2	2	5	4	5
- минимальная сумма заказа	3	4	3	5	3
Эффективность рекламы	5	3	4	3	2
Время обработки и сбора заказа	5	5	5	3	2
Удобство использования интернет-ресурса предприятия	5	1	4	3	1
Итого	49	36	44	42	28
Максимальная оценка	60	60	60	60	60
Коэффициент конкурентоспособности	0,82	0,60	0,73	0,70	0,47

Показатель конкурентоспособности для каждого предприятия рассчитывается как отношение итоговой балльной оценки к максимально возможной оценке (60 баллов). Следовательно, наибольшее значение показателя конкурентоспособности может быть 1.

На основе данных табл. 2 можно сделать выводы: среди анализируемых предприятий лидируют ООО ПТК "Красная ветка", ООО "Текстиль Сити" и ООО "Милана", набравшие 49, 44 и 42 балла соответственно. Стоит отметить, что высокие показатели их конкурентоспособности достигаются различными путями. ООО ПТК "Красная ветка" выигрывает за счет широкого ассортимента, активной рекламной кампании, качественного сервиса и удачного сайта предприятия. ООО "Тек-

стиль Сити" и ООО "Милана" лидируют за счет удобного расположения и приемлемого уровня цен. Остальные предприятия уступают лидерам по ассортиментному показателю, доступности интернет-ресурса, срокам обработки заказа. Следует отметить, что при проведении подобных оценок важна объективная оценка всех выбранных критериев. С помощью предложенного набора критериев можно оценивать конкурентоспособность и розничных торговых предприятий с целью выявления лидера на заданном сегменте рынка.

На основе проведенного анализа потребительского рынка Ивановской области можно сделать выводы, что трикотажный рынок характеризуется как высококонкурентный, что объясняется низким порогом для входа на данный рынок. Огромное ко-

личество дешевого и некачественного импорта мешает развиваться региональным производителям. В последнее время в России формируется понятие бренда в текстильной и трикотажной группе товаров. В общем объеме оптовых и розничных продаж преобладает специализированная торговля, доля которой постоянно растет.

Способность среднего бизнеса к быстрой переориентации производства и быстрому обновлению ассортимента продукции позволяют ему в целом составлять конкуренцию крупным текстильным компаниям, стимулировать их эффективность. Конкурентное давление со стороны небольших текстильных компаний является препятствием для установления монопольно высоких цен в секторе текстильных, трикотажных и швейных изделий. В целом для текстильного рынка региона деятельность небольших компаний является важным фактором повышения его конкурентоспособности.

ВЫВОДЫ

1. Определены основные проблемы развития потребительского рынка: спад выпуска натуральных тканей, падение производства готовой продукции, снижение объемов производства товаров из кожи, выделка и крашение меха, производство меховых изделий;

- сократилась численность работников текстильной промышленности, в кожевенной отрасли и в сфере производства одежды из текстиля;

- низкий уровень оплаты труда в отрасли, тяжелые условия труда, связанные со спецификой текстильной отрасли, не позволяют обеспечить приток молодежи;

- устаревшее оборудование, средний уровень использования производственных мощностей не превышает 70%, а при про-

изводстве шерстяных и льняных тканей снизился до уровня 20...25%, размер инвестиционной активности невысокий, что свидетельствует о нежелании участников рынка инвестировать в отрасль.

2. Для эффективного формирования отрасли предлагается формирование текстильно-промышленного кластера как инструмента развития конкуренции путем совершенствования системы государственного заказа, которая предусматривает создание системы электронных торгов, создание благоприятных экономических условий.

ЛИТЕРАТУРА

1. Официальная статистика Росстата (1990 – 2013 г.г.); базы СПАРК(2005 – 2013г.г.); базы FIRA-PRO (1999-2013 г.г.); база российских предприятий обрабатывающей промышленности Института анализа предприятий и рынков НИУ ВШЭ о 1000 крупных и средних предприятий обрабатывающей промышленности, включая легкую промышленность (2005 и 2009 гг.) (Радаев и др., 2013. Разделы 1 – 3).

2. Радаев В. Можно ли спасти российскую легкую промышленность? // Вопросы экономики. – 2014, №4. С.17...36.

3. Информация о социально-экономическом развитии Ивановской области за январь-март 2013 года // Сайт правительства Ивановской области от 21.09.2013 г. URL: <http://www.ivanovoobl.ru/materials.aspx?part=898>.

4. Федеральный закон от 03.12.2012 №243-ФЗ "О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам обязательного пенсионного страхования". URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_138563/.

5. Региональная программа "Развитие конкуренции в Ивановской области на период до 2012 года" // Сайт правительства Ивановской области от 21.09.2013 г. URL: <http://derit.ivanovoobl.ru/razvitiie-oblasti/konkurencia/>.

Рекомендована кафедрой менеджмента и маркетинга ВлГУ. Поступила 02.07.14.