

УДК 339.5:339.138

**ОСОБЕННОСТИ ПРОВЕДЕНИЯ
МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ РЫНКА
ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ***

Н.А. ГРУЗИНЦЕВА

(Ивановская государственная текстильная академия)

В условиях формирования рыночных механизмов в экономике особую значимость для повышения конкурентоспособности отечественной продукции приобретает развитие потребительского рынка товаров. Одним из сегментов рынка потребительских товаров является рынок текстильной продукции, где на долю производства тканых полотен приходится 70%.

В свою очередь, хлопчатобумажные ткани составляют 87 % от общего объема производства тканых полотен и обладают высокими потребительскими свойствами по сырьевому составу, материалоемкости, гигроскопичности и другим показателям, поэтому они и выбраны в качестве объектов исследования.

*Работа выполнена в рамках гранта Президента Российской Федерации для молодых ученых – кандидатов наук и их научных руководителей (МК-3501.2008.6).

Российский рынок производства хлопчатобумажных тканей в настоящее время не стабилен и это прежде всего связано с нехваткой отечественного натурального сырья, резким спадом отечественного производства, большим количеством импортируемых тканей из стран азиатско-тихоокеанского региона, нелегальным вво-

зом продукции, низкой платежеспособностью населения и несоответствием предложений по структуре спроса у населения. Для решения выявленных проблем необходимо формирование методологии маркетинговых исследований, базирующейся на комплексном исследовании рынка тканей на уровне одного субъекта федерации.

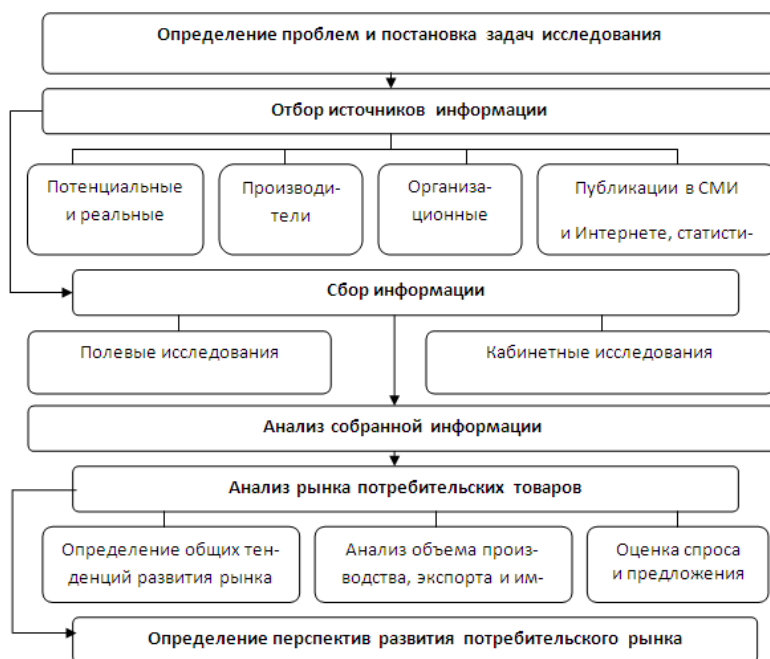


Рис. 1

На основе анализа теоретических аспектов исследования рынка текстильной продукции [1] разработана структурно-логическая схема исследования потребительского рынка (рис. 1), позволяющая обеспечить системность, комплексность и эффективность данного процесса [1].

С учетом данной схемы исследования потребительского рынка разработан план маркетинговых исследований рынка хлопчатобумажных тканей, проводимых в Ивановском регионе (табл. 1).

Т а б л и ц а 1

Этап исследования	Содержание этапа
1	2
Определение проблем в исследовании рынка потребительских товаров	Получить характеристику рынка хлопчатобумажных тканей Ивановского региона; Определить, с чем связан спад местного производства тканей; Установить реальный размер импорта тканей на региональном рынке;
	Определить, соответствует ли объем предложения тканей в розничной торговле структуре спроса населения
Постановка задач исследования	Выявить и смоделировать закономерности формирования и развития рынка хлопчатобумажных тканей; Дать количественную оценку рыночной ситуации; Установить факторы, влияющие на спрос тканых полотен; Определить перспективы развития рынка изделий и дать прогноз необходимой структуры ассортимента и продаж хлопчатобумажных тканей

1	2
Отбор источников информации	Статистические сборники и бюллетени Роскомстата, Российского союза предпринимателей текстильной и легкой промышленности, территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Ивановской области: "Россия в цифрах", "Российский статистический ежегодник", "Цены России", "Регионы России" и др.; Данные об организационных покупателях: оптовые и розничные предприятия, ателье, швейные фабрики, частные лица; Публикации в СМИ и Интернете: • научная периодика: "Текстильная промышленность", "Швейная промышленность", "Маркетинг" и др.; • коммерческая периодика: - журналы: "Белье & Колготки", "Поставщик", "Индустрия моды", "Директор"; - газеты: "Легпромбизнес", "Инфорэкспо", "Мир текстиля", "Хронометр", "Частник" и др.; • неофициальные источники: прайс-листы, информационные сайты: www.textileclub.ru, www.textilemarket.ru, www.textilexpo.ru, www.stepconsulting.ru, www.textillegprom.ru, и др.
Сбор информации	Первичная информация получается в результате выборочных опросов покупателей тканей и специалистов розничных и оптовых торговых предприятий; Вторичная информация предоставлена Российским союзом предпринимателей текстильной и легкой промышленности, территориальным органом Федеральной службы государственной статистики по Ивановской области и Ивановской таможней
Анализ собранной информации	Для обработки собранной информации используются методы группировки, сравнения, классификации и корреляционный анализ; Результаты анализа представляются в виде таблиц, диаграмм, графиков
Анализ рынка хлопчатобумажных тканей по Ивановскому региону	Определяются общие тенденции российского рынка тканей; Проводится анализ сбалансированности спроса и предложения на рынке тканей Ивановского региона; Дается оценка объемов собственного производства, экспорта, импорта и продажи тканей на Ивановском потребительском рынке
Определение перспектив развития рынка хлопчатобумажных тканей	Многовариантное прогнозирование показателей развития рынка хлопчатобумажных тканей проводится с использованием следующих показателей: объемы предложения и продаж тканей, цена, среднедушевые денежные доходы населения; Прогноз структуры ассортимента и продаж хлопчатобумажных тканей осуществляется на текстильном рынке Ивановского региона
Разработка выводов	Выводы и рекомендации содержат информацию о покупательских предпочтениях и спросе на хлопчатобумажные ткани, а также о состоянии и перспективах развития рынка хлопчатобумажных тканей

При выборе современной методологии реализации представленного плана маркетингового исследования рекомендуется применение многовариантного прогнозирования показателей развития рынка хлопчатобумажных тканей, основанное на использовании многомерного анализа [2].

ВЫВОДЫ

На основании представленной структурно-логической схемы разработан план маркетингового исследования рынка хлопчатобумажных тканей, позволяющий

учесть все особенности проводимых маркетинговых исследований рынка потребительских товаров.

ЛИТЕРАТУРА

1. Кондратьева О.В, Новоселов Ю.А. Формирование и развитие рынка хлопчатобумажных тканей // ЭКО. – 2006, №11. С. 68...78.
2. Шаланов Н.В. Моделирование основных аспектов предпринимательской деятельности. – Новосибирск: СибУПК, 2002.

Рекомендована кафедрой материаловедения и товароведения. Поступила 01.12.08.