

УДК 330.133.1

К ПРОБЛЕМЕ ПОСТРОЕНИЯ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ТЕКСТИЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ ИВАНОВСКОЙ ОБЛАСТИ

А.В. ГРИБОВ

(Ивановский государственный университет)

Целью данной статьи является рассмотрение некоторых аспектов проблемы развития текстильной промышленности в Ивановской области. В настоящее время значительную долю в структуре текстильного производства занимают низкорентабельные и низкокачественные ткани, выпускаемые из импортного сырья на изношенных производственных мощностях в условиях высокой протекционной международной конкуренции. Учитывая, что текстильная промышленность является преобладающей специализацией Ивановской области на российском и международном рынке, а значит и основой для дальнейшего социально-экономического развития региона, необходимо формирование инновационных подходов к развитию

данного производства и соответствующей переориентации ассортимента выпускаемого товара.

В контексте этих задач автор исследовал проблемы измерения полезности текстильных товаров, построения макроэкономического прогноза развития рынка, а также установления наиболее перспективных сегментов текстильного рынка.

На протяжении последних лет реальные доходы населения неуклонно растут, что влечет за собой изменение приоритета в выборе материальных благ, изменяются требования к товарам и оценка товара потребителем. Логично предположить, что с ростом доходов будет расти физический объем покупаемых товаров и также будут расти и требования к ним, в первую оче-

редь, к качеству товара. Качество текстильной продукции – это совокупность свойств, определяющих степень ее пригодности удовлетворять определенные потребности в соответствии с ее назначением [1]. Спрос потребителя на текстильные изделия, обусловленный их качеством, можно разделить на 2 условных понятия:

– "начальный спрос" (обусловленный модой, внешней привлекательностью продукции, ее стоимостью и рядом других объективных и субъективных факторов). Здесь качество будет уменьшаться во времени в основном вследствие сезонности и моды, при этом товары (не только текстильные) можно разделить на устойчивые (некоторая мебель, архитектура, уникальные одежды и т.д.) и относительно неустойчивые (мобильные телефоны, обувь, платья и т.д.).

– "устойчивый спрос" (на традиционные виды текстильной продукции, обусловленной ее функциональными, эргономическими, эстетическими и другими показателями качества)[2]. Здесь качество будет уменьшаться во времени в основном вследствие естественных факторов (к примеру, выцветание, коррозия и т.д.).

С ростом дохода покупатели готовы больше тратить на приобретение необходимого товара, от которого теперь ожидается более высокое качество. Это ведет к увеличению спроса на более дорогие и качественные товары. Чем выше качество, тем выше и цена товара. При этом если качество, обусловленное "устойчивым спросом", за определенный период остается неизменным, так как технические характеристики выпускаемого товара не менялись, то качество, обусловленное "начальным спросом", может изменяться.

Полезность в свою очередь – это оценка потребителем способности товара удовлетворять какие-либо потребности.

Теперь установим зависимость изменения качества товара от изменения дохода. В нашем случае анализу подвергнутся статистические данные Федеральной службы государственной статистики [3]: средние потребительские цены на текстильные товары по Российской Федерации в 2000 –

2007 гг., среднедушевые реально располагаемые денежные доходы населения (в год) по Российской Федерации в 2000 – 2007 гг., индексы потребительских цен на непродовольственные товары по Российской Федерации в 2000–2007гг.

Все текстильные товары можно классифицировать по 4 группам: ткань, швейные и трикотажные изделия, чулочно-носочные изделия и обувь. В условиях необходимости переориентации выпускаемого товара целесообразно будет рассмотреть только три последние группы. В результате анализа получаем по каждой группе близкие данные: обратную линейную зависимость между динамикой роста качества и динамикой роста среднедушевых реально располагаемых денежных доходов населения. В качестве зависимости взята линейная регрессия (коэффициенты регрессии являются значимыми), коэффициент детерминации указывает на среднюю зависимость (около 0,70...0,50 в зависимости от группы), а коэффициент корреляции в свою очередь подтверждает линейную зависимость (около 0,70...0,87 в зависимости от группы). К примеру, по швейным и трикотажным изделиям обратную линейную зависимость можно выразить уравнением $y = -0,71275x + 10,82946$ (рис. 1).



Рис. 1

Из анализа динамики доходов и качества видно, что зависимость обратная: чем больше доход по сравнению с предыдущим годом, тем меньше темп прироста качества в среднем по группе. По каждой группе есть 2 резких спада в 2003 г. и 2006 г., в то время как имеется скачок величины темпа прироста доходов. Вероят-

ней всего, это связано с 2 взаимосвязанными факторами:

– рост доходов в основном был связан с более бедными слоями населения, которые стали покупать больше товара, но преимущественно недорогого;

– более богатое население, которое в значительном меньшинстве, по сравнению с бедными, не стали резко: а) увеличивать объем покупок; б) не стали покупать более дорогие товары – так как потребность в текстильной продукции достаточно удовлетворена.

Также необходимо установить величину полезности или, другими словами, значимость единицы товара. Покупатель потребляет товары и услуги, удовлетворяя тем самым свои потребности. Согласно принципу теории полезности, что с каждой единицей продукции удовлетворение уменьшается, следовательно, и потребность, уменьшается и может иметь даже отрицательный эффект, можно утверждать: индивидуум оценивает каждую добавочную единицу все меньше. Абсолютный измеритель (к примеру, денежный) в нашем случае не обеспечивает полной объективности и сопоставимости. Полезность – это относительная категория, следовательно, нужно подобрать также и относительный показатель для измерения. Можно предположить, что для каждого индивидуума общая сумма потребностей и полезности будет относительно постоянной во времени, то есть эта сумма будет представлять сложение всех потребностей человека (100%), а каждую единицу товара он будет оценивать в X%. Эта сумма у разных людей в "абсолютном" значении будет разная (это зависит от психологических особенностей конкретного индивидуума, умственного развития и т.д.). Но для конкретного потребителя она будет относительно постоянной и будут меняться только ее структурные части, их %-е соотношение. Изменения могут произойти только в результате развития/деградации умственного или психологического состояния, что может произойти в долгосрочном периоде (взросление, старение и т.д.). На структурные же изменения влия-

ют: внутренний фактор (мыслительная деятельность) и внешний фактор (выход нового товара на рынок, рост дохода и т.д.). Рассмотрим абстрактный пример с условными данными: структура потребностей индивидуума на конкретный момент следующая: потребность в автотранспорте 50%, в одежде 20%, в еде 10%, обучении 10%, прочие потребности 10%. Индивидуум приобрел автомобиль и покупка полностью удовлетворила его потребность и он не получил от нее разочарования, и теперь структура потребностей такая: в одежде 40%, в еде 20%, обучении 20%, прочие потребности 10%. Теперь он соответственно готов заплатить 40% его денег или других материальных ценностей за удовлетворение этой потребности (хотя раньше только 20%). Этот пример рассмотрен без учета воздействия каких-либо факторов, в противном случае он бы мог захотеть уже более новый и дорогой автомобиль и т.д. Данный способ измерения потребности, значимости в данном случае более удобен. Он при сравнении потребителей с разными доходами более нагляден и универсален, что не может обеспечить в данной ситуации использование только абсолютных показателей.

Таким образом, проведя анализ (исходные данные следующие [3]: среднедушевой доход, розничный оборот торговли текстильными товарами и численность населения России), имеем следующую ситуацию: полезность текстильной продукции по группе швейные и текстильные товары в среднем оценивалась в 2001 г. как 65% всех потребностей покупателей, но имелся постоянный спад, и к 2006 г. она уже составила около 48%, а после построения тренда (квадратичного) установлено, что полезность предположительно составит 35%, по обуви получаем следующее: с 23 до 10% с 2001 к 2010 г. Данные результаты нельзя рассматривать как точные, так как величина дохода занижена из-за большого количества неучтенных, неофициальных доходов. Но, несмотря на данное искажение, прослеживается тенденция к неуклонному спаду полезности –

что в данной ситуации для нас является наиболее важным (рис. 2).



Рис. 2

То есть текстильные товары со временем имеют меньшее значение для потребителя: уменьшается их полезность. Это также подтверждается тем, что темпы прироста качества отстают от темпов прироста доходов и имеется обратная линейная зависимость. Следовательно, возрастает полезность других товаров, такие как, к примеру, автомобили, бытовая техника и т.д.

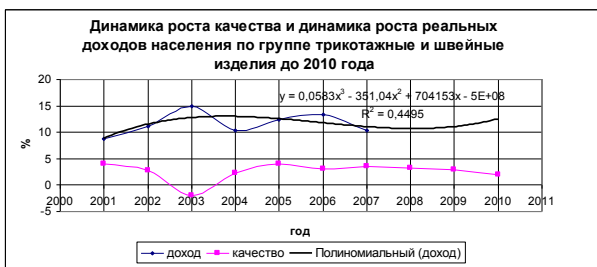


Рис. 3

Теперь построим прогноз до 2010 г. изменения качества по каждой группе, а для примера приведем график (рис. 3) по трикотажным и швейным изделиям. Далее на основе анализа и прогноза изменения полезности, качества групп текстильной продукции установим наиболее перспективные сегменты рынка. Со временем у покупателей меняется доход и потребности в товарах, их качестве. Следовательно, будет меняться и макроэкономический спрос на товары. Далее будет целесообразно рассмотреть каждую группу отдельно:

– швейные и трикотажные изделия: в среднем по этой группе качество к 2010 г. увеличится на 29% по сравнению с 2000 г.,

или 8,33% к 2010 г. по сравнению с 2007 г., а полезность покупаемой продукции по данной группе удовлетворит 35% от всех потребностей покупателей, упав на 10 процентных пунктов с 2007 к 2010 гг., следовательно: а) будет иметь место рост спроса на дорогие товары, но полезность их уменьшится, то есть наиболее перспективными станут другие отрасли (к примеру, машиностроение, образование, медицина и т.д.); б) изменится группа в целом, которая к 2010 г. будет представлять собой совокупность более качественной текстильной продукции, произойдет резкое увеличение ее доли.

Таким образом, по данной группе в ближайшие три года образуется не полностью занятая ниша на рынке дорогих и качественных товаров, и занятие позиций в данном сегменте является наиболее перспективным путем развития и переориентации выпускаемой продукции текстильной промышленности Ивановской области.

– чулочно-носочная продукция: в среднем цена и качество изделий с 2000 к 2010 гг. увеличится на 9,7% или 3,33% к 2010 г. по сравнению с 2007. В целом ситуация схожа с трикотажными и швейными изделиями, но имеется одно значимое различие: изменение качества не будет столь велико, а следовательно, на рынке данных товаров не произойдут коренные изменения, которые могли бы позволить образоваться незанятым нишам. Таким образом, переориентация производства на выпуск чулочно-носочных изделий имеет малую вероятность занятия крепких, лидирующих позиций на данном рынке, так как предприятия Ивановской области столкнутся с сильной конкуренцией фирм, уже работающих в этом сегменте.

– обувь: в среднем качество к 2010 г. увеличится на 13% по сравнению с 2000 г., а динамика роста качества составит 2,23%, 1,9%, 0,25% в 2008, 2009 и 2010 гг. соответственно, или 4,43% с 2000 г. к 2010 г., а полезность всей покупаемой текстильной продукции по данной группе упадет приблизительно на 7,5 процентных пунктов с 2007 к 2010 гг. и составит 10%. Из этого следует, что ситуация аналогична с чулочно-

но-носочной продукцией, и данная область рынка не перспективна для ивановских производителей.

Наиболее перспективным путем развития Ивановской текстильной промышленности является отказ от производства низкокачественной, дешевой и неконкурентоспособной ткани и организация выпуска качественных швейных и трикотажных изделий, спрос на которые в будущем будет только продолжать расти.

ВЫВОДЫ

Рассмотрены некоторые проблемы развития текстильной промышленности в Ивановской области. А именно: были исследованы проблемы измерения полезно-

сти текстильных товаров, построения макроэкономического прогноза развития рынка, а также установления наиболее перспективных сегментов текстильного рынка.

ЛИТЕРАТУРА

1. ГОСТ 15467–79. Управление качеством продукции. Основные понятия. Термины и определения.
2. Кирюхин С.М. // Изв. вузов. Технология текстильной промышленности. – 2007, №5.
3. Сайт Федеральной службы государственной статистики <http://www.gks.ru/>

Рекомендована кафедрой экономического анализа и бухгалтерского учета. Поступила 11.12.08.
