

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ТЮМЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ
Кафедра менеджмента, маркетинга и логистики

ДОПУЩЕНО К ЗАЩИТЕ В
ГЭК И ПРОВЕРЕНО НА
ОБЪЕМ ЗАИМСТВОВАНИЯ
И.о. заведующего кафедрой
д-р экон. наук, профессор
 А.В. Воронин
« 28 »  2016

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ И РАЗВИТИЕ РЫНКА МЕХОВ РФ
В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА
(магистерская диссертация)
38.04.02 Менеджмент: Маркетинг

Выполнила:
Студентка 2 курса
очной формы обучения



Смурова
Александра
Владимировна

Научный руководитель:
канд. эконом. наук,
доцент



Шумилова
Юлия
Александровна

Рецензент:
канд. эконом. наук,
доцент



Серочудинов
Евгений
Сергеевич

Тюмень 2016

Работа выполнена на кафедре менеджмента, маркетинга и логистики
Финансово-экономического института ТюмГУ
по направлению «Менеджмент»,
магистерская программа «Маркетинг»

Защита в ГЭК

протокол от 29.06.16 № 10

оценка отлично

Оглавление

ВВЕДЕНИЕ	4
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ИССЛЕДОВАНИЮ РЫНКА МЕХОВ	7
1.1. Особенности меха как товара	7
1.2 Механизм функционирования и структура рынка мехов	14
1.3 Структура рынка мехов	32
ГЛАВА 2. АНАЛИЗ РЫНКА МЕХОВ РФ	36
2.1. Современное состояние рынка мехов РФ	36
2.2. Общие подходы к регулированию рынка мехов РФ	46
ГЛАВА 3. АНАЛИЗ ФАКТОРОВ, ВЛИЯЮЩИХ НА РАЗВИТИЕ РЫНКА МЕХОВ В РФ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА	59
3.1. Оценка изменений на рынке мехов в условиях кризиса	59
3.2 Изменения в регулировании мехов РФ и их недостатки	68
3.3 Оценка изменения потребительского поведения в кризисный период и их влияние на рынок мехов	74
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	86
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ	89
ПРИЛОЖЕНИЯ	97

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования. Ситуация вызванная падением курса национальной валюты в 2014 года сильно повлияла, как на экономику в целом, так и на многие отраслевые рынки, рынок меховых изделий в России не стал исключением. До 2014 года рынок мехов медленно восстанавливался после кризисных явлений 2008 года, 2014 год стал переломным в функционировании и развитии данного рынка в России, испытал резкое падение спроса в совокупности с влиянием огромного числа других факторов, таких как падение курса национальной валюты, изменение государственного регулирования в области контроля за меховым рынком, изделиями, колебание оптовых цен на сырье и готовую продукцию и др. Возникла потребность в описании рынка в целом, его участников, функционирования и факторов, оказывающих основное влияние. Это стало необходимым для того чтобы в дальнейшем, компании работающие на данном рынке могли корректировать свои планы развития с учетом основных факторов влияния.

Цель и задачи исследования. Целью диссертационного исследования является анализ структуры рынка мехов и выявление основных факторов, оказывающих наибольшее влияние на функционирование и развитие рынка мехов в условиях кризиса.

Достижение данной цели потребовало решения следующих задач:

- выявить особенности меха, как товарной категории;
- рассмотреть принципы функционирования рынка мехов и взаимодействие его участников;
- проанализировать структуру рынка мехов;
- проанализировать современное состояние рынка меха РФ;
- выделить подход к регулированию рынка меха РФ;
- оценить изменения на рынке мехов РФ в условиях кризиса;
- выделить факторы, оказывающие влияние на рынок мехов;

- разработать классификацию факторов, оказывающих влияние на рынок мехов;
- проанализировать факторы, оказывающие наибольшее влияние и охарактеризовать их.

Объект и предмет исследования. В качестве объекта исследования выступает рынок мехов РФ.

Предметом исследования являются социально-экономические процессы формирования, функционирования и развития рынка мехов РФ.

Методологическая, теоретическая и информационная база исследования. Теоретической базой исследования послужили Постановления Правительства Российской Федерации и Федеральные законы, регламентирующие деятельность рынка мехов и его составляющих. В качестве информационной базы использовались отчетные данные и материалы исследований, Союза меховщиков России, Союза меховщиков Греции, Итальянской ассоциации меховщиков, Федеральной службы государственной статистики, отчетность, опубликованная в средствах массовой информации. В работе также использовалась информация, полученная из периодической печати и материалов научно-практических конференций по исследуемой теме.

Научная новизна диссертационного исследования заключается в следующем:

1. Составлен и детально описан механизм функционирования рынка мехов, структурно представленный в виде цепочки, которую проходит меховое изделие от производителя до конечного розничного потребителя.
2. На основе использования методы экспертных оценок выделены группы факторов, оказывающие влияние на функционирование и развитие рынка мехов в условиях кризиса.
3. Описано влияние основных факторов, влияющих на рынок в период кризиса, на параметры рынка.

Теоретическая значимость работы заключается в формировании классификации факторов влияния на рынок мехов РФ и возможности оценки его состояния по ключевым факторам влияния. Практическая значимость результатов исследования заключается в возможности корректировки компаниями плана стратегического маркетинга с учетом факторов, оказывающих влияние на рынок.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ИССЛЕДОВАНИЮ РЫНКА МЕХОВ

1.1. Особенности меха как товара

Разные авторы давали разные определения товару, как экономической категории. На современном этапе развития экономики товаром можно назвать не только физический предмет, товаром может быть все что угодно, что способствует удовлетворению нужды [55, с. 125]. У любого товара есть ряд свойств (Рис. 1). Рассмотрим данные свойства применительно к меховым изделиям.

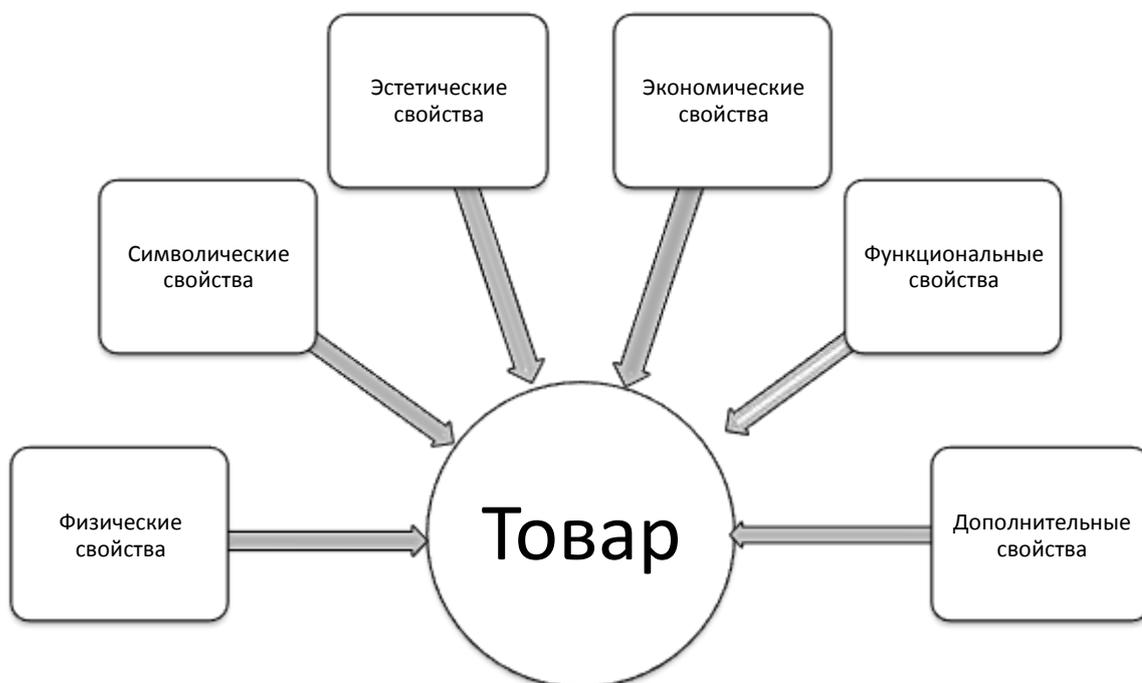


Рис. 1 – Свойства товара

Источник: [55]

Первая группа свойств – это физические свойства товара. К основным физическим свойствам товара можно отнести, почти все материальные и измерительные характеристики, например: длина, ширина, высота, объем, цвет, материал и другие [55, с. 127]. Основные технические характеристики, такие как: длина, ширина, размер и материал, рассмотрены в ГОСТ 8765-93 «Общие технические условия», с подробным описанием необходимых измерений и пределами возможных отклонений (табл. 1).

Места измерений изделия и предельные отклонения от номинальных значений измерения.

Номер измерения на чертеже	Наименование измерения	Предельное отклонение, мм
1	Длина спинки посередине от шва втачивания воротника до низа	
2	Ширина спинки между швами втачивания рукавов, краями пройм в самом узком месте	±10
3	Длина полочки от угла плечевого шва и горловины до низа параллельно краю борта	
4	Ширина изделия на уровне глубины проймы от края борта до середины спинки	
5	Ширина изделия внизу от края борта до середины спинки	±10
6	Длина рукава от высшей точки оката до низа. В рукаве покроя "реглан" или цельновыкроенном - вдоль середины верхней части или по среднему шву от шва втачивания воротника до низа	
7	Ширина рукава сверху на уровне глубины проймы	±5
8	Ширина рукава внизу во вдвое сложенном виде	
9	Длина воротника вдоль шва втачивания	±10
10	Ширина воротника посередине	±5

Источник: [8]

У мехового изделия есть 10 основных наименований измерения. Также в госте рассмотрены нормы измерений для размерного соответствия мужской, женской и детской одежды из меха различных возрастов.

Следующим немаловажным параметром физических свойств мехового изделия является сам мех. Все меха подразделяются по видам (норка, бобр, нутрия, лисица и др.) и сортам. Сорт меха определяется в зависимости от состояния волосяного покрова шкуры. По каждому виду меха есть свои ГОСТы, с полным описанием требованиям к шкурам и их распределением по сортам. Самым важным параметром для мехового изделия является его износостойкость (табл. 2).

Таблица 2

Износостойкость меховых изделий, в зависимости от вида меха

Вид меха	Износостойкость %	Вид меха	Износостойкость %
Выдра	100	Опоссум американский	37
Бобр речной	85	Выхухоль	37
Енот	75	Нутрия	27
Скунс	70	Рысь	25
Норка	70	Белка натуральная	25
Каракуль	65	Сурок	10
Куница мягкая	65	Крот	7
Соболь	55	Кролик	5
Куница горская	45	Зяц	5

Источник: Составлено автором

В Таблице 2 представлена износостойкость меховых изделий из наиболее распространенных видов меха. Важно отметить, что износостойкость представлена для высших сортов меха.

Меховые изделия являются достаточно сложным видом товара, обладающим достаточно большим перечнем характеристик, более подробную характеристику физических свойств меховых изделий содержит Классификатор государственных стандартов, раздел «Текстильные материалы и кожаные изделия», подраздел «Пушно-меховые изделия» М2.

Вторая группа свойств товара – «символические». Эта группа свойств товара удовлетворяет социальные потребности [55, с. 128]. Примерами удовлетворения социальных потребностей могут быть:

- Повышение социального статуса;
- Отожествление себя с какой-либо социальной группой;
- Повышение общественного мнения;
- Повышение мнения друзей и близких;
- Самоудовлетворение.

Список проявления удовлетворения социальных потребностей может быть достаточно большим. Вышеперечисленные примеры подходят применительно к меховому изделию.

Третья группа свойств – «эстетическая». Эстетические свойства – это эмоциональное восприятие товара [55, с. 130]. Эстетические свойства характеризуют соответствие изделий эстетическим потребностям отдельного человека и общества в целом. Существует масса подходов к группировке эстетических свойств товара, можно выделить 4 группы свойств, характерных для меховых изделий:

- 1) Совершенство производственного исполнения и товарного вида.
- 2) Целостность композиции.
- 3) Рациональность формы.
- 4) Информационная выразительность формы.

Совершенство производственного исполнения и товарного вида – это качественные характеристики товара, которые можно оценить визуально [41, с. 95]. К ним можно отнести: сам мех, аккуратность пошива, ткань подклада, фурнитура, наличие отличительных знаков и др.

Целостность композиции – это модель мехового изделия, то, как оно «сидит», цветовое сочетание или оттенок. В общем понимании – это то, как все эти параметры гармонируют между собой.

Рациональность формы – это соответствие изделия его функциональному предназначению [41, с. 120]. В случае с меховым изделиями основных функциональных назначений всего два: тепло и красота визуального восприятия. В зависимости от цели покупки потребитель оценивает изделие, выбирая первостепенный для себя фактор.

Информационная выразительность формы содержит в себе два основных параметра:

- Соответствие моде (соответствие изделия определенной группе визуальных параметров, актуальных в определенный промежуток времени);

- Оригинальность (визуальные характеристики, делающие его уникальным среди аналогов).

Быть модным и одновременно оригинальным – желание большинства потребителей меховых изделий.

Четвертая группа свойств – экономические. Экономические свойства товара делятся на подгруппы (Рис. 2).

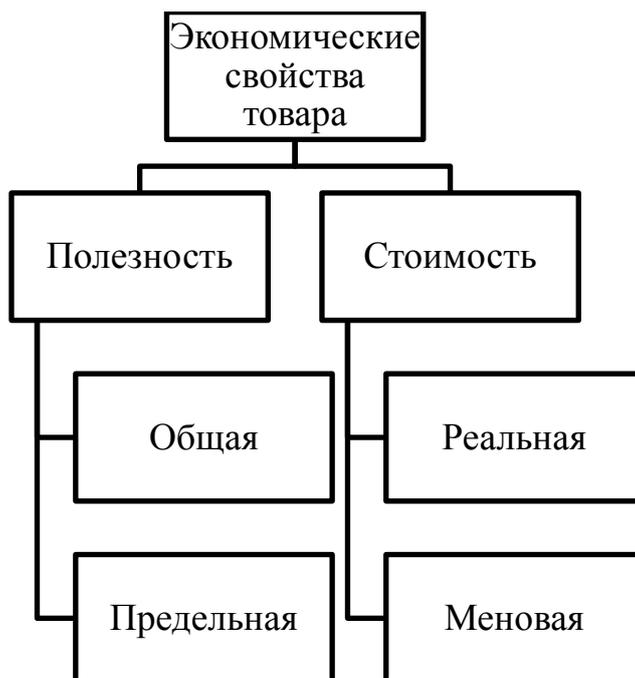


Рис. 2 – Экономические свойства товара

Источник: [55]

Экономическая реальная стоимость товара – цена в денежном выражении, по которой покупатель приобретает меховое изделие. Цены на меховые изделия в зависимости от меха, производителя, модели и бренда могут быть самыми разнообразными.

Экономическая меновая стоимость товара – сумма денег, на которую покупатель может поменять свое меховое изделие. В данном случае потребитель может обратиться в комиссионный магазин или ломбард, также найти покупателя самостоятельно. Сумма, которую покупатель получит, при условии, что изделие новое, не будет превышать 50% от стоимости при условии срочности сделки.

Общая полезность мехового изделия в России можно назвать высокой, ее оправдывают климатические условия, характерные для нашей страны.

Предельная полезность у мехового изделия можно рассмотреть с двух сторон. Первый вариант когда основная цель покупки – покупка изделия из меха из-за функциональных качеств (удовлетворение физической потребности согреться зимой), предельная полезность каждой следующей единицы падает. Однако, если основным стимулом покупки выбрать повышение социального статуса, то предельная полезность каждой следующей покупки будет расти.

Пятая группа свойств товара – функциональные. Функциональные свойства – способность товара выполнять свою основную функцию, на примере шубы – это удовлетворение потребности согреться. Наличие у товара адекватной функциональности – один из наиболее важных стимулов к покупке[55, с. 135].

Все функциональные свойства товара можно условно разделить на:

- надежность;
- долговечность;
- износ;
- сохранность;
- ремонтпригодность.

Меховые изделия обладают высокой надежностью и долговечностью, однако должны быть соблюдены 2 основных параметра: изделие должно быть сшито из лучших сортов выбранного меха и эксплуатироваться в соответствии с «условиями эксплуатации». Износ и сохранность, зависят от соблюдения «рекомендаций по уходу» и «условий хранения». Любой потребитель получает буклеты с рекомендациями по уходу и условиями хранения при покупке изделия вместе с основными документами. Для того, чтобы определить является ли изделие ремонтпригодным, необходимо рассматривать каждый частный случай отдельно.

Рассмотрев меховые изделия как товар, по ключевым свойствам интересным становится то, какие свойства являются при покупке ключевыми. Итальянская ассоциация меховщиков в 2014 году провела исследование на розничном рынке мехов, опросив более 10000 респондентов, для того чтобы выделить ключевые характеристики для потребителя [74].

Для мужчин основными параметрами при выборе мехового изделия являются соотношение цены и качества, и изнашиваемость (Рис. 3). Женщин больше интересует соответствие видов (то, как изделие «сидит»), удобство и стиль (Рис. 4).

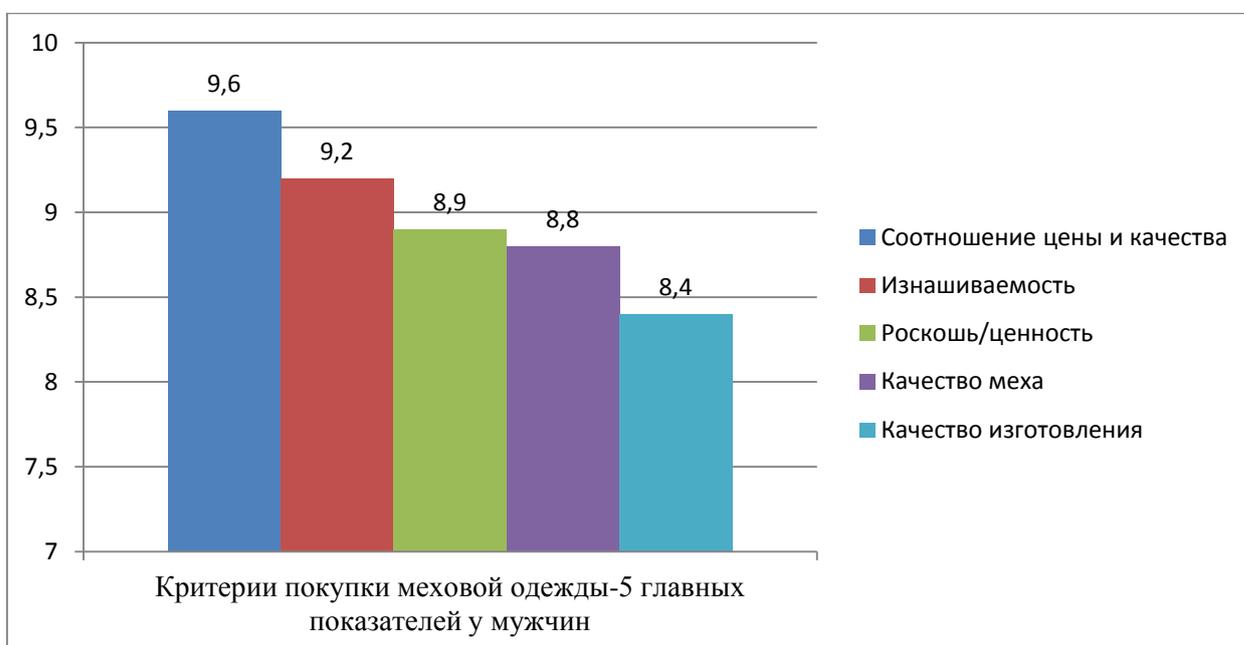


Рис. 3 – Критерии покупки меховой одежды у мужчин

Источник: [74]

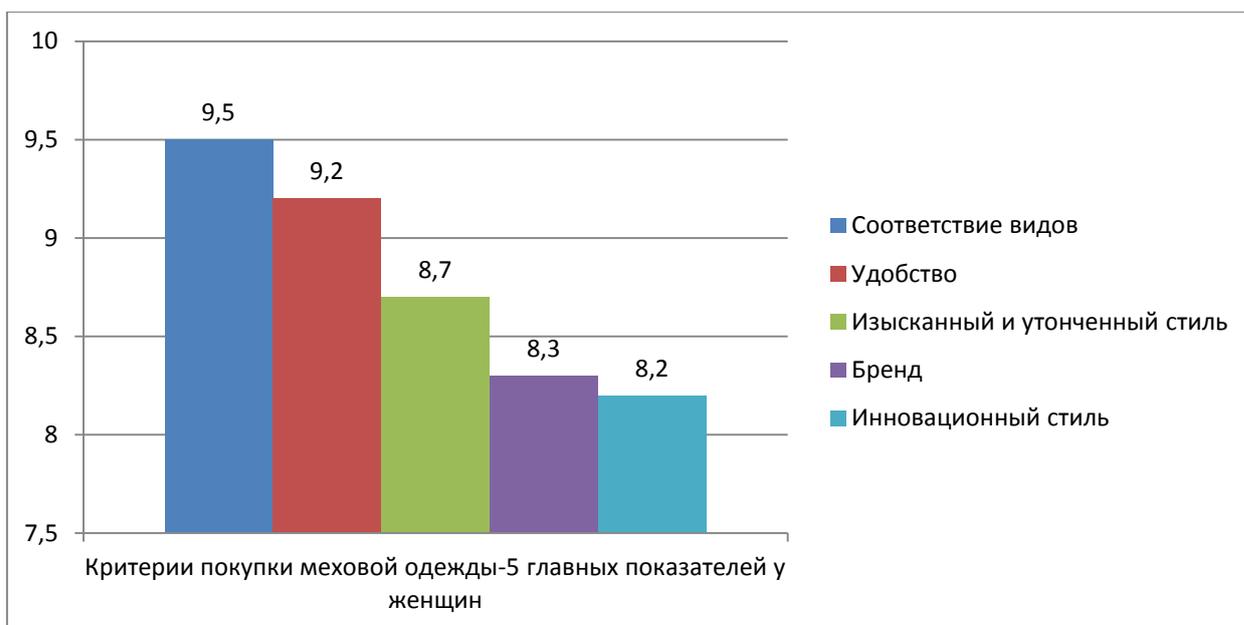


Рис. 4 – Критерии покупки меховой одежды у женщин

Источник: [74]

Меховые изделия, как и любой другой товар обладает всеми ключевыми свойствами: функциональными, экономическими, физическими, символическими и эстетическими. Каждое из этих свойств в рамках мехового товара обладает своей спецификой, понимание которых помогает нам более осознанно анализировать рынок мехов в целом.

1.2 Механизм функционирования и структура рынка мехов

Теория отраслевых рынков для экономики России – это относительно недавно появившаяся область теоретических исследований, возраст данной теоретической дисциплины оценивается около 50 лет. Экономика отраслевых рынков изучает: отрасли и отдельные рынки, механизмы их устройства и функционирования, фирмы и их деятельность внутри отраслей в различных условиях конкуренции [55, 170].

Основоположниками появления экономики отраслевых рынков можно назвать Дж. Робинсона и Э.Чемберлина. В 1993г., после публикаций своих работ в Англии и США данными авторами, появилась новая точка отсчета, которую можно назвать отправной точкой развития теории организации

промышленности, как самостоятельной экономической дисциплины [51, с. 143].

До момента появления работ этих авторов, в экономической теории выделялись только два типа рынка: рынок монополии и рынок конкуренции. Существовал один общепринятый идеал конкуренции, и он не делился на рынки совершенной конкуренции и несовершенной [55].

Согласно традиционной экономической науке монополия и конкуренция исключали совместное существование. Э.Чемберлин описал возможность присутствия на рынке специального вида монополии, являющуюся обязательной частью конкурентной системы рынков. Было описано два возможных способа слияния монополии с конкуренцией:

- создание рынка одиноких товаров - этот сценарий возможен при наличии двух или небольшого числа продавцов;
- рынок дифференцированных продуктов – рынок товаров, обладающий специфическими свойствами и контроль продавцов над ними.

Предложенный вариант монополистической конкуренции обладал рядом характерных черт:

- число продавцов достаточно велико;
- каждая фирма действует на рынке, не учитывая своего влияния на поведение конкурентов;
- товар качественно разнороден, поэтому покупатели предпочитают товары с торговой маркой конкретных продавцов;
- вход в производство близких групп продуктов не ограничен.

В результате каждый продавец имеет кривую спроса при заданных ценах.

Основная идея заключалась в том, что создавая дифференцированный продукт, каждый производитель и продавец формирует свой собственный рынок [55, с. 214]. На данном рынке он может вести себя как монополист, однако со стороны товаров других производителей, обладающих большей совершенностью, он вступает в конкурентную борьбу.

Конкурировать при этом он может, применяя различные методы:

- Усовершенствование продукта;
- Качественная рекламная стратегия;
- Манипулирование ценой.

Первые два фактора являются неценовыми, позднее Чемберлин добавил к ним параметры сервиса.

Также над теорией несовершенной конкуренции работал Дж Робинсон. Главный вектор своих исследований по анализу макроэкономических процессов он взял у Дж.М.Кейнса, подход к основным категориям анализа (прибыли, заработной плате, проценту, капиталу) – у А.Маршалла и Д.Рикардо. Из его основной работы «Теории несовершенной конкуренции», можно сделать вывод, что монополия имеет негативную окраску, как фактор, дестабилизирующий социально-экономические отношения рыночной среды.

В 50-е годы был разработан первый подход к теории организации отраслевых рынков. Его формированию положили начало работы Э.Мейсона и Д.Бейна. Была разработана методология теории, так называемой «гарвардской традиции», она делилась на три основных составляющих (структура-поведение – результат). Бейн также предложил концепцию барьеров входы на рынок [55, с. 250].

Согласно «гарвардской теории» отрасль и ее структура формируется под влиянием технологий и спроса на данный вид товара. Поведение покупателей определяется структурой рынка. Основные направления исследований были влияние отраслей и их характеристик на конкурентные стратегии, положение отдельных фирм и покупателей.

В начале 70-х годов прошлого столетия появилась, так называемая чикагская традиция. Основоположником «чикагской традиции по праву можно считать Дж. Стиглера . Автор исследовал проблему экономического выбора с которой сталкиваются производители и потребители в рамках основной теории, «теории цен». Также важным он считал рассмотрение не монополий, а государственных программ регулирования рынка. На основе

его исследований появились модели олигополии А.Курно, Ф.Эджуорта, Дж. Бертрана.

В современной экономической теории наблюдается интеграция, как гарвардской и чикагской традиции, так и европейской и англо-американской теории. Следствием данной интеграции является появление новой теории организации промышленности. Основным представителем новой теории является Ж.Тироль [51, с. 150].

Новая теория в основном исследует поведение фирм обладающих рыночной властью. Основным способом исследования является теория бескоалиционных игр. Теория Ж. Тироля свела воедино различные теории, такие как «Теория состязательности» (У.Баумоль), «Теория принципа агента» Э.Фамана, «теории общественного выбора», «Концепцию транзакционных затрат» (О.Уильямсон.).

Изучение теории отраслевых рынков в России началось относительно недавно. Свое начало она берет в 1885 году, после выступлений экономиста того времени Д.И. Пихно с работой о торгово промышленных скачках. С этого момента появилась наука о синдикатах или трестах. Российские экономисты начинают изучать данное направление и в 90-х годах и появляются первые работы, рассматривающие пределы монопольной власти, авторов: А.Н. Гурьева, М.А. Курчинского. Появляются работы: Г.И. Цыперовича, В.С. Войтинского, П.А. Тверского. Изменения политического и хозяйственного строя.

На данный момент организацию отраслевых рынков определяют как одно из ответвлений микроэкономики. Особое внимание уделяется исследованию стороны предложения, где фирмы выступают в роли продавцов. В теории отраслевых рынках на современном этапе исследуются три основных направления:

1. Несовершенная конкуренция.
2. Вопросы теории рынка.

3. Политика общества и государства в отношении бизнеса и производства.

Определение рынка является базовым понятием теории организации отраслевых рынков. Взаимодействие фирм на рынке – основной объект исследования. Существует огромное количество определений различных рынков, однако на данный момент рынок мехов и его функционирование в научной литературе почти не освещается, и основную часть информации относительно данного рынка можно получить из специализированных журналов, исследований маркетинговых агентств и информации, доступной в профессиональных союзах меховщиков.

Попробуем дать определение рынку мехов, рынок мехов – это совокупность экономических отношений между производителями меховых изделий и потребителями, осуществляемые через различные каналы сбыта.

Механизм функционирования рынка мехов, можно описать в виде схемы (Рис.5).

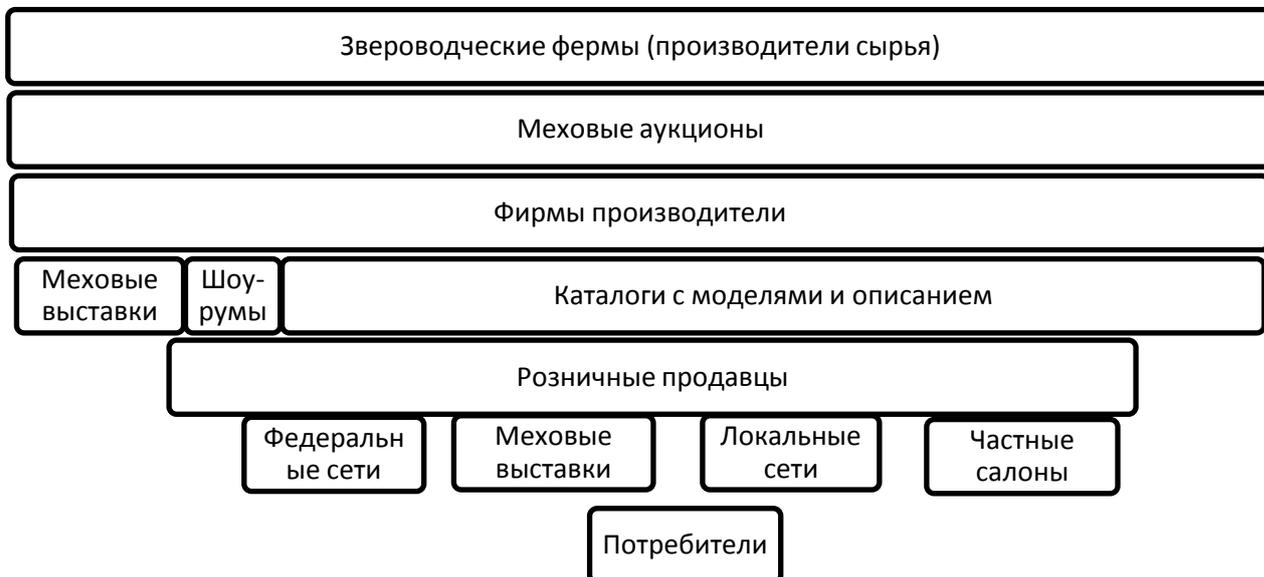


Рис. 5 – Структура рынка мехов

Источник: Составлено автором

Большая часть обработанного меха в мире произведена европейскими фермерами. В ЕС есть 6 000 пушных ферм. ЕС составляет 67 % глобального производства норки и 70 % производства лисы. Дания - ведущая

производящая норку страна, составляя почти 40 % мирового производства [38, с. 80]. Другие главные производители включают: Нидерланды, Россию, Финляндию, Китай, Швецию, и Канаду. Финляндия - крупнейший поставщик Соединенных Штатов кож лисы. Соединенные Штаты - главный экспортер furskins. Главные внешние рынки включают Канаду, ЕС, и Азию Китай с его огромной меховой промышленностью - крупнейший импортер и переэкспортер меха в мире.

Пушное звероводство запрещено в Австрии, Великобритании, Хорватии, Боснии и Герцеговине, Болгарии, Нидерландах, Словении. У некоторых запрещено разведение отдельных видов пушных зверей, частично запрещено разведение пушных зверей или в силу строгие условия их содержания к ним относятся: Швейцария, Дания, Италия, Швеция, Германия

В России выращивают норку, песца, соболя, лисицу, нутрию, хоря, енотовидную собаку. Треть клеточной пушнины получают на севере Европейской части (в основном в Карелии, Ленинградской и Мурманской областях), треть - в центре и на юге, треть - в Сибири, на Урале и на Дальнем Востоке.

Звероферма - это промышленное предприятие, на котором в клетках (шедах) выращивают зверьков. Для них готовят корма, включающие все необходимые компоненты для роста и хорошего опушения. Также осуществляются все необходимые ветеринарные мероприятия (вакцинация и т.д.), для того, чтобы поголовье зверей было здоровым.

Главной гордостью российского звероводства по праву считается соболь. Только в нашей стране этого зверька разводят в промышленных масштабах многие десятилетия. Одно из важнейших достижений российских звероводов – черный соболь, получивший международное признание, был выведен в зверосовхозе "Пушкинский", который и стал основным центром соболеводства в нашей стране.

Разведение пушных зверей для получения шкурок в России начали практиковать еще в XVIII веке. Тогда было распространено полувольное –

избьяное звероводство, когда поголовье находилось в диком состоянии, а отловленный молодняк выращивался в специально построенных для этого срубах. А в конце XVIII в. было положено начало островному – вольному звероводству: выпущенные на острова звери не могли мигрировать на материк, и размножались на ограниченной территории, где осенью их легко отлавливали.

Однако разведение зверей в неволе оказалось более перспективным, чем предшествующие опыты. Уже к середине XIX века в России достигли успеха в клеточном разведении песцов и лисиц. Помог становлению русского национального дела А.В. Мальнер, написавший первую книгу по звероводству и основавший "Российское общество хозяйственного разведения промысловых животных и представителей дичи" [38, с. 81].

Звероводство в России было поставлено на промышленную основу в конце 20-х - начале 30-х годов XX века. Создавались крупные фермы и небольшие зверофермы в колхозах, к работе привлекались крупные ученые, в Московском зоотехническом институте, от которого впоследствии отделился Институт пушного звероводства (позже Московский пушно-меховой институт), готовили квалифицированных специалистов-звероводов.

К началу 40-х годов в стране насчитывалось уже более 30 зверосовхозов, которые обеспечивали поголовьем сотни колхозных ферм и поставляли пушнину на экспорт [38, с. 81]. Чаще всего в хозяйствах разводили серебристо-черную лисицу.

Развитие пушного звероводства было прервано войной, однако удалось сохранить лучшее поголовье, и уже к 44-му году довоенное поголовье было восстановлено. После войны была проведена реконструкция клеточного хозяйства. Первые годы все усилия были направлены на увеличение поголовья, но в 60-х годах звероводы активно занялись селекцией, стремясь получить новые окраски зверей [38, с. 82]. Так были получены сапфировая норка, темная серо-голубая с фиолетовым оттенком, пятнистая и многие другие.

В 70-80-е годы уровень поголовья зверей стабилизировался, и дальнейшее развитие звероводства было направлено на увеличение зверохозяйств и их специализацию. Период наивысшего подъема звероводства в нашей стране пришелся на конец 80-х, когда в год производилось более 16 млн. шкурок, большая часть которых приходилось на норку (около 14 млн. шкурок) [38, с. 82]. Другими лидерами производства были песец, лисица, нутрия, соболь и хорь.

Произошедший за последние 10 лет резкий спад в российском звероводстве автоматически сократил объемы продаж клеточной пушнины: общее производство норки, песца и лисицы сократилось с 16,9 млн. шт. в 1990 году до 3 млн. шт. в 2000 г., т.е. более чем в пять раз [38, с. 84].

Ещё 30 лет назад в Советском Союзе насчитывалось более 350 зверохозяйств, которые пользуясь государственной поддержкой, государству же свой продукт и "продавали". А уже государство перераспределяло шкурки между меховыми фабриками и выставляло излишки на международные пушные аукционы. С введением рыночной экономики буквально за несколько лет количество зверохозяйств сократилось более чем в 10 раз, и в настоящее время функционируют всего около 30, а их продукция почти полностью поглощается внутренним рынком. Продукция российских звероводческих хозяйств, в небольших объемах выставляется на экспорт, но цена на "восточноевропейские шкурки" традиционно ниже, чем на скандинавские.

Звероводческие фермы не занимаются прямыми продажами, реализация их продукции происходит через меховые аукционы (табл. 3). Меховые аукционы – это торговые площадки, на которых продается подавляющее большинство таких мехов, как: норка, песец, лиса, бобр, шиншилла, каракуль, енот, соболь и другие виды меха. На меховых аукционах выставляют свою продукцию звероводческие фермы. Цены, которые устанавливаются на меховых аукционах, фактически влияют на стоимость меха во всем мире. Меховые торги длятся в среднем 7-10 дней.

Первые дни уходят на подготовку меха, его сортировку по типам, размеру, цвету и качеству. Затем из максимально совпадающих по всем параметрам шкурок составляются лоты. Лучшие меха помимо порядкового номера получают дополнительное обозначение «топ лот» (top lot). Аукционы, на которых можно приобрести лучший мех обычно проводят в феврале. На аукцион приезжают производители меховых изделий, производится оптовый закуп «лотов». К основным аукционам можно отнести:

1. Копенгагенский
2. Финский пушной

Таблица 3.

Меховые аукционы

Основные аукционы меха				
	Название	Место проведения	Специализация	Отличительные особенности
1	Копенгагенский аукцион.	Копенгаген	Дания — самый крупный в мире производитель меха норки. Главный лот - шкурки норки.	Копенгагенский аукцион — самый большой в мире поставщик меха норки. Как единственный аукцион, сертифицированный по стандарту ISO-9001, Копенгагенский меховой аукцион гарантирует последовательно высокое качество сортировки. Отсортированный мех делится на четыре категории, каждая из которых имеет свое название. KOPENHAGEN PURPLE (это лучший мех), затем идут KOPENHAGEN PLATINUM, KOPENHAGEN BURGUNDY и KOPENHAGEN IVORY

Продолжение Таблицы 3

2	Финский пушной аукцион	Хельсинки	<p>Специализируется на продаже длинноволосой пушнины. Основной товар — песец и лиса. Норка поставляется большей частью с длинной и средней остью из Финляндии. Также Финский меховой аукцион SagaFurs предлагает шиншиллу, нутрию, каракуль, хоря, русскую норку и соболя.</p>	<p>Это второй по величине аукцион в мире. Кроме того, аукцион Saga Furs — является единственным среди пушных аукционов, чьи акции продаются на фондовой бирже. Также он является мировым лидером среди профессионалов в области торговли пушниной.</p>
3	Североамериканский пушной аукцион	Торонто	<p>Основной товар на этом аукционе — американская и канадская норка. Меха отличаются короткой остью и плотной подпушкой. Также выставляется и европейская норка, по большей части голландская. В больших количествах предлагается ондатра, енот, лиса, белка, опоссум, рысевидная кошка, рысь и много другой промысловой пушнины. Весь мир знаком с брендом: Black Nafa. Именно на этом аукционе продаются знаменитый черный мех норки высочайшего качества с низкой остью.</p>	<p>Это третий по объемам продаж аукцион в мире. Его главное отличие от аукционов Европы, это продажа товара каждой фирмы отдельно. Аукцион регулярно проводит семинары для новых клиентов, на которых рассказывают о сортировке дикой пушнины и ее особенностях. Поступающие на аукцион партии меха проходят тщательную сортировку по типу, размеру, цвету, оттенку и качеству шкурок. Их реализация осуществляется через систему аукционных торгов или в рамках частного предложения.</p>

Продолжение Таблицы 3

4	Сиэтлский пушной аукцион	Сиэтл	<p>Основной товар на этом аукционе — американская норка, которая называется «American Legend» (Американская Легенда). Во всем мире она признается самым высококачественным продуктом клеточного разведения. Американская норка отличается от своих российской и скандинавской короткой остью и необыкновенно густой подпушью, что является результатом многолетней кропотливой селекционной работы американских фермеров.</p>	<p>Изделия из черной норки с лучших ферм Америки давно стали символом качества и стильности в мире. Также там можно купить норку любого другого цвета, включая «Голубой ирис» и «Пастель» необыкновенно красивых и чистых оттенков, а также мраморную норку, которую выставляют только в мае.</p>
5	Российский пушной аукцион Союзпушнина	Санкт-Петербург	<p>Все товары поставляются из РФ и СНГ. Основной упор сделан на продаже соболя, которого здесь выставляется до полумиллиона шкур в год. Также на аукционе продается норка, лиса и песец и соболь. Из промысловой пушнины выставляется белка, колонок, рысь и горностай. К сожалению, эксперты констатируют тот факт, что количество шкурок норки, предлагаемой Союзпушниной уменьшается с каждым разом. Как объясняют специалисты, это связано с трудностями разведения зверей на зверофермах.</p>	<p>Единственный в России пушной аукцион. Был создан в 1931 году в Ленинграде. Крупнейший в мире по продаже соболя. Кроме того, Союзпушнина — это один из старейших аукционов мира, который заметно уменьшился после распада СССР. В советские времена шкурок различных животных на нем продавалось минимум в два раза больше чем сейчас</p>

Источник: Составлено автором

Следующим этапом является выставка готовых изделий фирмами оптовиками. Лидерами по пошиву розничной продукции являются Китай и Греция, также пошивом готовых изделий занимается Италия (однако большинство предприятий вынесены в Китай). Каналами распространения для производителей служат: меховые выставки, шоу-румы, для оптовых клиентов и официальные сайты с возможностью удаленного сотрудничества.

Большую часть контрактов на поставки фирмы получают именно на выставках, шоу-румы и интернет сайт в большей степени нацелены на постоянных клиентов. Число выставок велико, наиболее посещаемыми являются Hong Kong International Fur, FUR EXCELLENCE IN, MiFur (табл. 4).

Таблица 4

Основные меховые выставки.

Название выставки	Страна проведения	Город
Beijing Fur Fair	Китай	Пекин
SIMM	Испания	Мадрид
Hong Kong International Fur & Fashion	Китай	Гонконг
Mifur	Италия	Милан
Fur Excellence in Athens – International Fur Fair	Греция	Афины
NAFFEM	Греция	Кастория
LeShow	Россия	Москва

Источник: Составлено автором

1) Beijing Fur Fair

Первая выставка в году, проводится раз в году. Производители из Китая задают модный тренд на год вперед. На этой выставке проводятся различные семинары от каждого аукционного дома по следующим темам:

2) SIMM - Madrid International Fashion Fair

Организатором выставки является Экспозиционный институт Мадрида (IFEMA), который специализируется на проведении подобных событий на протяжении более 30 лет, что является проявлением как серьезности самого организатора, так и успешности проводимых им мероприятий. Изначально она проходила в рамках выставки Giftrends Madrid fair

3) Hong Kong International Fur & Fashion

Проводится раз в году в феврале и является наиболее впечатляющей выставкой модных меховых изделий в Азиатско-Тихоокеанского регионе. Гонконг признан крупнейшим в мире экспортером изысканных предметов одежды из разных видов пушнины.

4) MiFur

Выставка проводится раз в году, в марте. Ежегодно специалисты из Франции, Германии, Австрии, Швейцарии и стран СНГ посещают выставку MIFUR, чтобы проанализировать веяния моды и наладить деловые контакты. Лучшие коллекции на любой вкус представляют основные мировые производители и уже зарекомендовавшие себя новички.

5) FUR EXCELLENCE IN ATHENS – INTERNATIONAL FUR FAIR

Проводится раз в год и организуется Союзом Меховщиков Греции (NAF) в Афинах, столице Греции. Это молодая выставка, она проводится всего пару лет.

6) NAFFEM

Выставка проводится каждый год с 1982 года. NAFFEM открывает новые перспективы. Здесь посетители смогут познакомиться с Североамериканскими новаторскими коллекциями одежды, увидеть самые яркие показы мод, посетить семинары по маркетингу и последним направлениям моды, познакомиться с новейшими технологическими разработками в этой индустрии. С 1976 года каждую весну Ассоциация Производителей Меховых Изделий Кастории организует Годовую Международную Выставку, проводя её всегда в пределах города. Учитывая глобальный охват и международный интерес, выставка заслужено считается большим торговым событием не только в Западной Македонии и во всей Греции

7) LESHOW Moscow

«Leshow» - всемирно известная выставка, проводится ежегодно с 1998 года, входит в шестерку профессиональных мировых выставок в секторе

кожи и меха, на территории РФ. LeShow имеет огромный, наработанный годами опыт объединения на одной площадке производителей и закупщиков, создания новых партнерских отношений. За годы своего существования «Leshow» зарекомендовала себя как высокопрофессиональное мероприятие, в котором принимают участие производители кожевенно-меховой продукции, а также дистрибьютеры и официальные представители.

Как мы видим число выставок велико, однако наиболее посещаемыми являются Hong Kong International Fur, FUR EXCELLENCE IN, MiFur. На первый взгляд предложение на оптовом рынке мехов поражает воображение, однако, посетив ряд выставок можно сделать ряд конкретных выводов, основанных на личном опыте:

1) На всех выставках до половины участников совпадают, т.е. они переезжают с одной выставки на другую в надежде заполучить новых клиентов.

2) Многие представители выкупают по 2-3 стенда для того чтобы увеличить вероятность получения заказа.

3) Оптовые цены на одни и те же единицы товара от выставки к выставке отличаются. Наиболее дорогими являются европейские и американская выставка.

4) Наиболее новые и интересные модели зачастую можно увидеть только в частных шоу-румах оптовых компаний.

Непосредственно на этих выставках и происходят оптовые закупки всех, российских и других розничных сетей. Ни одна компания не занимается своим производством, все розничные сети занимаются ритейлом. Зачастую сведения доводимые до покупателя искажаются, многие фирмы, такие как Снежная королева, Мехамания, Лапландия, Mondial и др. крупные игроки на рынке ритейла рекламируют свои изделия как отшитые исключительно для них, на своих же фабриках. Это чистой воды мистификация, более того, одну и ту же модель зачастую вы можете найти и в других магазинах по разным ценам, хотя качество меха при этом остается неизменным. Также

большие компании задают темп смены моды на меховые изделия, также используя свои методы. Почти всегда такие игроки выкупают минимальные оптовые партии лучших моделей в оригинальном качестве и затем отвозят образцы в Китай, где огромным оптом отшиваются эти модели, но уже в другом качестве меха и пошива, действительно крупным оптом. Работать с крупными компаниями, так как дорожат своим имиджем и не желают терять прибыль, на том, что их новинки становятся массовыми. Отличить подделки от оригинала, потребителю не разбирающемуся в мехе будет тяжело, однако копии и оригиналы нацелены на разные группы потребителей.

Оптовых клиентов условно можно разделить на три типа:

- Федеральные сети (присутствие филиалов во всех крупных городах);
- Локальные сети (сети сформировавшиеся внутри города от от 2 до 4 салонов 1 бренда);
- Частные салоны (представлены по 1 в городе).

По ценовой политике условно можно разделить все меховые салоны на 4 категории: эконом, средний, элитный и экстра (табл. 5).

Таблица 5

Сегментация меховых салонов по ценовой политике

Сегмент	Сумма покупки (ценовые рамки)
Эконом	От 40000 до 100000 рублей
Средний	От 80000 до 160000 рублей
Элитный	От 120000 до 450000 рублей
Экстра	От 250000 до 1500000 рублей

Источник: Составлено автором

Для более понятного восприятия данных таблицы стоит пояснить, что в нижней границе взята базовая модель черного цвета из меха норки (прямая с капюшоном, 70см пластины, цвет черный), нижней же границей является модель из меха норки (прямая с капюшоном, с поясом, черная пластины длинна 115 см).

Каждый из выделенных сегментов имеет свои отдельные характеристики.

Эконом: ориентирован на низкую требовательность клиентов, основная идея, чем дешевле, тем лучше. Клиента не интересует ни качество, ни марка, ни модель, не то где он покупает. Основной мотив приобретения – иметь норковую шубу. Покупка может быть сделана в ломбарде, комиссионном магазине и даже с рук.

Средний: ориентирован на более требовательного покупателя, такой клиент обращает внимание на то, где он покупает изделия и интересуется качеством, однако цена изделия продолжает играть решающую роль при выборе. Чаще всего такие клиенты останавливают свой выбор на федеральных салонах.

Элитный: клиент при покупке ориентирован в первую очередь на качество и уникальность модели, хорошо осведомлен о качествах норковых изделий и стоимостных характеристиках. Цена изделия не является первоначальным мотивом приобретения. Для клиентов этого сегмента важны отзывы друзей и знакомых, индивидуальный подход и качество. Однако клиенты этого сегмента абсолютно не являются приверженцами определенного бренда.

Экстра: Клиент ориентирован на качество и бренд. Цена изделия не важна. Важны – бренд, уникальность качество. Для клиентов данного уровня покупка мехового изделия в первую очередь способ подчеркнуть социальный статус.

Нужно отметить, что сегмент «экстра» является относительно молодым, он начал зарождаться в начале 2000-х. Период формирования данного сегмента совпадает с периодом развития потребительского кредитования, что в свою очередь, оказало большое влияние на покупательскую способность населения. Благодаря кредитованию, меховые изделия стали более доступными для массового потребления. Изменилась структура спроса на данный вид товара. Покупатели сегмента «эконом» и

«средний» получили возможность приобрести более дорогое изделие сегмента «элитный». Покупатели сегмента «элитный» сформировали спрос на единичный товар, подчеркивающий уникальность владельца, тем самым сохранив принадлежность к элите общества. Необходимо подчеркнуть, что большая часть цены такого товара – это цена бренда-производителя. Причиной появления спроса на такие изделия явилось желание клиента оставаться уникальными.

Последний этап – покупка мехового изделия розничным покупателем.

Существуют различные способы оплаты мехового изделия:

- Наличный расчет;
- Безналичный расчет;
- Кредит;
- Договор банковской рассрочки;
- Договор рассрочки с магазином.

Все преимущества и недостатки для организации и клиента подробно рассмотрены в Таблице 6.

Таблица 6

Преимущества и недостатки для клиента и организации в зависимости от формы оплаты

Вид оплаты	«+» для клиента	«-» для клиента	«+» для организации	«-» для организации
Наличный расчет	<ul style="list-style-type: none"> - Возможность получить изделие здесь и сейчас - Отсутствие долговых обязательств - Бесплатное пост-обслуживание - Доп. скидки 	<ul style="list-style-type: none"> - Крупная единовременная трата 	<ul style="list-style-type: none"> - Один платеж - Без дополнительных накруток 	Отсутствуют

Продолжение Таблицы 6

Безналичный расчет	<ul style="list-style-type: none"> - Возможность получения бонусов от банка в виде Cash Back по партнерской программе - Скидка от компании 	<ul style="list-style-type: none"> - Крупная единовременная трата - Отсутствие доп. скидок от организации 	- Один платеж	- Потери от 0,5% до 5% от суммы покупки в счет оплаты эквайринга
Кредит	<ul style="list-style-type: none"> - Распределение трат по времени - Возможность расширения ценового диапазона 	<ul style="list-style-type: none"> - Переплата от 12% до 35% годовых - Возможность отказа в предоставлении кредита - Отсутствие max скидок 	Увеличение числа клиентов и потенциальных клиентов без доп. затрат	Отсутствуют
Рассрочка	<ul style="list-style-type: none"> - Отсутствуют бонусы - Распределение трат по времени - Увеличение ценового диапазона выбора товара - Удобные условия оплаты - Отсутствие переплаты 	<ul style="list-style-type: none"> - Отсутствие изделия до полной выплаты - Штрафные санкции при невыполнении условий договора 	<ul style="list-style-type: none"> Увеличение числа клиентов и потенциальных клиентов без доп. затрат Стимулирование спроса в «не сезон» 	<ul style="list-style-type: none"> - Риск неплатежей - Сумма покупки выплачивается постепенно - Риск отказа от сделки

Источник: Составлено автором

Был рассмотрен рынок мехов и его функционирование в целом. Подробно был описан путь мехового изделия от начала производства до конечного потребителя и дано описание каждому элементу цепочки.

1.3 Структура рынка мехов

Рынок представляет собой совокупность покупателей и продавцов, как правило, называют агентами, которые через их взаимодействие, как реальной и потенциальной, определяют цену товара, или набор товаров. Понятие структуры рынка, таким образом, понимается как те характеристики рынка, которые влияют на поведение и результаты фирм, работающих на этом рынке.

Основными аспектами, которые определяют рыночные структуры, являются: число агентов на рынке, продавцов и покупателей; их относительная сила переговоров, с точки зрения возможности установления цен; степень концентрации среди них; степень дифференциации и уникальности продукции; и легкость, или нет, входа и выхода на рынок. Взаимодействие и различия между этими аспектами позволяют существование нескольких рыночных структур, из которых можно выделить следующие:

Совершенная конкуренция: эффективный рынок, где товары производятся с использованием наиболее эффективных методов и наименьшего количества факторов. Этот рынок считается нереальным, но, тем не менее, представляет особый интерес для гипотетических и теоретических соображений.

Несовершенная конкуренция, которая включает в себя все возможные ситуации, которые отличаются от совершенной конкуренции. Продавцы и покупатели могут влиять на определение цены товара, что приводит к потере эффективности. Несовершенная конкуренция включает в себя рыночные структуры, такие как:

Монополия: Он представляет собой противоположность совершенной конкуренции. Этот рынок состоит из единственного продавца, поэтому кто будет иметь полное право устанавливать цены.

Олигополия: В этом случае продукты предлагаются рядом фирм. Тем не менее, количество продавцов не является достаточно большим, чтобы

гарантировать отличные цены конкуренции. Эти рынки обычно изучаются на основе анализа дуополии, так как они легче моделировать и основные выводы могут быть экстраполированы на олигополию.

Монополистическая конкуренция: этот рынок формируется большое количество фирм, которые производят аналогичную продукцию, что можно рассматривать как уникальность при условии дифференциации, что позволит ценам задерживаться выше предельных издержек. Другими словами, каждый производитель будет рассматриваться как монополия благодаря дифференциации, но весь рынок рассматривается как конкурентоспособный, поскольку степень дифференциации не достаточна, чтобы подорвать возможность эффектов замещения.

Монопсония: Похожа на монополию, но в этом случае есть много фирм по продаже продуктов, но только один покупатель – монопсонист, который будет иметь полную власть при ведении переговоров о ценах.

Олигополия: По аналогии с олигополией, но с покупателями. Продавцы будут иметь дело с увеличением переговорной власти только нескольких покупателей на рынке.

Существуют множество видов рынков, в данной работе рынок рассматривается:

- - по виду продаваемого товара (рынок мехов)
- - по масштабам охвата территории (РФ)
- - с точки зрения соответствия действующему законодательству (легальный)
- - по уровню конкуренции (монополистической конкуренции)

Монополистическая конкуренция (Рис. 6) – тип рыночной структуры, которая стала фундаментом для появления теории организации отраслевых рынков. Рынок мехов РФ обладает основными особенностями монополистической конкуренции:

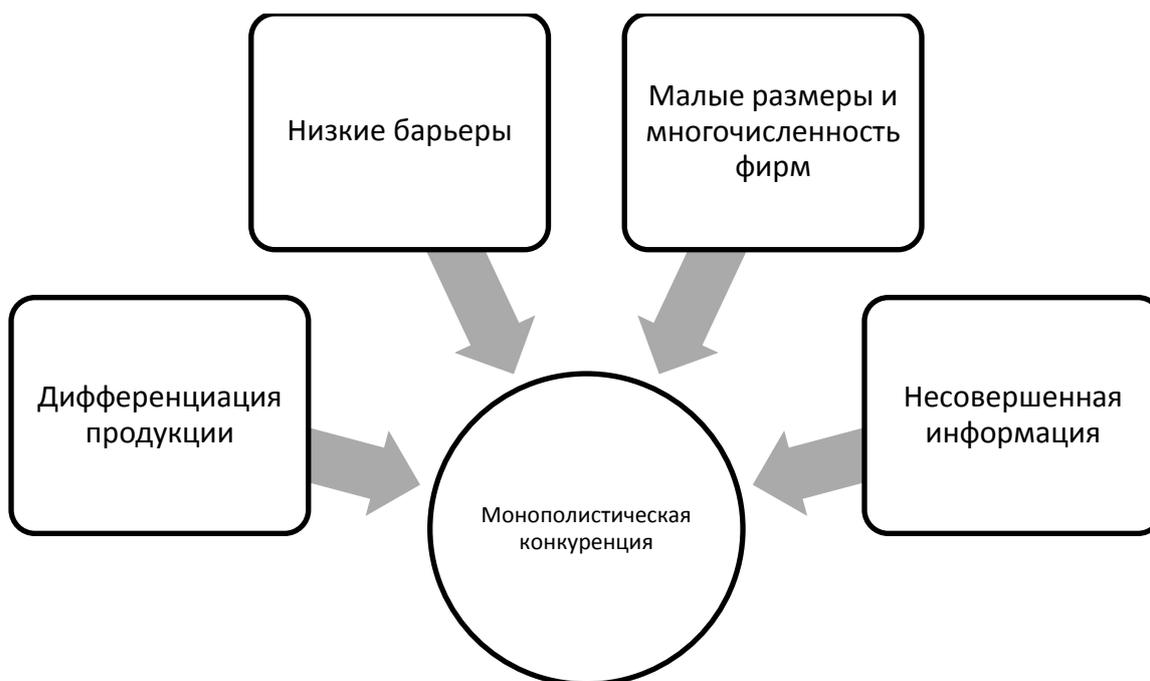


Рис. 6 – Модель рынка монополистической конкуренции

Источник:[55]

- 1) Для осуществления производства меховых изделий не требуется создания крупных предприятий, соответственно нет колоссальных денежных вложений
- 2) Можно выпускать огромное число различного по своим качествам товара, удовлетворяющего определенную потребность.
- 3) Права отдельного производителя, на созданную им разновидность продукции можно защитить с помощью авторских прав.

Рынок мехов является высоко дифференцированным, рынок мехов РФ сегментируется по ценовым сегментам от «эконом» до «экстра» класса. В определенной степени это ведет к тому, что вместо единственного рынка, формируется группа обособленных рынков. На рынке в целом существует огромное разнообразие объемов выпуска (чем выше класс изделия, тем меньше выпускается), огромный спектр цен (колеблется от 30000 рублей до нескольких миллионов долларов), различные издержки (также зависят от класса изделия).

Дифференциация товаров приводит к увеличению диапазона возможных цен, продавцы способны предложить уникальное качество, дизайн, гарантии и др. на меховые изделия. В данных условиях из-за большого числа фирм производитель эффективность маркетинга снижается, например, по сравнению с монопольным рынком.

Рынок мехов, как и любой другой рынок, имеет участников (Рис.7)

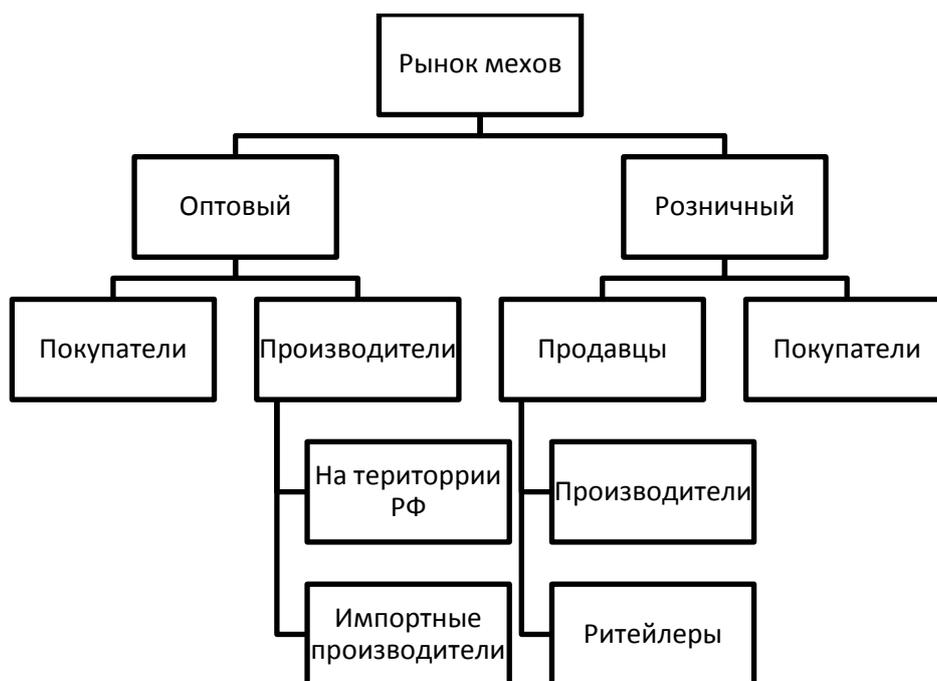


Рис. 7 – Структура рынка мехов

Источник: Составлено автором

Рынок меховых изделий можно разделить на оптовый и розничный. Основным отличием являются объемы покупаемых меховых изделий. На розничном рынке изделия продаются по одной единице, на оптовом рынке минимальной можно назвать партию из 10 штук. Некоторые российские производители не имеют розничных сетей, их продукцию продают ритейлеры, выполняющие в данном случае функцию посредника между производителем и потребителем. Большинство производителей других стран продают свою продукцию на рынке мехов через посредников – ритейлеров.

ГЛАВА 2. АНАЛИЗ РЫНКА МЕХОВ РФ

2.1. Современное состояние рынка мехов РФ

Россия остается первой страной - потребителем мехового сырья и занимает третью позицию в объеме мирового потребления готовых меховых изделий. Производцией своего собственного производства страна себя не обеспечивает даже на треть.

На фоне тотальной зависимости от импортного рынка, ситуация в отрасли заметно ухудшилась. Если в начале года спад прогнозировался только на уровне 15-20%, то сегодня по данным Росстата, он заметно выше. Индекс производства по направлению выделки, крашения меха и производства меховых изделий сократился на 27% (Рис. 8).

Индексы производства меховых изделий по Российской Федерации в январе-сентябре 2015 гг. к аналогичному периоду прошлого года (%)

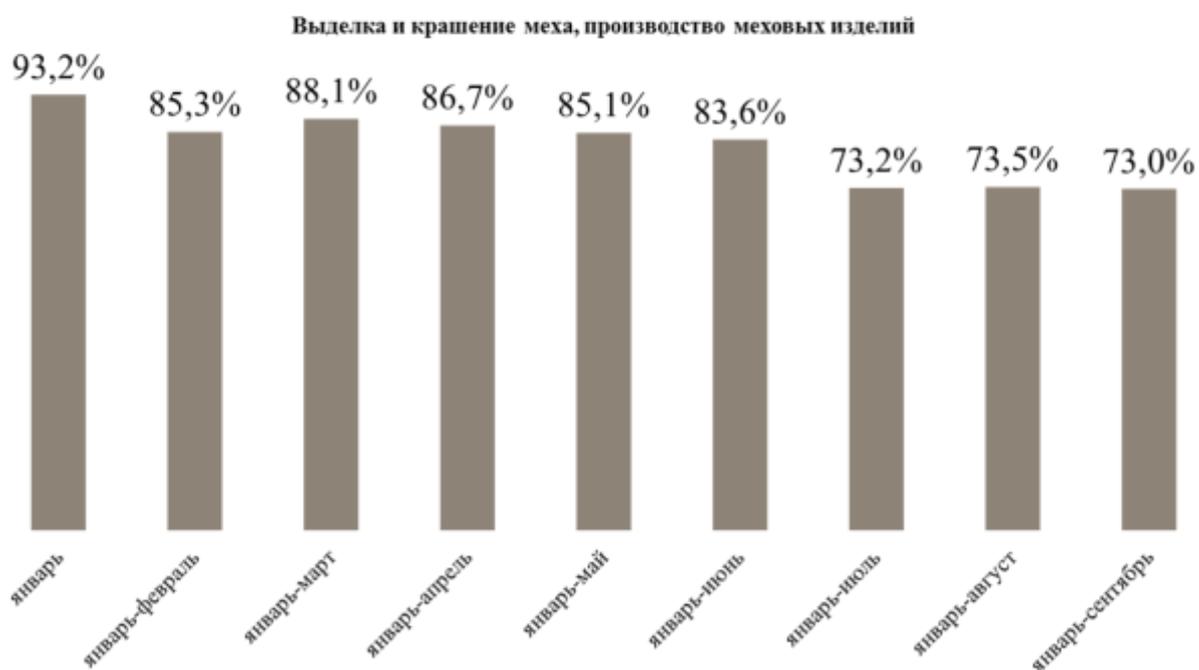


Рис. 8 – Индекс производства меховых изделий

Источник: [64]

Основная причина этого – девальвация рубля. Большинство российских предприятий, занимающихся изготовлением меховых изделий, закупают продукцию на международных аукционах, оплачивая её в долларах и евро. Кроме того, ещё с самого начала года многие компании, опасаясь дальнейшего ухудшения ситуации и падения спроса со стороны покупателей, снизили закупки и объемы производства. Как оказалось, производители беспокоились не зря, спрос действительно сократился. Цены на продукцию тем временем подросли - по сравнению с октябрем 2014 года в среднем меховые женские пальто из натурального меха подорожали на 11% до 42 тысяч рублей, женские меховые шапки на 6,3% до 7,8 тысяч рублей, а мужские шапки на 8,4% до 5,9 тысяч рублей (Рис. 9).



Рис. 9 Динамика цен на изделия из меха

Источник: [64]

Говоря о средних потребительских ценах, нельзя не сказать о другом важном моменте. По словам российских производителей, цены на многие шубы (за исключением относительно недорогих мутона, кролика) должны

начинаться от ста тысяч рублей, а на шубы из самого популярного сегодня меха норки и вовсе от двухсот тысяч. Однако сегодня в магазине или на рынке норковую шубу можно увидеть и за 30 тысяч. Иными словами, на российском рынке преобладает в основном дешевая продукция, именно она и формирует среднюю цену.

Как правило, дешевая продукция имеет низкое качество. Китайцы уже давно научились делать растяжку шкурок норки не на 110%, как этого требуют стандарты, а на все 200 и 300%, а о различных уловках с перекрашиванием и заменой меха не стоит и говорить. Покупателям на рынках и в магазинах такие изделия преподносятся как элитные шубы из Греции и Италии.



Рис. 10 – Динамика объемов выручки по основным направлениям меховой промышленности

Источник: [64]

По данным органов статистики, выручка отечественных предприятий, занятых выделкой и крашением меха, а также производством меховых изделий составила за первое полугодие 2015 года только 592,6 млн. рублей. Рост к аналогичному периоду прошлого года был значителен – 38%, но во многом он был обусловлен инфляцией. Показатели выручки от производства стабильно снижались с 2009 года, и сегодня отрасль вернулась в прошлое на 10 лет назад.

Предприятия, осуществляющие розничную торговлю меховыми изделиями, сегодня тоже переживают не лучшие времена. Их выручка увеличивалась параллельно с ростом импорта в Россию, поскольку основной товар на продажу – зарубежного производства. Обвал показателей начался ещё с 2014 года, когда из-за падения стоимости национальной валюты импортные закупки резко подорожали. Органы статистики пока не подсчитали объемы их выручки в 2015 году, однако к 1 января уходящего года они уже сократились на 60%, а снижение в этом году обещает быть ещё более масштабным.

Российский рынок зависим от импортной продукции уже много лет. Это подтверждает таможенная статистика (Рис. 11). Ежегодно в страну ввозилось товаров более чем на 200 млн долларов.

Стоимостные объемы при этом с каждым годом падали (с 471 млн в 2012 году до 243,8 млн в 2014 году) из-за большого предложения со стороны Китая и низких цен на его товары. Кроме того, по мере развития технологий обработки заметно падала себестоимость изделий. К примеру, производители очень быстро взяли на вооружение идею шить шубы из маленьких кусочков, которые раньше и вовсе относили к отходам производства, а также комбинирование разных видов меха в одном изделии.

Также сегодня на российском меховом рынке велика доля так называемого «серого» импорта - нелегально ввезенных товаров, без уплаты пошлин и налогов, а также с существенным занижением таможенной стоимости. Его масштабы оценивают от 50 до 80%.

Динамика импорта и экспорта меха и меховых изделий в 2012-2015 гг.
(млн долларов)

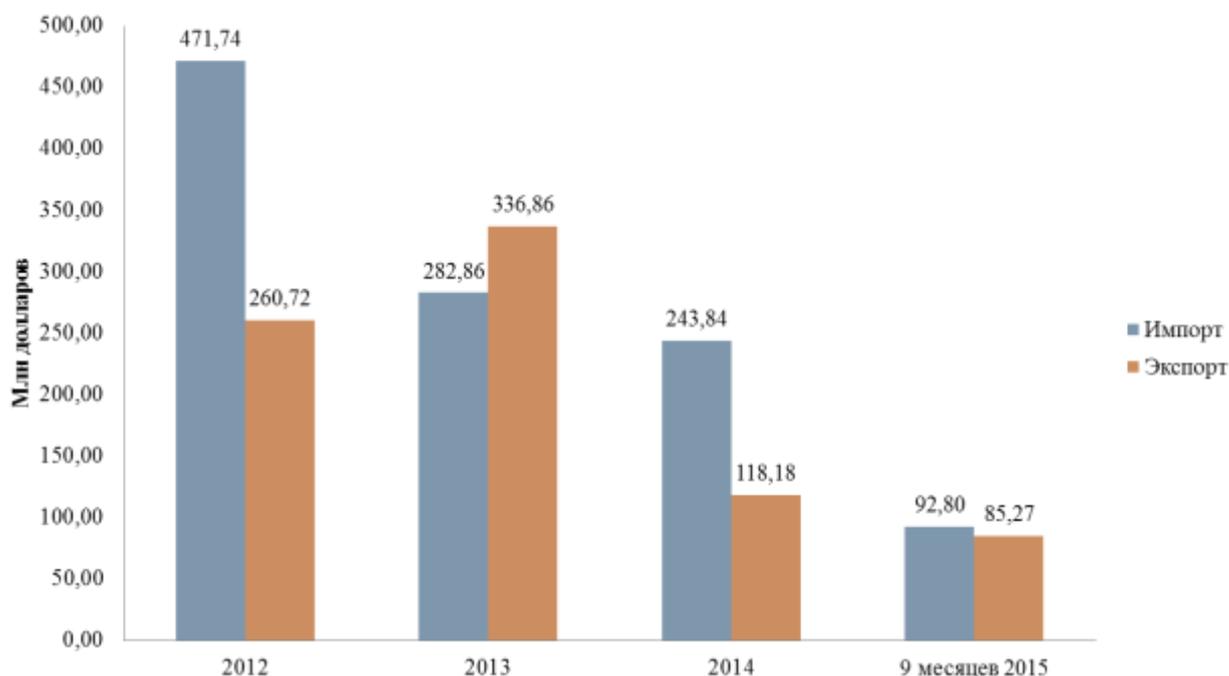


Рис. 11 – Динамика экспорта и импорта изделий из меха

Источник: [64]

Объем ввезенного товара для начисления платежей учитывается по весу, а реальная стоимость его занижается всеми возможными методами. В самом магазине выявить незаконно ввезенную продукцию уже практически невозможно.

Плохая экономическая обстановка в 2015 году привела к заметному падению импорта: по сравнению с январем-сентябром прошлого года стоимостные объемы упали на 43%, а физические на 37%. Зарубежные поставки носят сезонный характер, однако даже в осенние месяцы им не удалось выйти на прошлогодний уровень (Рис. 12)

**Динамика импорта меха и меховых изделий в январе 2014 -сентябре 2015 гг.
(млн рублей, тыс тонн)**



Рис. 12 – Динамика импорта меховых изделий

Источник: [64]

Структура поставок в целом осталась прежней - на Китай приходится половина всего импорта - 45,89 млн. долларов (Рис. 13). Стоит отметить, что по сравнению с январем-сентябрем прошлого года его доля выросла на 6% в общей структуре импорта – в условиях падения курса рубля многим компаниям стало гораздо выгоднее сменить поставщиков именно на китайских, потому что их продукция дешевле. Стоит также добавить, что многие меховые компании России отшивают шубы не на родине, а именно там, в том числе даже крупные игроки рынка «Снежная Королева» и меховая фабрика «Каляев». На втором месте по объемам импорта – Турция. В январе-сентябре из страны было импортировано меха и меховых изделий на сумму 17,56 млн долларов. В целом качество турецких товаров выше китайских, при этом в стране практически нет пушного зверохозяйства, и изделия там шьются на заказ от греческих и итальянских фирм.

**Структура российского импорта меха и меховых изделий по странам
в январе-сентябре 2015 г.
(млн долларов)**

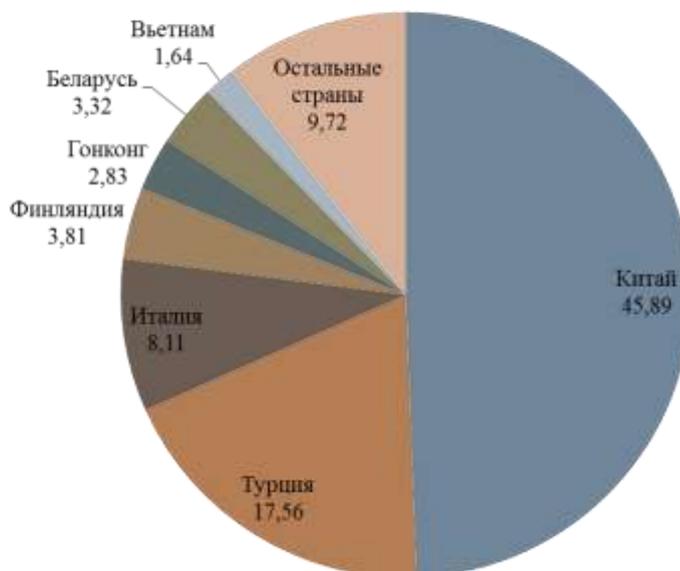


Рис. 13 Структура российского импорта меховых изделий

Источник: [64]

В меховой отрасли России сегодня сложилась крайне неправильная и невыгодная для экономики система - за рубежом мы практически полностью закупаем только готовую продукцию - уже сшитые шубы, дубленки, шапки. (Рис. 14) На них приходится 80% всего российского импорта мехов. Пушно-меховое сырье или выделанные шкурки Россия практически не закупает - обрабатывать шить из них что-либо внутри страны намного дороже.

В то же время, если возвращаться к объемам экспорта и импорта, то можно увидеть, что, несмотря на убытки и проблемы внутреннего производства, отечественные товары все же пользуются спросом на мировом рынке. В 2014 году объем экспорта меха и меховых изделий составил 118,18 млн долларов, а за 9 месяцев 2015 года и вовсе почти сравнялся с импортом - 85,27 млн долларов.

Товарная структура российского импорта меха и меховых изделий
в январе-сентябре 2015 гг.
(млн долларов)

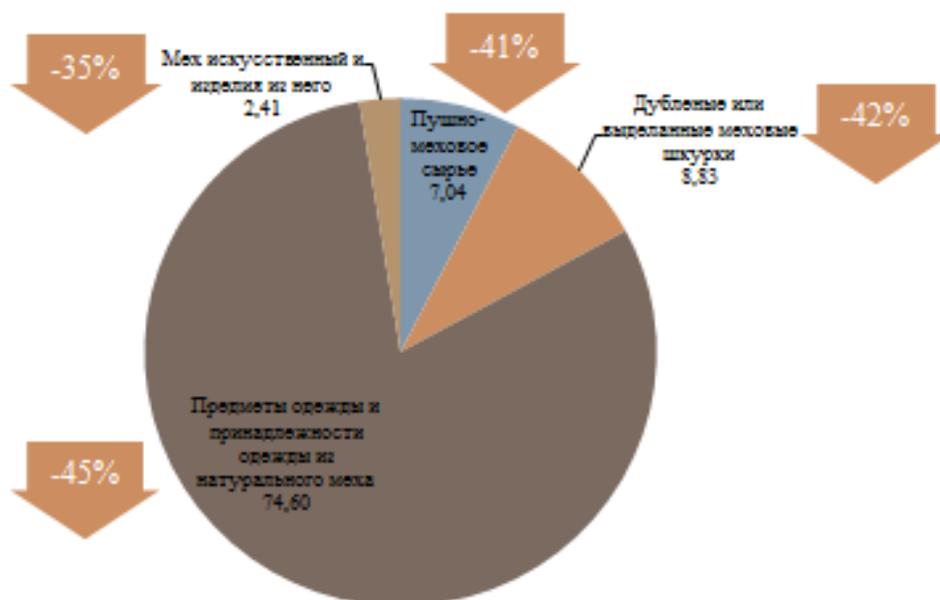


Рис. 14 – Товарная структура российского импорта меховых изделий

Источник: [64]

Проблема заключается в том, что 70% от этого экспорта составляет пушно-меховое сырье - относительно дешевые шкурки достаточно низкой степени обработки.

Кризисные месяцы 2015 года, как и следовало ожидать, привели к росту экспорта, продавать за рубеж при низком курсе национальной валюты выгодно, об этом свидетельствует рост поставок в физическом выражении на 8,9% (Рис. 15). Стоимостные объемы экспорта при этом упали на 19% - это означает, что компании стали поставлять за рубеж продукцию по заниженным ценам.

Динамика экспорта меха и меховых изделий в январе 2014 -сентябре 2015 гг.
(млн рублей, тыс тонн)

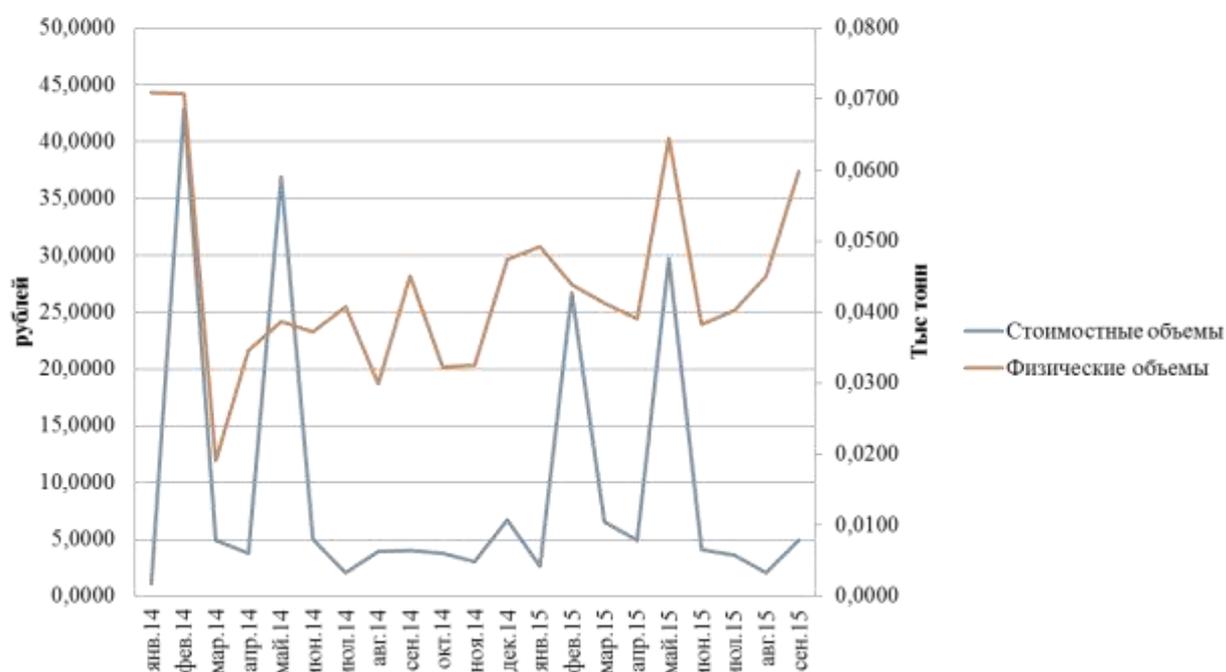


Рис. 15 Динамика российского экспорта изделий из меха

Источник:[64]

Основные покупатели российского меха – Италия (23,43 млн долларов), Великобритания (17,1 млн долларов) и Китай (7,42 млн долларов) (Рис. 16). При этом большая часть продаваемой пушнины не возвращается обратно в страну в виде готовых изделий (можно вновь обратиться к структуре экспорта, где в поставках товаров главенствуют Китай и Турция). Наличие собственных фирменных производств в Италии, Греции, Турции и других странах, откуда товары уже попадают в Россию, скорее рекламная «утка» для покупателей, в реальности их мало. Основная часть шкурок из России – более дешевых по сравнению с европейскими, но лучшего качества, нежели в Китае – окончательно уходит на аукционах в страны Европы и США.

Структура российского экспорта меха и меховых изделий по странам
в январе-сентябре 2015 г.
(млн долларов)

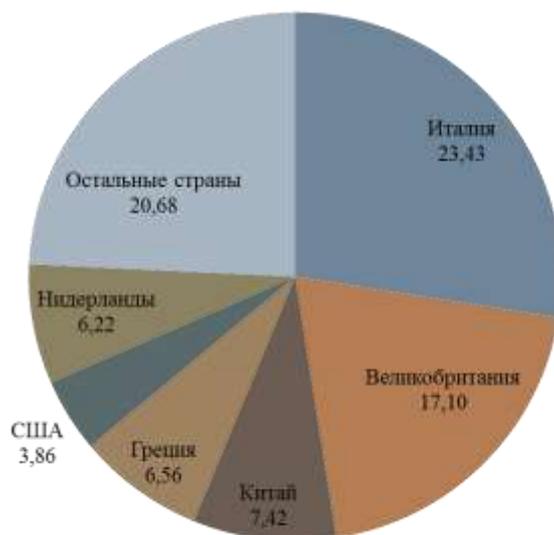


Рис. 16 – Структура российского экспорта меховых изделий

Источник:[64]

Тем не менее, стоит все же отдать должное российским производителям - в 2015 году им удалось увеличить на 66% экспорт готовой одежды из натурального меха до 22,35 млн. долларов, что в условиях конкуренции на мировом рынке можно считать достижением (Рис. 17). Пока в общей структуре экспорта на неё приходится только четверть. Основной рост поставок пришелся на Великобританию, Беларусь и Латвию.

Причина же кроется в том, что на фоне низкого спроса со стороны населения и снижения покупательной способности товары стало выгоднее поставлять на внешний рынок даже в условиях сокращения производства в отрасли.



Рис. 17 – Товарная структура российского экспорта меховых изделий

Источник: [64]

Таким образом, для простых потребителей сегодня наступили не самые лучшие времена - цены на меховые изделия выросли, производство сократилось, а на рынке значительно вырос риск купить некачественную импортную продукцию или подделку. Прослеживается положительная динамика для России, как для экспортера, на фоне падения курса национальной валюты, ряду стран стало выгодным импортировать российские изделия из меха, однако этот интерес можно считать временным.

2.2. Общие подходы к регулированию рынка мехов РФ

Регулирование рынка мехов РФ осуществляется государством, с помощью уполномоченных органов (Рис.18).



Рис. 18 Государственные структуры, регулирующие рынок мехов

Источник: Составлено автором

Правом осуществлять контроль (надзор) за ведением наделены следующие федеральные службы:

- Федеральная служба по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека.
- Федеральная служба по надзору в сфере здравоохранения и социального развития.
- Федеральная служба по труду и занятости.
- Федеральная служба по надзору в сфере природопользования.
- Федеральная служба по экологическому, технологическому и атомному надзору.
- Федеральная налоговая служба.
- Федеральное агентство по техническому регулированию и метрологии.

Компетенция названных федеральных служб в части осуществления государственного контроля (надзора) за торговлей в Российской Федерации

определена в соответствующих нормативных правовых актах, регламентирующих их деятельность. Каждый из названных государственных органов в той или иной степени контролирует деятельность в части своей компетентности и правомерности. Вместе с тем ключевым контрольно-надзорным органом в торговле является Федеральная служба по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека – Роспотребнадзор. Данному ведомству переданы определенные функции:

- Министерства экономического развития и торговли РФ в сфере надзора на потребительском рынке;
- упраздненного Министерства здравоохранения РФ в сфере санитарно-эпидемиологического надзора;
- упраздненного Министерства РФ по антимонопольной политике и поддержке предпринимательства.

Роспотребнадзор находится в ведении Министерства здравоохранения и социального развития РФ и наделен обширными полномочиями по контролю за соблюдением правил внутренней торговли, защиты прав потребителей, ранее традиционно выполняемых Министерством экономического развития и торговли РФ. Роспотребнадзор выполняет следующие функции:

- контроль за соблюдением правил продажи предусмотренных законодательством видов товаров, выполнения работ, оказания услуг;
- контроль за соблюдением законов, иных нормативных актов РФ, регулирующих отношения в области защиты прав потребителей;
- санитарно-эпидемиологический надзор за соблюдением санитарного законодательства РФ.

Роспотребнадзор осуществляет свою деятельность непосредственно и через свои территориальные органы во взаимодействии с другими федеральными органами исполнительной власти, органами исполнительной

власти субъектов РФ, органами местного самоуправления, общественными объединениями и иными организациями.

Контроль за торговлей осуществляется главным образом для защиты прав потребителей и обеспечения непрерывного поступления в государственную казну (в соответствии с законодательством) денежных средств от товарооборота на всех его стадиях. Такой контроль позволяет регулировать отношения как между покупателем и продавцом, так и между продавцом и государством.

В обязанности организаций Роспотребнадзора входит выполнение следующих функций:

- проведение плановых и частных контрольных проверок соблюдения правил торговли и качества товаров у продавцов, по мере необходимости - непосредственно у изготовителей;
- проверка наличия у продавцов (изготовителей) сертификата на продаваемые товары, других нормативных документов;
- контроль за соблюдением порядка применения цен на предприятиях торговли и общественного питания, а также отдельными физическими лицами, осуществляющими аналогичную деятельность;
- контроль за использованием весов, измерительных приборов, торгового технологического оборудования, контрольно-кассовых машин, за сроками их проверки и аттестации;
- получение от министерств, ведомств, предприятий, НИИ, лабораторий, а также граждан документации, характеризующей качество продукции, данных о производителях товаров;
- составление актов и направление обязательных к исполнению продавцами, изготовителями соответствующих предписаний о снятии с реализации товаров, опасных, вредных для жизни, здоровья, имущества потребителей, устранении выявленных

нарушений правил торговли и технологической дисциплины при производстве товаров;

- координация своей деятельности с органами местной власти и управления общественными организациями в вопросах защиты прав и интересов потребителей;
- рассмотрение писем, обращений, заявлений, жалоб покупателей на качество товаров, нарушения в торговле, общественном питании, принятие по результатам проверки соответствующих решений;
- вынесение решений о применении в установленном порядке штрафных санкций к продавцам, изготовителям, допустившим нарушения, связанные с торговлей;
- передача материалов в следственные органы для привлечения к ответственности должностных лиц, допускающих серьезные нарушения, злоупотребления в торговле;
- выступление стороной в органах суда и арбитражного суда;
- составление и представление в установленные сроки в вышестоящую организацию информации и отчетности;
- участие в разработке предложений по совершенствованию правил торговли.

По результатам проверок Роспотребнадзор выносит решения, обязательные для исполнения продавцом или изготовителем товарной продукции. Продавец или изготовитель обязаны дать свои объяснения, связанные с результатами проверок, принять срочные меры по устранению вскрытых нарушений и сообщить об этом в установленные сроки соответствующей организации Роспотребнадзора.

Санитарно-эпидемиологический надзор функционирует на основании действующего законодательства по обеспечению санитарно-эпидемиологического благополучия населения. Ответственная и сложная

задача по контролю и профилактике возложена на Министерство здравоохранения и социального развития Российской Федерации.

Федеральным органом исполнительной власти, уполномоченным осуществлять государственный санитарно-эпидемиологический надзор в Российской Федерации, является Роспотребнадзор.

На товарном рынке утвержден перечень товаров, подлежащих санитарно-эпидемиологической экспертизе, содержащий девять групп товаров. меховые изделия относятся к группе изделий из натурального сырья, подвергающегося в процессе производства обработке (окраске, пропитке, воздействию ионизирующего излучения и т.п.).

Контроль направлен на предупреждение, выявление, ликвидацию опасного и вредного влияния среды обитания человека на его здоровье.

Санитарным правонарушением признается посягающее на права граждан и интересы общества противоправное, виновное (умышленное или неосторожное) деяние (действие или бездействие), связанное с несоблюдением санитарного законодательства РФ, в том числе действующих санитарных правил, невыполнением гигиенических и противоэпидемических мероприятий, заключений, постановлений, распоряжений и предписаний должностных лиц органов и учреждений Министерства здравоохранения и социального развития.

За совершение санитарных правонарушений, повлекших или могущих повлечь за собой возникновение массовых заболеваний, отравлений и гибель людей, в соответствии с законодательством должностные лица и граждане несут уголовную ответственность.

Федеральное агентство по техническому регулированию и метрологии, подведомственное Министерству промышленности и энергетики РФ, осуществляет государственный метрологический контроль и надзор за соблюдением обязательных требований государственных стандартов и технических регламентов.

Государственный контроль (надзор) за соблюдением требований технических регламентов проводится должностными лицами органов государственного контроля

Государственный контроль (надзор) за соблюдением требований технических регламентов осуществляется в отношении процессов производства продукции, эксплуатации, хранения, перевозки, реализации и утилизации исключительно в части соблюдения требований соответствующих технических регламентов.

В отношении готовой товарной продукции государственный контроль (надзор) за соблюдением требований технических регламентов осуществляется только на стадии товарного обращения.

Основные задачи проверки торговли в части стандартизации, метрологии и сертификации состоят в следующем.

1. Предоставление органам исполнительной власти и общественным организациям достоверной информации о фактическом состоянии соблюдения торговлей установленных требований к товарной продукции, обеспечивающих безопасность жизни, здоровья людей, охрану окружающей среды, и правил обязательной сертификации.

2. Предотвращение и пресечение нарушений государственных стандартов, устанавливающих обязательные требования к товарной продукции, всеми субъектами товарного рынка.

3. Контроль за соблюдением правил обязательной сертификации товарной продукции.

Государственная проверка осуществляется на стадиях разработки товара и подготовки его к производству, изготовления, транспортировки, складского хранения, поставки, продажи, использования (эксплуатации).

Методами проверки являются испытания, измерительный контроль, технический осмотр, идентификация (соответствие товарной продукции требованиям, предъявляемым в нормативной документации или в

информации о продукции) и другие методы, обеспечивающие достоверность и объективность результатов проверки.

Меховые изделия являются обособленной группой товаров. Контроль за продажей меховых товаров возложен на Министерство природных ресурсов РФ, которое в этой сфере выполняет следующие функции:

- разработку и утверждение перечня редких и находящихся под угрозой исчезновения животных, продажа изделий (мехов, меховых и овчинно-шубных изделий) из шкур которых запрещена законодательством РФ;
- наложение запрета на торговлю меховыми товарами, изготовленными из шкур животных, занесенных в Красную книгу Российской Федерации;
- разработку правил продажи изделий из меха;
- обеспечение контроля за использованием научно обоснованных норм (квот, лимитов) изъятия объектов животного мира, включая охотничьи виды животных;
- организацию и осуществление государственного контроля в области охраны и использования охотничьих видов животных, в том числе надзор за предоставлением права на охоту и выдачей разрешений (лицензий) на охотничьи виды животных;
- выдачу лицензий на право продажи меховых товаров, которые в соответствии с законодательством РФ облагаются акцизами;
- организацию работы по выдаче в установленном порядке предприятиям (организациям) и физическим лицам разрешений на добывание диких животных, не отнесенных к охотничьим видам животных, а также на продажу, скупку, приобретение, обмен, содержание и хранение объектов животного мира и их продуктов;
- обеспечение охраны и регулирования использования объектов животного мира, не отнесенных к перечню охотничьих видов

животных, а также проведения учета указанных ресурсов, на которые имеется коммерческий спрос;

- разработку и утверждение необходимой нормативной документации по стандартизации, регламентирующей порядок хранения, упаковки, маркировки, транспортировки меховых изделий, а также правила приемки и методы контроля за качеством;
- организацию и проведение экспертизы с привлечением соответствующих специалистов.

Пожарный надзор осуществляется Государственной службой, входящая в состав Министерства внутренних дел РФ в качестве единой самостоятельной оперативной службы. Она организует разработку и осуществление государственных мер, нормативное регулирование и контроль за пожарной безопасностью на всех торговых и производственных объектах товарного рынка. За нарушение требований пожарной безопасности торгового предприятия (организации) указанные лица в соответствии с действующим законодательством могут» быть привлечены к административной, дисциплинарной или уголовной ответственности.

Дополнительному контролю со стороны таможенных органов подвергаются физические и юридические лица осуществляющие импорт готовых меховых изделий и шкур на территорию РФ. Он регулируется Федеральным законом от 27.11.2010 N 311-ФЗ (ред. от 13.07.2015) "О таможенном регулировании в Российской Федерации". Подробно импорт на территорию РФ рассматривается в главе 27 «Таможенная процедура выпуска для внутреннего потребления».

Сотрудничество с иностранными компаниями предоставляет бизнесу больше возможностей, среди которых расширение рынка сбыта товара и многое другое. Однако, здесь есть и много нюансов, которые следует учитывать, чтобы избежать возможных проблем. Среди них нужно отметить таможенное оформление грузов. Эта процедура только на первый взгляд кажется довольно простой. На самом деле для ее проведения потребуются

глубокие знания в различных сферах, в том числе таможенного законодательства, внешнеторговой деятельности и др.

Процедура таможенного оформления предусматривает наличие опыта в этой сфере. В противном случае бизнесмен сталкивается с различными проблемами при попытке самостоятельно справиться с необходимой документацией. На изучении таможенного законодательства требуется немало времени, да и учесть всю нюансы и предусмотреть возможные изменения довольно трудно. Процедура оформления выглядит примерно следующим образом. Изначально груз прибывает в зону контроля. После этого от импортера необходимо письменное или устное декларирование, в котором должны быть указаны подробные сведения о товаре. Следующий этап, который предусматривает таможенное оформление, - это подготовка всех необходимых документов.

В каждом индивидуальном случае список может дополняться и изменяться. Перечень носит только ознакомительный характер.

1. Копии учредительных документов фирмы-импортера (Покупателя).
2. Международный контракт на ВЭД. Необходим оригинал + 2 ксерокопии, заверенные печатью фирмы-импортера (получателя товара).
3. Паспорт сделки (Предусматриваются случаи, в которых оформление паспорта сделки не требуется - когда сумма контракта не превышает 50 тыс \$), оригинал + копия, заверенные банком и копия, заверенная фирмой.
4. Товаросопроводительные документы на импортируемую продукцию: а также счет-фактура (инвойс), в котором указываются реквизиты продавца, покупателя, номер контракта, упаковочный лист, ценовые характеристики товара, условия поставки по инкотермс 2010. Все данные должны совпадать с условиями контракта.

5. Сертификаты (происхождения, соответствия и т.д.), лицензии (подтверждающие разрешение на род деятельности или продажу определенных видов товаров), другие разрешительные документы (если потребуются).
6. Оригинал платежного поручения об оплате таможенных платежей, либо документ, подтверждающий оплату таможенных платежей.
7. Транспортные документы:
 - a. Международная автомобильная накладная (CMR) – при транспортировке груза автомобильным транспортом;
 - b. Товарно-транспортная накладная (сокращенно ТТН, внутрироссийская) - иногда используется при перемещении товара в пределах стран СНГ вместо CMR.
 - c. Железнодорожная накладная - при транспортировке груза железнодорожным транспортом.
 - d. Авианакладная - при транспортировке груза авиационным транспортом
 - e. Коносамент - при транспортировке груза морским транспортом;
8. Документы для подтверждения таможенной стоимости:
 - a. транспортные и страховые документы, если они имеются в зависимости от условий поставки согласно Инкотермс 2010;
 - b. счет за транспортировку или официально заверенную калькуляцию (расчет) транспортных расходов в случаях, когда транспортные расходы не были включены в счет-фактуру.
9. В качестве дополнительных сведений таможенным органом могут быть затребованы следующие документы:
 - a. - таможенная декларация страны отправления, которая заверяется отправителем (продавцом);
 - b. - контракты с третьими лицами, которые имеют отношение к сделке;
 - c. - бухгалтерская документация;

- d. - счета за платежи третьим лицам в пользу продавца;
- e. - счета за комиссионные, брокерские услуги (таможенные), имеющие отношение к сделке с оцениваемым товаром;
- f. - экспортные (импортные) лицензии;
- g. - складские квитанции;
- h. - заказы на поставку;
- i. - сведения об упаковке, весе и количестве мест на ожидаемую партию груза по каждому наименованию товара;
- j. - каталоги, спецификации, прейскуранты цен (прайс листы) фирм-изготовителей;
- k. - лицензионные или авторские соглашения;
- l. - коммерческие, таможенные и платежные документы, относящиеся к сделкам с идентичными или однородными товарами, счета, накладные, калькуляция, прейскурант изготовителя.
- m. - другие документы, которые могут быть использованы для подтверждения сведений, заявленных в декларации таможенной стоимости.

На первый взгляд импорт товаров не такая уж сложная процедура. Но как показывает опыт - всегда возникают определенные нюансы: могут появиться вопросы с оформлением документов, с растаможкой, с уплаты таможенных пошлин, входного НДС, с грузоперевозкой и т.д. Тем более если Вы импортируете в первый раз. Лучше доверьтесь профессионалам и получите качественную услугу.

Таможенное оформление грузов представляет собой комплекс процедур для контроля над перемещением товаров через границу РФ. Эти действия направлены на следующее:

Определение характера и состава груза для того, чтобы принять решение о том, можно ли впускать его на территорию страны,

Документальный контроль над прохождением груза через границу,

Определение законодательной базы сотрудничества таможенной службы с импортерами.

Все это необходимо, в первую очередь, для защиты государство и его граждан, с учетом действующих законодательных актов. Растаможивание товаров происходит и в соответствии с нормами Международного права. Это позволяет контролировать внешнеэкономический грузооборот с учетом всех специфических требований, предъявляемых к процедуре.

Если таможенное оформление было проведено неправильно, пусть даже и частично, то это грозит для участника ВЭД довольно неприятными последствиями. Так, сюда следует отнести:

- Задержку груза на таможне. Некоторые товары вследствие этого могут испортиться, что приведет к крупным убыткам.
- Несоблюдение сроков доставки и, как следствие, потеря клиентов или партнеров.
- Конфискация груза с последующим уничтожением.
- Административная и даже уголовная ответственность.

Таможенное оформление считается едва ли не самым сложным процессом во всей сфере внешнеэкономической торговли. Это связано с тем, что процедура предусматривает много бюрократических нюансов, справиться с которыми самостоятельно довольно сложно. Кроме того, в таможенном законодательстве часто происходят изменения нормативных актов, поэтому на изучение документации требуется много времени и сил.

ГЛАВА 3. АНАЛИЗ ФАКТОРОВ, ВЛИЯЮЩИХ НА РАЗВИТИЕ РЫНКА МЕХОВ В РФ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА

3.1. Оценка изменений на рынке мехов в условиях кризиса

Оценка изменений на рынке мехов в условиях кризиса затруднена тем, что не существует определенной методики ее проведения, также не выделялись и не исследовались факторы влияния на рынок мехов.

В первую очередь необходимо выделить основные факторы влияния на рынок мехов, для этого была собрана группа экспертов из 15 человек. Экспертами выступили собственники и управляющие меховых салонов. В процессе выделения был использован метод «мозгового штурма» после обсуждения были представлены 10 основных факторов, оказывающих влияние на рынок (табл. 7)

Таблица 7

Факторы, оказывающие влияние на рынок мехов

№ п/п	Факторы влияния
1	Нестабильная экономическая ситуация в странах-производителях сырья и готовой продукции.
2	Колебания оптовых цен на сырье и готовую продукцию.
3	Нарушения условий договоров компаниями производителями со своими оптовыми клиентами.
4	Нарушение сроков поставок транспортными компаниями.

5	Нестабильность курса национальной валюты.
6	Введение законопроекта о маркировке изделий из натурального меха.
7	Таможенные нормы
8	Отсутствие актуальных изменений нормативно-правовых актах и ГОСТах.
9	Потребительские ожидания и предпочтения.
10	Отсутствие российских компаний-производителей, способных заменить импортные изделия.

Источник: Составлено автором

Все перечисленные факторы можно распределить на пять основных групп:

- 1) Внешние факторы
- 2) Фактор государственного регулирования
- 3) Организационные факторы
- 4) Экономические
- 5) Фактор спроса

Каждый из выделенных экспертами факторов входит в свою подгруппу. (Рис. 19)

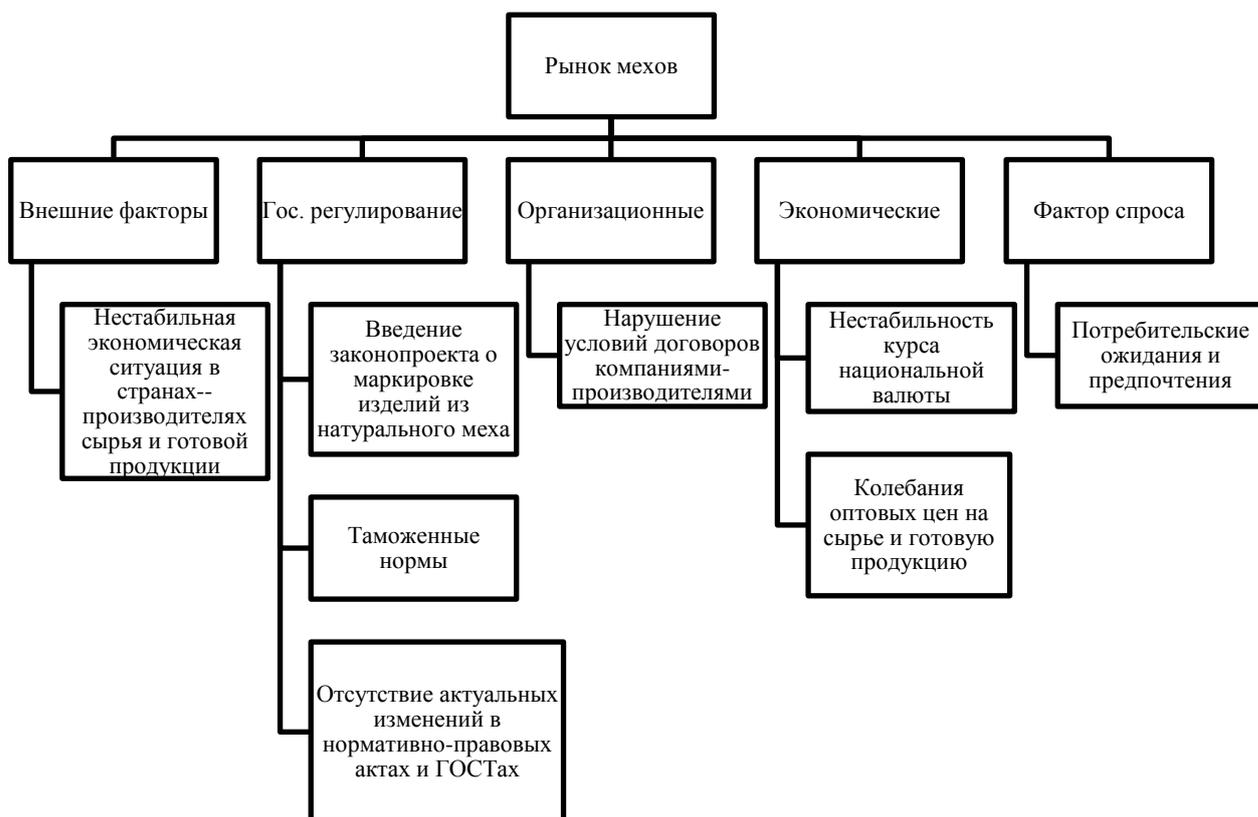


Рис. 19 Факторы, оказывающие влияние на рынок мехов

Источник: Составлено автором

Для того чтобы определить какие именно факторы оказывают большую степень влияние на рынок мехов был применен метод экспертных оценок . По результатам исследования , к основным факторам, оказывающим влияние на рынок мехов в кризисный можно отнести:

- падения курса национальной валюты;
- изменения законодательства в области государственного регулирования рынка мехов;
- изменение потребительских предпочтений.

Коэффициент конкордации равен 0,86 это значит, что мнение экспертов в данном вопросе имеет высокую степень согласованности . наиболее важным эксперты посчитали изменения законодательства в области государственного регулирования, вторым падение курса национальной валюты, третьим изменение потребительских предпочтений. Каждый из

факторов необходимо рассматривать в отдельности с более подробной характеристикой его влияния.

Падение курса рубля по отношению к доллару и евро оказало огромное влияние на рынок мехов в целом, так как совпало с началом сезона на розничном рынке. Меховой бизнес относится к сезонным видам бизнеса . (Рис. 20) Сезон для оптового рынка мехов приходится на май-июль, проходят основные меховые выставки с презентациями новых коллекций, где формируются оптовые заказы. Пик розничного интереса наоборот приходится на осенне- зимний период, потребители увеличивают активность в октябре и максимального пика она достигает в конце ноября - начале декабря.

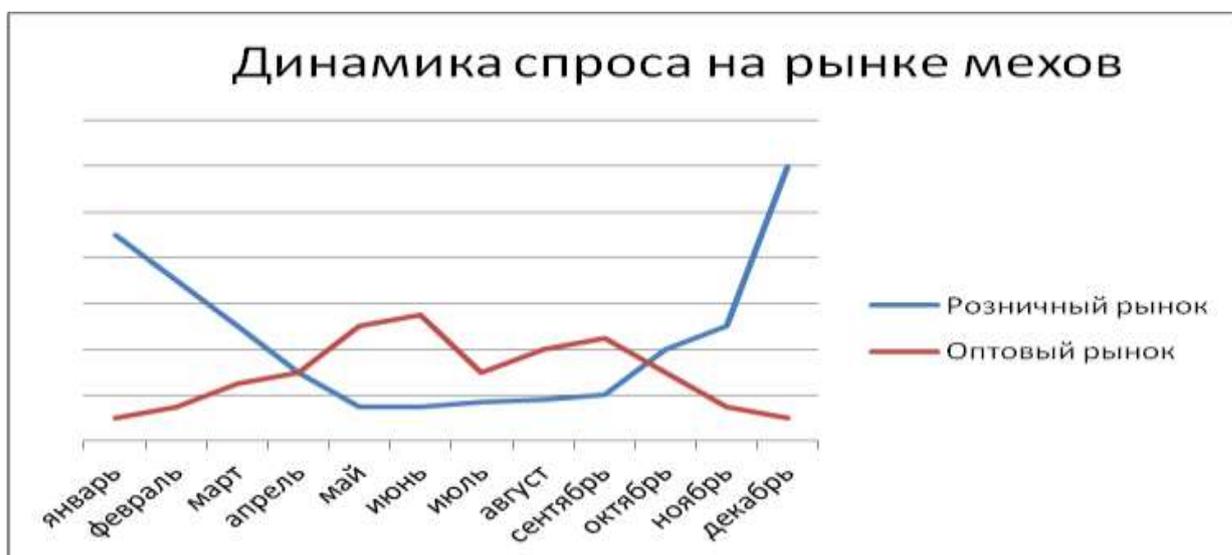


Рис. 20 – Динамика спроса на рынке мехов в зависимости от времени года

Источник: [71]

Рост курса рубля с 36 до 72 в 2014 полностью совпал с «сезоном» на рынке мехов. (Рис. 21) Результатами такого скачка явились:

- нестабильность цен на розничном рынке (цены пересчитывались в зависимости от курса и часто менялись);
- рост цены на импортные меховые изделия, чья доля оценивается до 70%;

- увеличение себестоимости импортных изделий в 2-2,5 раза с учетом транспортных расходов, страховок и таможенных сборов;
- потеря прибыли компаниями, убытки;
- негативная потребительская реакция;
- отказ от покупки мехового изделия среди большого числа потенциальных потребителей.

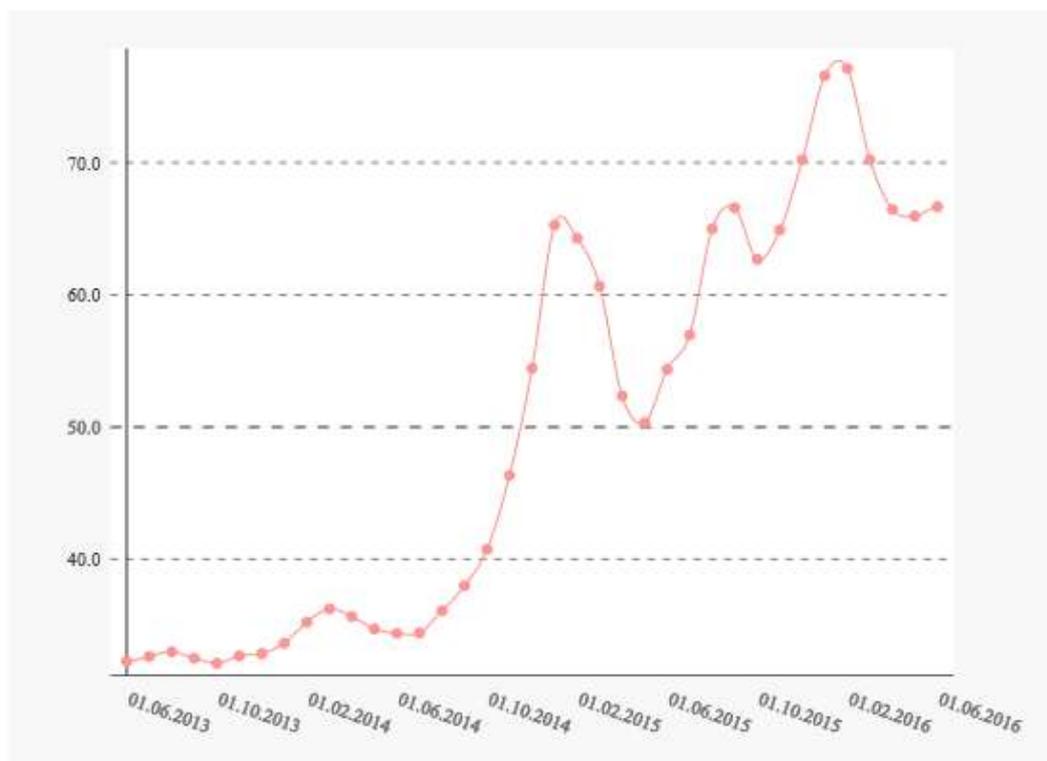


Рис. 21 – Динамика курса доллара

Источник: [69]

Данная ситуация повторилась в 2015, когда после снижения курс доллара поднялся до 82 рублей. Последние два года меховые производители и продавцы терпят значительные убытки. На рынке отсутствует стабильность. Более 50% потребления мехов приходится на Москву и Санкт-Петербург, где не наблюдается такого резкого снижения потребления. В регионах как крупные, так и мелкие фирмы терпят убытки.

Еще в 2012 году наметилась тенденция вытеснения крупными федеральными сетями частных меховых салонов. Выбрав стратегию ценовой конкуренции, рост цен, в какой-то степени играет им на руку, так как

большие сети имеют определенный запас прочности, позволяющий держать цены на определенном уровне. Мелкие игроки либо уходят с рынка, либо выбирают стратегию фокусирования, или узкой специализации, которую можно определить как выбор ограниченной по масштабам сферы хозяйственной деятельности с резко очерченным кругом потребителей. Именно стратегию фокусирования выбрали местные сети. Данная стратегия предполагает концентрацию деятельности предприятия на относительно небольшой целевой группе потребителей, части товарного ассортимента, каком-либо аспекте деятельности. Она радикально отличается от предыдущих стратегий, поскольку основана на выборе узкой области конкуренции внутри отрасли (рыночной ниши).

Причиной выбора такой стратегии часто является отсутствие или недостаток ресурсов, однако, более важная причина — усиление барьеров входа в отрасль или на рынок. Именно поэтому стратегия фокусирования или узкой специализации, присуща, как правило, небольшим предприятиям, хотя ею могут воспользоваться и крупные предприятия. При применении такой стратегии необходимо помнить, что потенциал бизнеса ограничивается, прибыль может быть упущена. Кроме того, возможна конкуренция с крупными фирмами, использующими эффект масштаба производства.

Выделяют два направления фокусирования: в пределах выбранного сегмента рынка фирма старается достичь преимущества в издержках, либо усиливает дифференциацию продукции, либо осуществляет то и другое. Для мелких меховых салонов и предприятий характерна дифференциация.

Ситуация в экономике страны значительно влияет, как на розничное потребление, так и на оптовое. Греческая ассоциация меховщиков Greek Furs Associate, проводила исследование в рамках своих участников. На момент проведения исследования в ассоциации состояли 65 крупнейших меховых фабрик Греции. Ассоциация опрашивала респондентов, с целью:

- выяснить объем оптового потребления дилерами меховых компаний;

- систематизировать розничное потребление по дистрибьюторским каналам путем опроса фабриками своих оптовых клиентов о структуре их продаж (Рис. 22);
- проанализировать динамику розничных и оптовых цен.

В общей ассоциация систематизировала информацию от 674 оптовых клиентов меховых фабрик из России

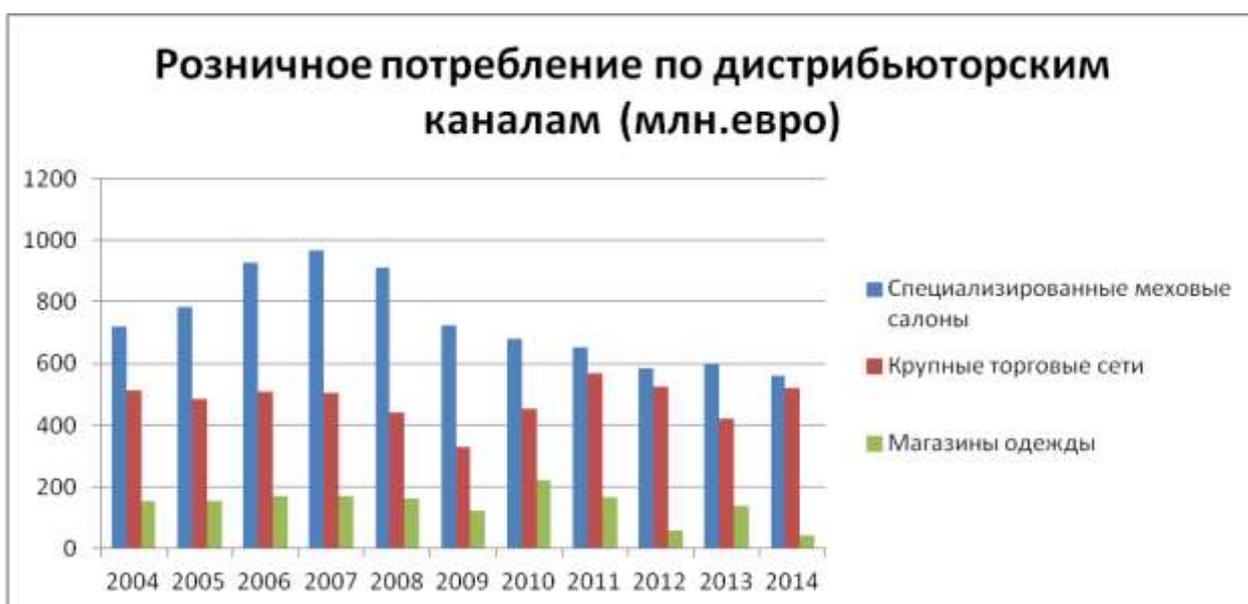


Рис. 22 Розничное потребление по дистрибьюторским каналам

Источник: [70]

Проанализировав данные исследования можно сделать ряд выводов:

- оптовое потребление клиентов снижается
- оптовое потребление достигло своего максимального значения в 2007 ,затем был спад на 7,5%
- оптовое потребление клиентов снижается и достигло своего минимума в кризисном 2015
- изменяется сама структура дистрибьюторских каналов ,снижается объем потребления частными меховыми салонами, в то время как объем потребления крупных торговых сетей остается стабильным.

Снижение потребления специализированными меховыми салонами можно объяснить тремя основными причинами:

- - часть салонов ушли с рынка
- - можно предположить, что приоритетным каналом становится импорт из Китая
- - часть компаний не выполняла заказы, сократив поставки в кризис.

Меховой рынок России по данным ФТС практически полностью является импортным, до 70% по сырью и не менее 90% по готовым изделиям. Импорт оказывает влияние на отрасль практически в той же степени, что и потребители, так как себестоимость импортного изделия рассчитывается в долларах и евро в пересчете на курс национальной валюты. Падение курса рубля повлияло не только на импортеров, но и на производителей. Для примера можно проанализировать динамику себестоимости импортных изделий из Италии. (Рис. 23) Для анализа будем использовать материалы статистического исследования Итальянской ассоциации меховщиков A.I.P. Associazione Italiana Della Pelliceria опубликованные в профессиональном журнале *Pagin edizioni* в 2015. По данным A.I.P. большую часть экспорта меховых изделий Италия осуществляет именно в Россию, до 47% от общего объема всего экспорта меховых изделий ежегодно. Именно оптовый рынок России оказывает влияние на цены меховых изделий Италии.

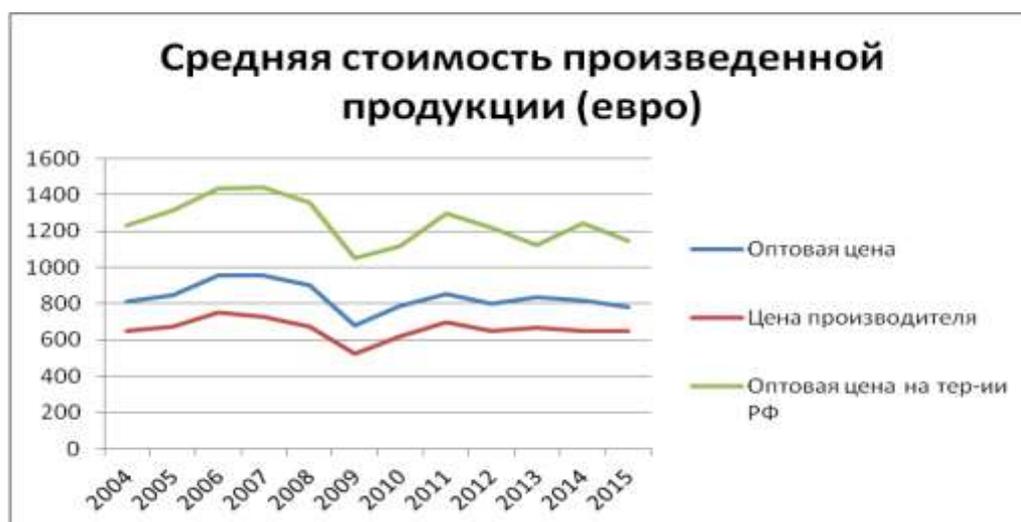


Рис. 23 – Динамика себестоимости импортных изделий из меха

Источник: [75]

Цены производителя и оптовые цены были использованы средние для сегмента эконом. По данным материалам можно сделать выводы что, оптовый рынок Италии скорректировал цены на оптовом рынке, сократив их на 24,5 % по сравнению с докризисным в России 2009 годом и отреагировал примерно также в 2015 (Рис 24).



Рис. 24 Динамика цен на оптовом рынке мехов Италии

Источник: [75]

Однако, с учетом курса валюты, даже эти меры могут оказаться недостаточными для стимулирования сбыта, так как в рублевом эквиваленте цены выросли почти в 2 раза.

Рассмотрим более подробно ценообразование на примере итальянского изделия из меха эконом класса, импортируемого в Россию.

Себестоимость рассчитывается в евро.

Средняя себестоимость товара в России = Оптовая цена единицы товара + транспортные расходы + страховой взнос + таможенные пошлины при ввозе на территорию РФ

Например, расчет за 2015:

Себестоимость = 819 + 100 (фиксировано) + 82 (10% от стоимости) + 246 (30% стоимости) = 1150

Себестоимость в рублях = 1150(стоимость в евро)* 74,7(средний курс доллара)=88000

Результаты расчетов показаны на Рис. 25



Рис. 25 – Себестоимость единицы изделия

Источник: Составлено автором

Ситуация складывается не самым благоприятным образом для оптового рынка Италии и других стран, даже при снижении производителями оптовых цен ,оптовая себестоимость на территории РФ, после импорта и пересчета в рублях остается высокой. Даная ситуация, также оказывает влияние на потребителя, существенно увеличивая розничную цену не только на импортную готовую продукцию, но и на изделия, произведенные на территории РФ из импортного сырья.

3.2 Изменения в регулировании мехов РФ и их недостатки

Изменение государственного контроля в области регулирования рынка мехов заслуживает особого внимания. В России 1 апреля стартует эксперимент по маркировке меховых изделий чипами, соответствующее распоряжение подписано премьер-министром РФ Дмитрием Медведевым. К участию на добровольной основе будут привлекаться предприниматели,

выпускающие и продающие одежду, аксессуары и другие изделия из натурального меха (табл. 8).

Таблица 8

Перечень товаров, подлежащих маркировке контрольными
(идентификационными) знаками

Код ТН ВЭД ЕАЭС	Наименование товара
4303 10 901 0	предметы одежды из норки
4303 10 902 0	предметы одежды из нутрии
4303 10 903 0	предметы одежды из песца или лисицы
4303 10 904 0	предметы одежды из кролика или зайца
4303 10 905 0	предметы одежды из енота
4303 10 906 0	предметы одежды из овчины
4303 10 908 0	предметы одежды прочие <*>

<*> Предметы одежды из иных видов меха.

Источник:[32, с. 32]

Основные цели, ради которых был разработан пилотный проект, можно обозначить как:

- снижение давления серого импорта на легальных импортеров и производителей;
- минимизация реализации контрафактной продукции ненадлежащего качества на территории РФ;
- увеличение поступлений в федеральный бюджет за счет таможенных сборов;
- защита интересов потребителей, который получит полную и достоверную информацию о приобретаемом товаре;
- стимулирование спроса среди российских ритейлеров на меховые изделия произведенные на территории РФ.

Известно, что 20 крупнейших представителей мехового бизнеса уже выразили готовность принять участие в пилотном проекте. Эксперимент продлится до 31 декабря 2016 года, его итоги будут подведены в феврале 2017 года. Оператором системы маркировки товаров контрольными знаками назначена Федеральная налоговая служба.

Согласно законопроекту маркироваться будут как изделия, произведенные на территории стран ЕАЭС, так и ввезенные в эти страны из-за границы. Каждая метка будет содержать собственный идентификационный номер, а также информацию о категории и наименовании товара, стране его происхождения, производителе или импортере.

В целом для предпринимателей и юридических лиц, занимающихся торговлей меховыми изделиями механизм чипирования примерно одинаков. Предприниматели и юридические лица должны будут размещать заявки на изготовление чипов в информационной системе проекта «маркировка». Предварительно необходимо будет вступить в ассоциацию автоматической идентификации «Юнискан» для индивидуальных предпринимателей и «GS1Russia» для юридических лиц. После получения Ассоциацией оригинала заявления выставляется счет (25 000 рублей — вступительный взнос). По истечении 1 года пребывания в Ассоциации вносится ежегодный взнос в размере 15 000 рублей. В рамках пилотного проекта это происходит бесплатно, однако что будет дальше и будет ли необходимым оплачивать ежегодные взносы в дальнейшем, не обозначено. Во всех странах членство в данной организации является добровольным, что выявляет определенное противоречие в законопроекте. Вступив в ассоциацию, необходимо будет предоставить перечень товаров и их характеристик, в виде таблицы, содержащей 10 пунктов описания. После одобрения ФНС метки будут изготавливаться официальным поставщиком и высылаться бизнесменам. Официальным поставщиком чипов станет федеральное государственное

унитарное предприятие "Госзнак", с которым предварительно будет необходимо заключить договор.

На первый взгляд система кажется довольно простой и однозначной, однако основные проблемы могут возникнуть при указании данных по таможенным документам и сертификатам соответствия качества. Вопрос сертификации можно решить, отдав образцы шкур, из которых сшиты изделия на экспертизу и, при условии удачного прохождения всех тестов, получить необходимое заключение. Ситуация с указанием регистрационного номера декларации на товары, в соответствии с которой товар был выпущен в оборот, может вызвать ряд проблем у организаций – импортеров. Импорт новых товаров будет производиться по новой схеме, предусмотренной законопроектом. Импортеры обязаны маркировать меховые изделия до пересечения ими границ стран ЕАЭС — для этого им придется обеспечивать поставки чипов на фабрики производителей. А вот где именно программировать чипы — до границы или после,— импортеры будут вправе решать сами. Главное, чтобы идентификационные номера меток были внесены в таможенную декларацию. Что касается маркировки товарных остатков, ситуация остается довольно противоречивой. Какие санкции будет правомерным применить в ситуациях, где сам продавец получил недостоверную информацию. Например, индивидуальный предприниматель приобрел импортный товар на территории РФ под видом российского, при этом оплата могла производиться за наличный расчет, единственным подтверждением сделки является счет-фактура, на тот момент это было правомерным. Рассмотрим, вторую ситуацию, импорт осуществлялся через посредника, транспортную службу или карго, на территории иностранного государства и предоставленные номера таможенных деклараций не соответствуют действительности, хотя все таможенные пошлины были уплачены в должном объеме. Это только самые распространенные из возможных ситуаций, не учтенных в законопроекте, а подобных спорных ситуаций могут возникнуть тысячи. Для российских производителей

процедура чипирования осуществляется тем же путем, значительная разница состоит лишь в том, что в отправляемых данных не будет информации о таможенных накладных. Также, российским производителем придется приобрести оборудование для нанесения и считывания FRID метки с КИЗ (контрольного идентификационного знака).

Можно выделить следующие проблемы:

- организация контроля за ввозом импортных изделий, ведь ранее на территорию РФ уже были ввезены тонны контрафактной продукции;
- коррупция в аппаратах ФНС и таможни;
- удорожание себестоимости импортных изделий при официальном растаможивании на 30%, что скажется на конечной цене для розничного потребителя;
- конфликт интересов малого и крупного бизнеса, для которого финансовые издержки нового законопроекта окажутся незначительными, в отличие от мелких производителей и импортеров;
- неспособность российских производителей удовлетворить внутренний спрос;
- большое число противоречий и неучтенных ситуаций в законопроекте, которые затруднят регистрацию меховых изделий;
- удорожание стоимости российских товаров из импортного меха;
- неконкурентоспособность российского сырья по сравнению с импортным по качественным характеристикам.

Проанализировав основные положения законопроекта с учетом текущей неблагоприятной ситуации на рынке мехов, можно с уверенностью сказать, что на данный момент процесс его реализации может привести к множеству проблем, решение которых требует достаточно серьезной проработки. Решение о сохранении законопроекта в рамках пилотного, даст время выявить противоречия и устранить их.

Страны Евразийского экономического союза договорились о внедрении специальных чипов для маркировки товаров легкой

промышленности в сентябре 2015 года. Стоимость одного устройства с RFID-меткой, разработкой которого занималась портфельная компания «Роснано», составит от 15 до 22 рублей, а весь эксперимент обойдется в 473,5 миллиона рублей [4].

Обобщив проблемы, можно выделить следующие:

- организация контроля за ввозом импортных изделий, ведь ранее на территорию РФ уже были ввезены тонны контрафакта;
- коррупция в аппаратах ФНС и таможни;
- удорожание себестоимости импортных изделий при официальном растаможивании на 30%, что скажется на конечной цене для розничного потребителя;
- конфликт интересов малого и крупного бизнеса, для которого финансовые издержки нового законопроекта окажутся незначительными, в отличие от мелких производителей и импортеров;
- неспособность российских производителей удовлетворить внутренний спрос;
- большое число противоречий и неучтенных ситуаций в законопроекте, которые затруднят регистрацию меховых изделий;
- удорожание стоимости российских товаров из импортного меха;
- неконкурентоспособность российского сырья по сравнению с импортным по качественным характеристикам.

Проанализировав основные положения законопроекта с учетом текущей неблагоприятной ситуации на рынке мехов, можно с уверенностью сказать, что на данный момент процесс его реализации может привести к множеству проблем, решение которых требует достаточно серьезной проработки. Решение о сохранении законопроекта в рамках пилотного, даст время выявить противоречия и устранить их.

3.3 Оценка изменения потребительского поведения в кризисный период и их влияние на рынок мехов

Изменение потребительского поведения – один из наиболее важных факторов, влияющих на рынок мехов в целом. Спрос воздействует на всех участников рынка мехов. Для того чтобы определить возможные пути развития рынка в дальнейшем, нужно оценить изменение потребительского поведения за последний период и выделить ключевые тенденции, характерные для поведения потребителей в кризисные годы 2008 и 2014 . Для этого необходимо проанализировать ряд индексов и оценок, конкретно:

- индекс потребительской уверенности;
- оценка изменения экономической ситуации в России;
- оценка изменения личного материального положения;
- оценка текущих условий для крупных покупок и сбережений;
- индекс потребительской уверенности по возрастным группам населения;
- оценка ожидаемых изменений экономической ситуации через год.

Первый из показателей, отражающий совокупные потребительские ожидания населения - это индекс потребительской уверенности (Рис. 26). Как мы видим из рисунка индекс имеет минимальные значения в 4 квартале 2008 и первые кварталы 2009 года, также резкое падение наблюдается в 3 квартале 2014, которое продолжается до 1 квартала 2015, затем происходит небольшой рост и падение до того же уровня в 1 квартале 2016. Колебания индекса потребительских цен совпадают с периодами кризисных явлений в экономике России.



Рис. 26 – Индекс потребительской уверенности

Источник: [64]

Снижение индекса потребительской уверенности обусловлено отрицательной динамикой большинства его компонентов. При этом, наибольшее снижение отмечается в оценках населением произошедших изменений в экономике России. Более умеренное снижение наблюдается в оценках населением ожидаемых изменений в экономике России, произошедших изменений в личном материальном положении и благоприятности условий для крупных покупок.

В течение следующих 12-ти месяцев положительных изменений в экономике страны ожидают 15% опрошенных (в IV квартале 2015г. - 16%). Доля негативных оценок увеличилась до 41% (в IV квартале 2015г. - 37%). Доля респондентов, считающих, что экономическая ситуация в России не изменится, осталась на прежнем уровне и составила 39%.

На данном этапе можно сделать вывод, что индекс потребительской уверенности 2016 году не имеет предпосылок к росту в течение следующих трех кварталов, не достигнув своего минимального значения (-34% в 4 квартале 2008), он также как и в кризисный период 2008-2009 находится в коридоре от -20% до -35%.

Следующий индекс- индекс произошедших изменений в экономике России, респонденты оценивают произошедшие изменения в экономической ситуации (Рис. 27). Интересным является тот факт, что индекс произошедших изменений за год и индекс ожидаемых изменений через год, примерно совпадают практически на всем периоде наблюдения, кроме кризисных периодов.

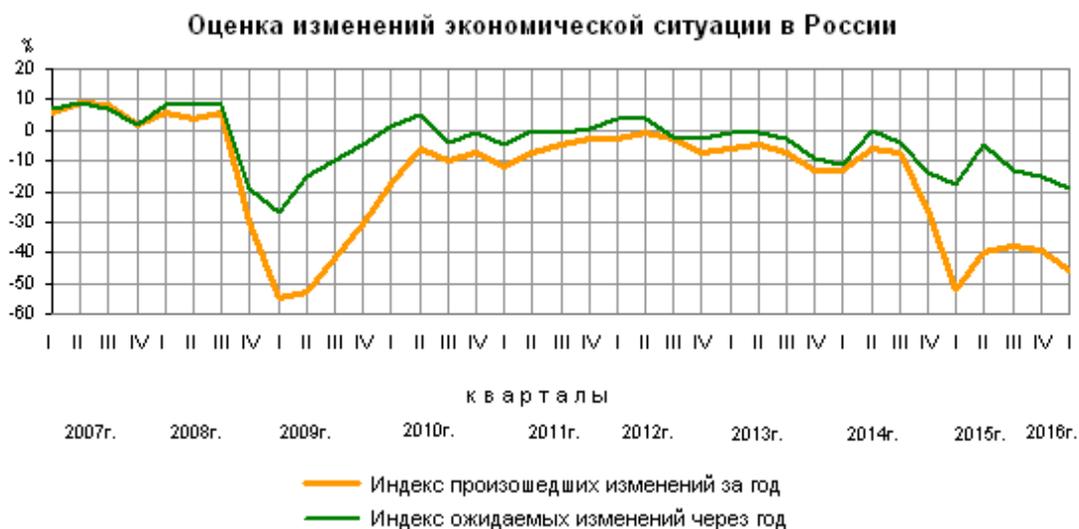


Рис. 27 Индекс изменения экономической ситуации

Источник: [64]

Также, одним из важнейших индексов является, индекс ожидаемых изменений в личном материальном положении. Доля респондентов, ожидающих улучшения своего материального положения в течение следующих 12-ти месяцев, по сравнению с IV кварталом 2015г. не изменилась и составила 9%. Доля отрицательных оценок увеличилась до 33% (в IV квартале 2015г. - 31%).

Доля респондентов, положительно оценивающих изменения в своем материальном положении в течение года, составила 6% (в IV квартале 2015г. - 7%). Доля отрицательных оценок увеличилась до 53% (в IV квартале 2015г. - 48%). Больше половины респондентов оценивают свое материальное положение, как отрицательное (Рис. 28).



Рис. 28 Оценка изменений личного материального положения

Источник: [64]

Меховое изделие относится к крупной покупке. Индекс благоприятности условий для крупных покупок опустился до (-43%) против (-38%) в IV квартале 2015 года и плавает в коридоре от (-43% до -34%) с момента обвала. Он достиг своего минимального значения, начиная с 2009 года. Респонденты не готовы совершать крупных покупок, в то время индекс благоприятности условий для сбережений показывает себя более стабильным (Рис. 29).

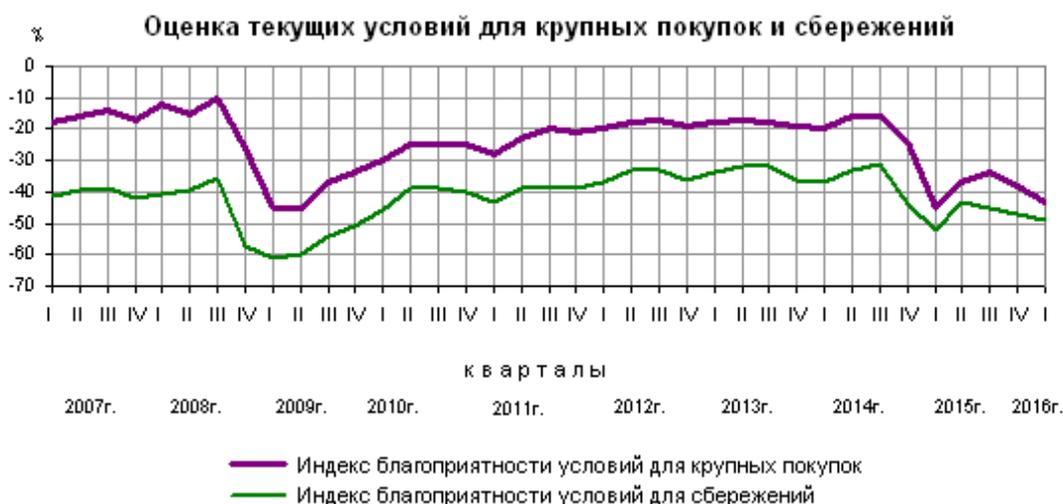


Рисунок 29 Индекс благоприятности условий

Источник: [64]

Индекс потребительской уверенности по возрастным группам в I квартале 2016г. по сравнению с IV кварталом 2015г. снизился по всем возрастным группам: у молодежи (в возрасте от 16 до 29 лет) - на 1 процентный пункт, у лиц среднего возраста (от 30 до 49 лет) - на 4 процентных пункта, у лиц старшего возраста (50 лет и более) - на 6 процентных пунктов и негативная тенденция также сохраняется, затрагивая основные возрастные группы покупателей меховых изделий (Рис. 30).

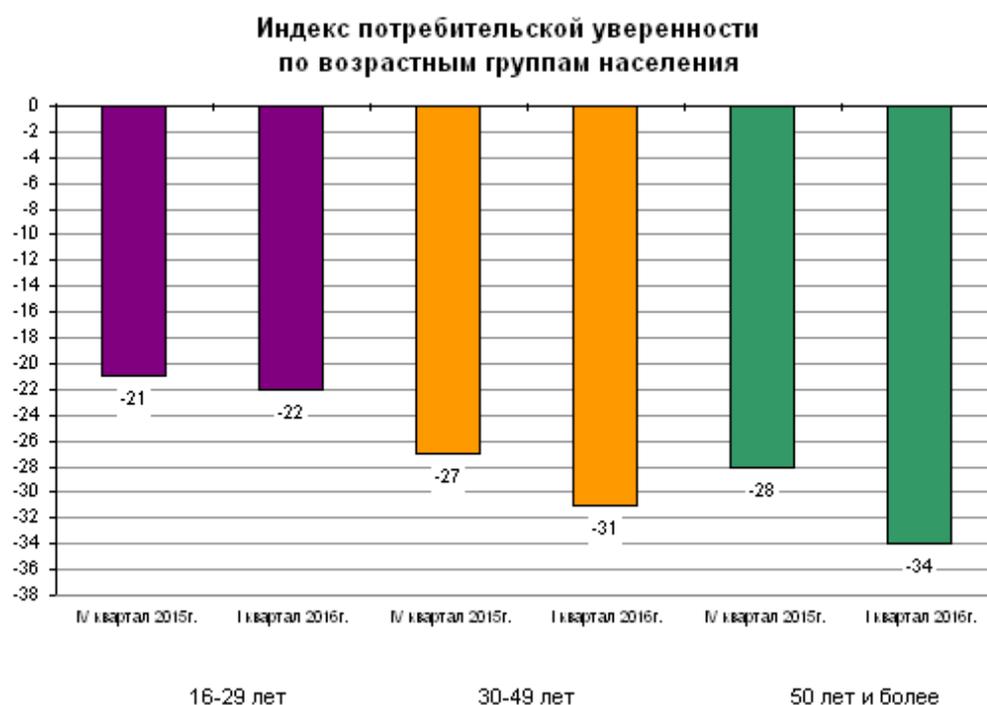


Рис. 30 – Индекс потребительской уверенности

Источник: [64]

Индекс ожидаемых изменений экономической ситуации в России в I квартале 2016г. по сравнению с IV кварталом 2015г. также снизился по всем возрастным группам: у молодежи (в возрасте от 16 до 29 лет) с (-7%) до (-10%), у лиц среднего возраста (от 30 до 49 лет) с (-18%) до (-19%) и у лиц старшего возраста (50 лет и более) с (-17%) до (-22%). Он также имеет нисходящую направленность по всем возрастным группам (Рис. 31).



Рис. 31 Оценка ожидаемых изменений экономической ситуации

Источник: [64]

На основе анализа изменения потребительских предпочтений можно сделать выводы:

- потребитель оценивает экономическую ситуацию в стране как негативную, не ожидая значительных улучшений;
- теряет потребительскую уверенность;
- не готов к крупным покупкам, предпочитая сберегать ;
- не ожидает улучшения текущей экономической ситуации.

Подводя итог всему выше сказанному можно сделать вывод, что в перспективе потребление на рынке мехов будет только падать.

Анализ мехового сектора не ограничивается оценкой его размеров, но также ставит перед собой цель изучить качественные аспекты, чтобы понять поведение потребителей и определить тенденции и предпочтения, которые обуславливают развитие потребления. Итальянская ассоциация меховщиков *Associazione Italiana della Pellicceria*, проводила исследование в рамках своих участников. На момент проведения исследования в ассоциации состояли 49 крупнейших меховых фабрик Италии. Ассоциация выполнила опрос 248 оптовых компаний из России через фабрики состоящие в ассоциации

Были выявлены ряд интересных закономерностей, отражающих предпочтения современного потребителя. Первое из предпочтений – это предпочтение по типу меха. Предпочтения изменились, а именно: (Рис. 32)

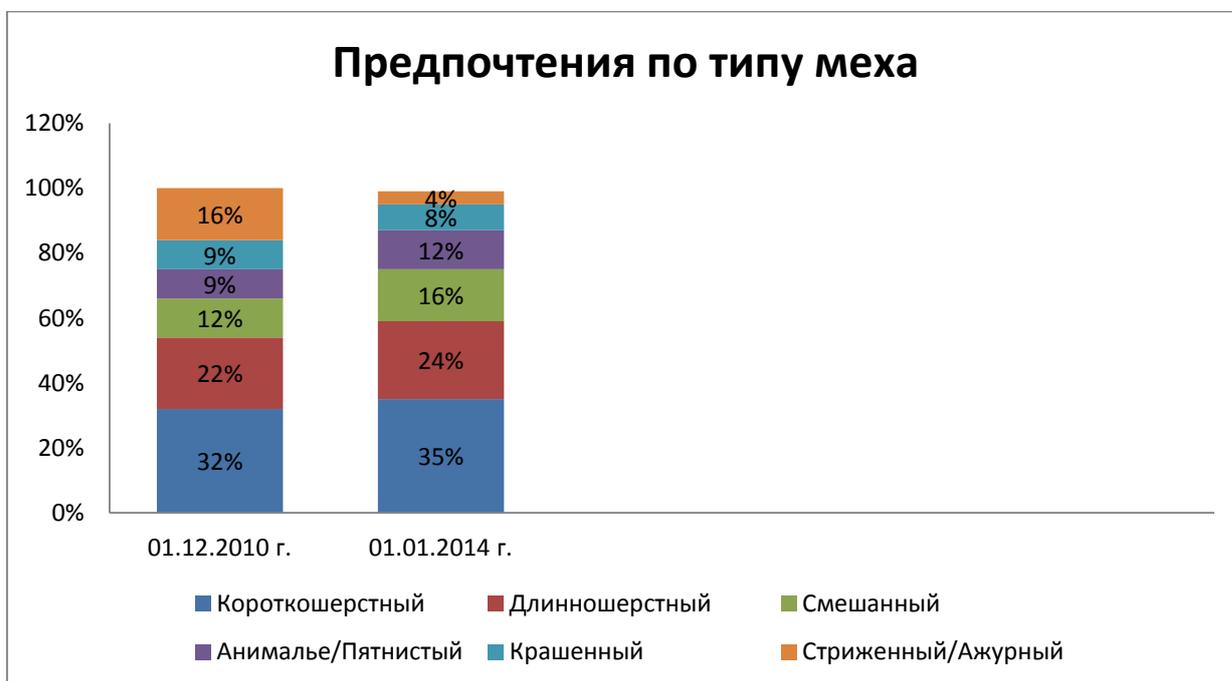


Рис. 32 – Предпочтения потребителя по типу меха

Источник: [74, с. 125]

- короткошерстный мех подтверждает свое лидерство, на втором месте длинношерстный мех;
- вырос интерес к пятнистым изделиям и изделиям, смешивающим между собой разные виды меха;
- с 16% до 4% сократилась лояльность к стриженным мехам.

Вторая закономерность в изменении предпочтений потребителя по типу товаров (Рис. 33). К основным изменениям можно отнести :

- длинное традиционное пальто уступает дорогу коротким моделям;
- длинные шубы все еще нравятся мужчинам;
- женщины напротив, стали выбирать более современную и повседневную версию меховой одежды, пересмотренные в соответствии с новыми формами и образом жизни (все больше женщин передвигаются на машинах и ценят удобство движения).

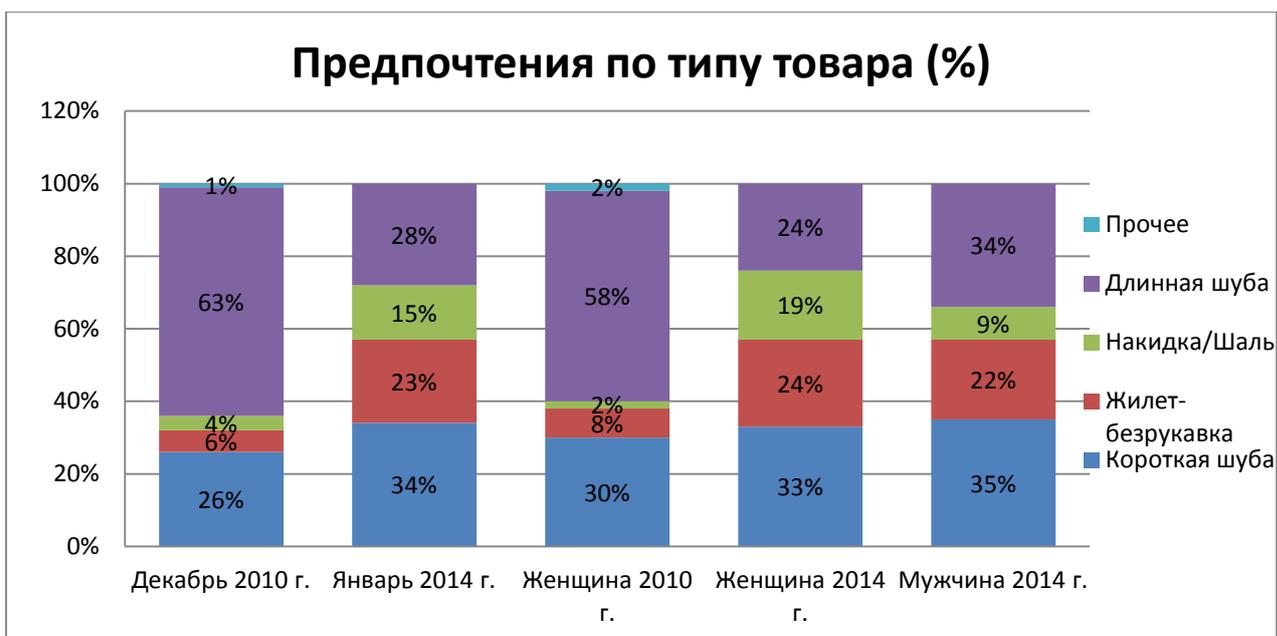


Рис. 33 – Предпочтения по типу товара

Источник: [74, с. 126]

Третьей закономерностью является тот факт, что в 2015 почти 60% мужчин заявило, что они приобретают меховую одежду преимущественно в подарок (Рис. 34).



Рис. 34 – Назначение покупки

Источник: [74, с. 127]

Необходимо отметить следующее:

- женщины являются основными потребителями шуб, но исследование показало, что доля мужчин, покупающих для себя, хотя и в небольшой степени, но растет;

- более сбалансированы покупки меховых аксессуаров, которые хороши в качестве подарка для женщин.

Характеристики критериев покупки меховой одежды у мужчин и женщин отличаются. К качественным характеристикам можно отнести: соотношение цены и качества, изнашиваемость, качество меха, качество изготовления, соответствие видов, удобство, стиль, бренд.

Для мужчин основными параметрами при выборе мехового изделия являются соотношение цены и качества, изнашиваемость. (Рис. 35) Женщин больше интересует соответствие видов (то, как изделие «сидит»), удобство и стиль. (Рис. 36)

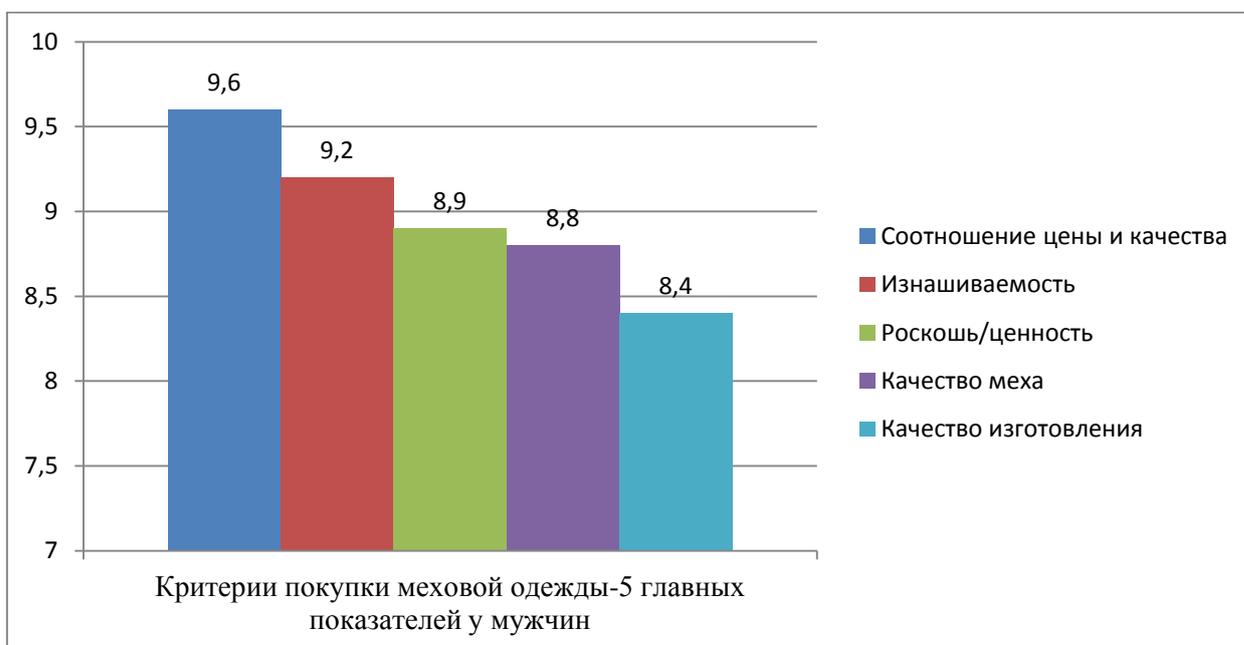


Рис. 35 – Критерии покупки меховых изделий у мужчин

Источник: [74, с. 127]

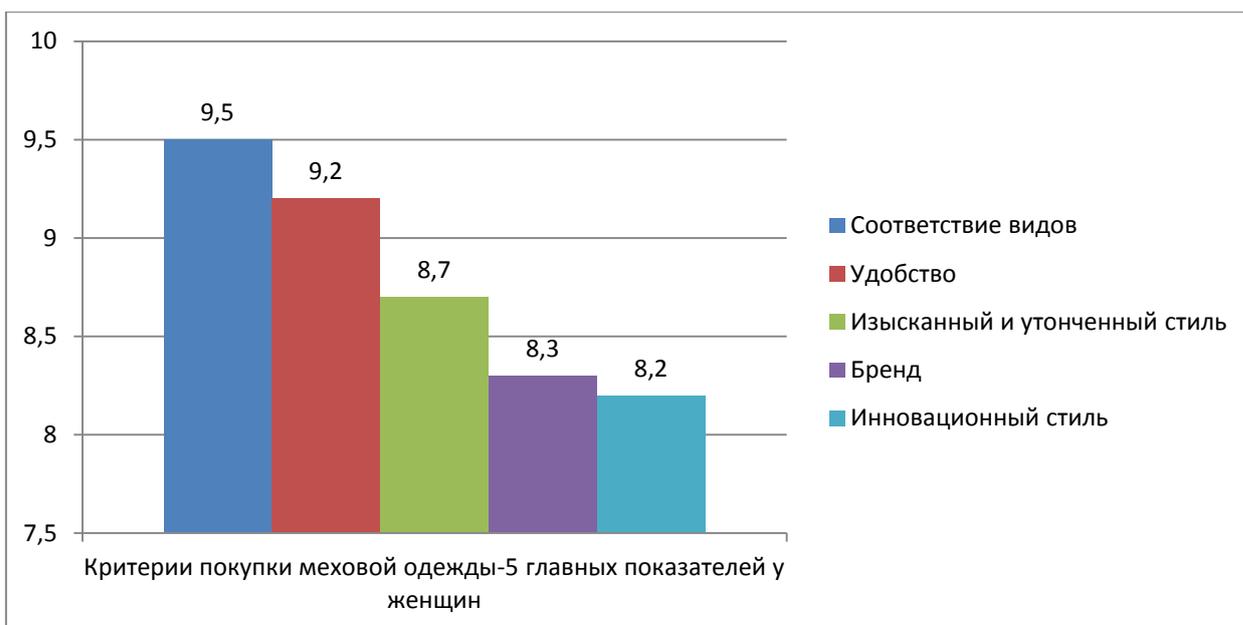


Рисунок 36 – Критерии покупки меховой одежды у женщин .

Источник: [74, с. 128]

Следующим критерием является распределение покупателей по возрастным группам (Рис. 37).

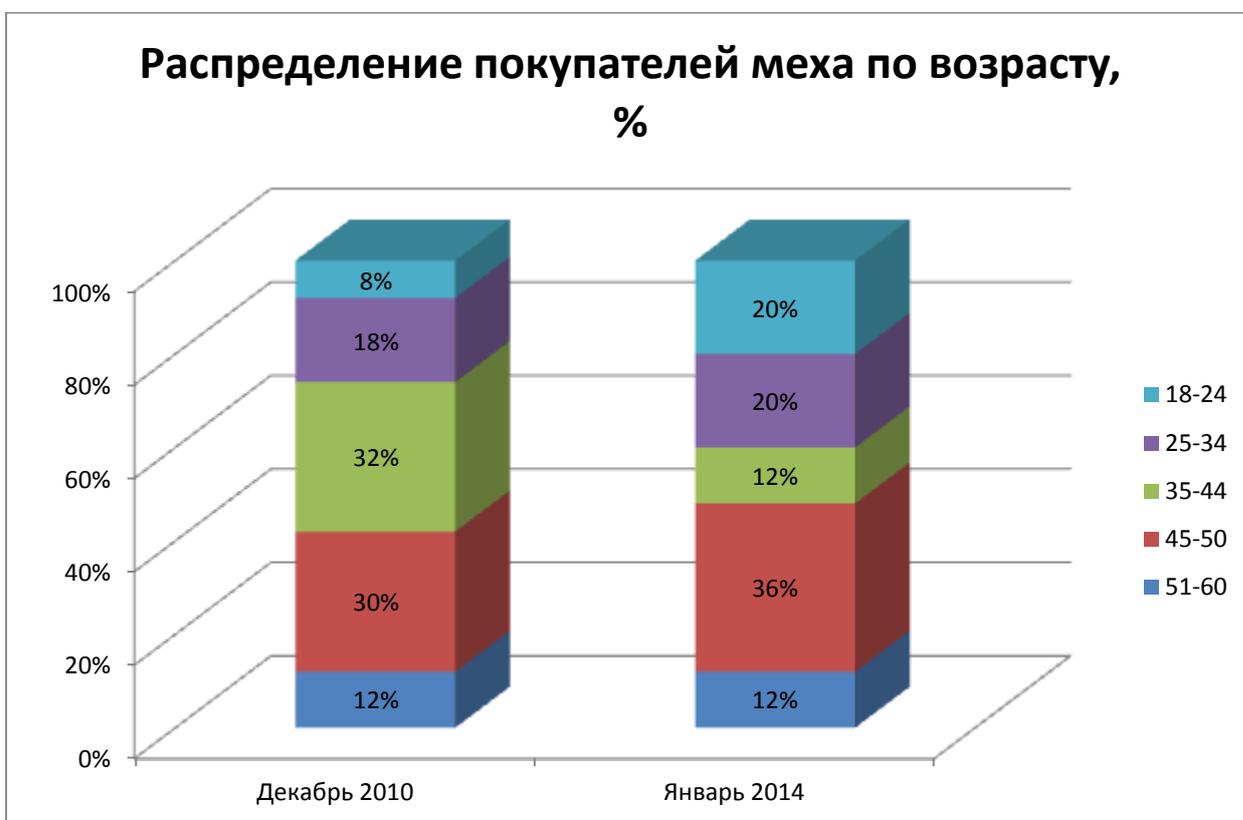


Рис. 37 – Структура покупателей меховых изделий по возрасту

Источник: [74, с. 132]

К основным тенденциям, характеризующим изменения потребительских предпочтений по возрасту можно отнести:

- основной группой покупателей по возрасту в 2014 является возрастная группа 45-50 лет, в то время как в 2010 году основной группой потребителей был возраст от 35 до 44 лет

- с 32% в 2010 году до 12% в 2014 году сократилось потребление возрастной группы 35-45 лет, снижение почти в 3 раза

- в 2014 почти в 2,5 раза увеличилось потребление возрастной группы от 18 до 24 лет, можно предположить что меховое изделие приобретается не самостоятельно а в подарок родителями на совершеннолетие, поступление в университет или его окончание.

Распределение покупателей меха по доходам остается достаточно стабильным (Рис.38).

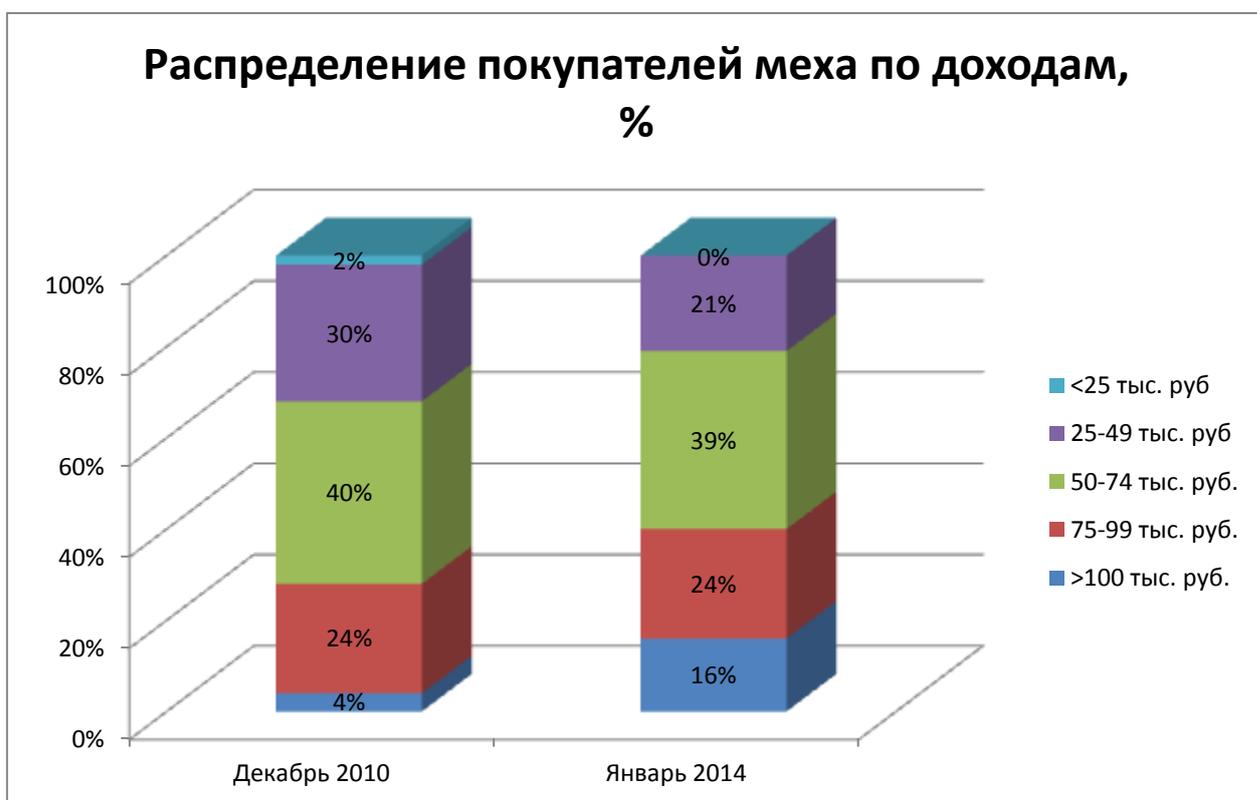


Рис. 38 – Распределение покупателей по доходам %.

Источник: [74, с. 133]

К основным тенденциям можно отнести:

- основным потребителем меха остается группа с доходом от 50000 до 74000 рублей ежемесячно
- снижается доля активности группы с доходом в 25000-49000 рублей, на 9% по сравнению с 2010 годом
- в 4 раза по сравнению с 2010 годом вырос объем потребления группы потребителей с доходом более 100000 рублей.

Рынок мехов постоянно изменяется и развивается, и работать успешно могут лишь фирмы, владеющие всеми стратегиями и инструментами маркетинговой, рекламной и PR-политики, способные предсказывать потребительские предпочтения, тем самым получая конкурентное преимущество. В целом тенденция в изменении потребительских ожиданий носит негативный характер:

- потребитель оценивает экономическую ситуацию в стране как негативную, не ожидая значительных улучшений;
 - теряет потребительскую уверенность;
 - не готов к крупным покупкам, предпочитая сберегать ;
 - не ожидает улучшения текущей экономической ситуации.

Принимая во внимание потребительские прогнозы и настроения, можно предположить что рынок мехов испытает еще большее снижение спроса. Ужесточение государственного контроля и падение курса национальной валюты на фоне снижения спроса вызовет уход с рынка компаний занимающихся розничной продажей импортных меховых изделий. Также, с рынка уйдет часть частных меховых салонов и местных сетей. Произойдет повышение цен на импортные меховые изделия и изделия, выполненные из импортной норки, до 30-35%. Падение рынка с изменением цен,смогут пережить только крупные компании, имеющие достаточно большой запас прочности. Если, в период от 1 до 2 лет, ситуация на рынке не стабилизируется, уход части мелких игроков может привести к переделу рынка мехов РФ крупными федеральными сетями.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Современный механизм функционирования рынка мехов РФ был структурно представлен в виде цепочки, которую проходит меховое изделие от производителя до конечного, розничного потребителя. До настоящего момента она оставалась стабильной, не испытывая большого давления, в виде контроля со стороны государства. Рынок мехов РФ оставался относительно стабильным до кризисных явлений 2008 года, после падения наступил период стагнации, который продлился примерно до 2010, далее произошел небольшой рост, так и не восстановившись до докризисного уровня, рынок мехов испытал падение до минимального уровня за последние 10 лет.

Была выделена группа из 10 факторов, оказывающих влияние на функционирование и развитие рынка мехов РФ в условиях кризиса. Основные факторы делятся на подгруппы : внешние факторы, государственное регулирование, организационные, экономические, фактор спроса.

К факторам, оказывающим максимальное влияние на рынок мехов РФ, относятся:

- падение курса национальной валюты
- введение законопроекта по маркировке меховых изделий
- изменение потребительских ожиданий и предпочтений в кризисный период.

В целом тенденция в изменении потребительских ожиданий носит негативный характер:

- потребитель оценивает экономическую ситуацию в стране как негативную, не ожидая значительных улучшений;
- теряет потребительскую уверенность;
- не готов к крупным покупкам, предпочитая сберегать ;
- не ожидает улучшения текущей экономической ситуации.

Принимая во внимание потребительские прогнозы и настроения, можно предположить, что рынок мехов испытает еще большее снижение спроса. Ужесточение государственного контроля и падение курса национальной валюты на фоне снижения спроса вызовет уход с рынка компаний занимающихся розничной продажей импортных меховых изделий. Также, с рынка уйдет часть частных меховых салонов и местных сетей. Произойдет повышение цен на импортные меховые изделия и изделия, выполненные из импортной норки, до 30-35%. Падение рынка с изменением цен,смогут пережить только крупные компании, имеющие достаточно большой запас прочности. Если, в период от 1 до 2 лет, ситуация на рынке не стабилизируется, уход части мелких игроков может привести к переделу рынка мехов РФ крупными федеральными сетями по производству и реализации меховых изделий.

На рынке мехов можно выделены следующие проблемы:

- организация контроля за ввозом импортных изделий, ведь ранее на территорию РФ уже были ввезены тонны контрафактной продукции;
- коррупция в аппаратах ФНС и таможни;
- удорожание себестоимости импортных изделий при официальном растаможивании на 30%, что скажется на конечной цене для розничного потребителя;
- конфликт интересов малого и крупного бизнеса, для которого финансовые издержки нового законопроекта окажутся незначительными, в отличие от мелких производителей и импортеров;
- неспособность российских производителей удовлетворить внутренний спрос;
- большое число противоречий и неучтенных ситуаций в законопроекте по маркировке, которые затруднят регистрацию меховых изделий;
- удорожание стоимости российских товаров из импортного меха;
- неконкурентоспособность российского сырья по сравнению с импортным по качественным характеристикам

- падение спроса на меховые изделия.

Для решения данного круга проблем можно предпринять следующие меры:

1. Снижение таможенных пошлин до минимально возможного %, чтобы предприятия перестало быть выгодно ввозить «черный» импорт

2. Пересмотр законопроекта по маркировке меховых изделий с учетом интересов малого бизнеса

3. Сохранение законопроекта в рамках пилотного, для устранения противоречий и недочетов

4. Регистрация товарных остатков меховых компаний, без ретроспективного применения санкций за незаконный ввоз, что поможет сохранить большую часть мелких розничных компаний

5. Введение налоговых каникул и дополнительных льгот мелким предприятиям производителям меховых изделий

6. Субсидирование и льготное кредитование на развитие звероводческих хозяйств на территории РФ.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Федеральный закон от 28.12.2009 N 381-ФЗ (ред. от 28.12.2013) «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» // Собрание законодательства РФ, 04.01.2010, N 1, от. 2.
2. Федеральный закон от 06.12.1991 N 1993-1 (ред. от 07.03.1996) «Об акцизах» // Собрание законодательства РФ, 11.03.1996, N 11, от. 1016.
3. Закон РФ от 7 февраля 1992 г. N 2300-1 «О защите прав потребителей» // СЗ РФ. 1996. N 3. Ст. 140
4. Решение Коллегии Евразийской экономической комиссии от 15.10.2013 N 228 «Об утверждении перечня продукции, в отношении которой подача таможенной декларации сопровождается представлением документа об оценке (подтверждении) соответствия требованиям технического регламента Таможенного союза «О безопасности продукции легкой промышленности» (ТР ТС 017/2011) // Официальный сайт Евразийской экономической комиссии [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.eurasiancommission.org/> (Дата обращения: 12.11.2015)
5. О запрещении содержания гражданами плотоядных пушных зверей: Указ Президиума Верховного Совета РСФСР от 19 ноября 1982 года (с изменениями внесенными Федеральным законом № 196-ФЗ от 30.12.2001) //Российская газета. - № 256. - 2001 [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://pravo.levonevsky.org/baza/soviet/sssr3204.htm>
6. Об охоте и о сохранении охотничьих ресурсов и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации: Федеральный закон от 24.07.2009 № 209-ФЗ [Электронный ресурс] - Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_169788/

7. Общероссийский классификатор видов экономической деятельности: утвержденный Приказом Ростехрегулирования от 22.11.2007 № 329-ст [Электронный ресурс] - Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_144138/?frame=1#p214 (Дата обращения: 17.11.2015)
8. ГОСТ 8765—93. Одежда меховая и комбинированная.
9. ГОСТ 5710—85. Одежда из овчины шубной и мехового велюра.
10. ГОСТ 7069—74. Воротники, манжеты и отделки меховые. Общие технические условия.
11. ГОСТ 9210—77. Шкурки меховые и овчина шубная, выделанные крашеные. Метод определения устойчивости окраски к трению.
12. ГОСТ 9211 — 75. Шкурки меховые и овчина шубная выделанные. Метод определения светостойкости окраски.
13. ГОСТ 12299. Меха, скрои и полосы из меховых шкурок различных видов. Технические условия.
14. ГОСТ 10151 — 75. Уборы меховые женские.
15. ГОСТ 11287—76. Жилеты меховые.
16. ГОСТ 14090—68. Шкурки меховые. Метод определения устойчивости волосяного покрова к истиранию. Общие технические условия.
17. ГОСТ 28503—90. Одежда на меховой подкладке. Общие технические условия.
18. ГОСТ 4.420—86 Система показателей качества продукции. Шкурки меховые выделанные. Номенклатура показателей.
19. ГОСТ 4.45—86. Система показателей качества продукции. Изделия швейные бытового назначения. Номенклатура показателей.
20. ГОСТ 22249—82. Иглы к швейным машинам. Типы и основные размеры.
21. ГОСТ Р 51836—01. Шкурки меховые с отделкой кожаной ткани. Технические условия.

22. Аналоуи Ф. Стратегический менеджмент малых и средних предприятий [Электронный ресурс]: учебник / Ф. Аналоуи, А. Карамии. - М.: Юнити-Дана, 2012. - 399 с. Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=117339> (дата обращения 15.01.2016).
23. Андреева Е.Г. Антропометрические исследования для конструирования одежды. Лабораторный практикум по размерной антропологии и биомеханике: учебное пособие / Е.Г.Андреева. - М.: МГУДТ, 2015. - 164 с.
24. Андреева Е. Я. Классификация товаров в международной торговле. / Е.Я. Андреева. — М.: РИО РТА, 2012.- 177 с.
25. Беседин А.Н. Товароведение и экспертиза меховых товаров. Учебник для студентов ВУЗов / А.Н. Беседин. - М.: издательский дом «Академия», 2007- 208 с.
26. Бобрик Л. Мягкое золото / Л. Бобрик // Валютный спекулянт. - № 7. – 2014
27. Борисов К. Г. Международное таможенное право: Учебное пособие / К.Г. Борисов. — М.: Изд-во РУДН, 2010. С. 62.
28. Вилкова С.А. Идентификационная экспертиза потребительских товаров./ С.А. Вилкова – Энгельс: РИИЦ ПКИ, 2002- 106 с.
29. Гамидуллаев С. Я. Классификация, применение и свойства металлических сплавов и изделий из них: Учебное пособие. / С.Я. Гамидуллаев, Е.В. Жиряева — СПб.: Санкт-Петербургский им. В. Б. Бобкова филиал РТА, 2010. — 110 с.
30. Гамидуллаев С. Я. Методическое пособие по курсу ТН ВЭД. / С.Я. Гамидуллаев, Е.В. Жиряева — СПб.: Санкт-Петербургский им. В. Б. Бобкова филиал РТА, 2011.- 119 с.
31. Гамидуллаев С. Я. Товароведение и экспертиза в таможенном деле: Учебник: В 4 т. / С.Я.Гамидуллаев. Я.Я.Петрова, С.В. Багрикова — СПб.: Троицкий мост, 2010. — Т. 2. — 400 с.

32. Гамидуллаев С. Я. Практикум по дисциплине «Товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности». / С.Я. Гамидуллаев — СПб.: Санкт-Петербургский им. В. Б. Бобкова филиал РТА, 2009. — 59 с.
33. Гамидуллаев С. Я. Товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности: Курс лекций. / С.Я. Гамидуллаев — СПб.: Санкт-Петербургский им. В. Б. Бобкова филиал РТА, 2009. — 235 с.
34. Григорук Я. Е. Статистика внешнеэкономических связей. / Я. Е. Григорук— М.: Финансы и статистика, 2011. — С. 109.
35. Гусева М.А. Актуальность проектирования модельных конструкций меховой одежды в современных САПР / Гусева М.А., Андреева Е.Г., Петросова И.А. // Инновации в науке. - 2015. - № 51-1. - С. 121-126.
36. Гусева М.А. Основные силуэтные и стилевые решения меховой одежды / Гусева М.А., Андреева Е.Г., Петросова И.А. // Естественные и технические науки. -2015. - № 11. - С. 509-512.
37. Гусева М.А. Позиционирование в трехмерной среде линий членений в одежде с деталями из натурального меха / Гусева М.А., Андреева Е.Г., Петросова И.А. // Инновационная наука. - 2015. - № 11. - С. 48-51.
38. Гусева М.А. Анализ потребительских предпочтений меховых изделий в России. / Гусева М.А., Зарецкая Г.П., Петросова И.А. // Вестник Казанского технологического университета. - 2016. - Т. 19, № 2. - С. 79-84.
39. Гусева М.А. Особенности покроя современной меховой одежды /Гусева М.А., Петросова И.А., Андреева Е.Г // Материалы XXI Международной научно-практической конференции «Кожа и мех в XXI веке: Технология, качество, экология, образование». ВСГУТУ. – 2015.
40. Додонкин Ю. В., Жебелева И. А., Криштафович В. Я. Таможенная экспертиза товаров. — М.: Академия, 2011. — 258 с.
41. Ерохин, В.Л. Международное предпринимательство : учебное пособие / В.Л. Ерохин. - М.: Финансы и статистика, 2008. - 392 с. - ISBN 978-5-

- 279-03329-4; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=225964> (22.04.2016)
42. Жиряева Е. В. Товароведение. 2-е изд. / Е.В. Жиряева — СПб.: Питер, 2011. — 416 с.
43. Жиряева Е. В. Экспертиза в таможенном деле и международной торговле. / Е.В. Жиряева — СПб.: Питер, 2012. — 557 с.
44. Кудряшев О. А. Принципы классификации в ГС. / О.А. Кудряшев. — М.: ГТК РФ, 2011.-119 с.
45. Макарцова Л. И. Комментарий к Товарной номенклатуре ВЭД. / Л.И. Макарцова. — М., 2012. - 191 с.
46. Маркетинг торговли: Учебник / И.М. Синяева, С.В. Земляк, В.В. Синяев; Под ред. Л.П. Дашкова. - 2-е изд. - М.: Дашков и К, 2012. - 752 с.
47. Мархонько В. М. Методология статистики международной торговли товарами. / В.М. Мархонько. — М., 2009. — 170 с.
48. Международные экономические отношения [Электронный ресурс]: учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям / под ред. В.Е. Рыбалкина. – 9-е изд., перераб. и доп.– М.: ИНИТИ-ДАНА, 2012. – 647 с. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114798> (дата обращения 02.09.2015)
49. Международный бизнес: учеб. пособие / Л. М. Симонова, Е. М. Черкашов ; Тюм. гос. ун-т. - Тюмень: Изд-во ТюмГУ, 2011. - 354 с. ГРИФ: Рекомендовано методсоветом по направлению
50. Нейман, Дж. фон Теория игр и экономическое поведение / Дж. фон Нейман - М.: «Наука», 1970. - 708 с.
51. Николаева М. А. Товароведение потребительских товаров. Теоретические основы: Учебник для вузов. / М.А. Николаев. — М.: НОРМА, 2012. — 283 с.

52. Категорийный менеджмент: Учебное пособие / В.М. Киселев, М.А. Николаева. - М.: Норма: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 208 с.: 84x108 1/32. ISBN 978-5-91768-424-6, 500 экз.
53. Ожегов С. Я., Шведова Я. Ю. Толковый словарь русского языка. / С.Я. Ожегов, Я.Ю. Шведова — М.: Азбуковник, 2009. — 944 с.
54. Основы таможенного дела: Учебное пособие: В 2 т. / Под ред. Ю. Ф. Азарова - М.: РИО РТА, 2011. - Т. 1. - 576 с.; т. 2. - 520 с.
55. Поздняков, В.Я. Экономика отрасли. Учеб. пособие / В.Я. Поздняков. - Москва: ИНФРА-М, 2010. - 309 с.
56. Сенотрусова С. Л.. Таможенный контроль лесных товаров: Учебное пособие. Всемирный фонд дикой природы (WWF России). / Сенотрусова С.Л. — М., 2012. - 111с.
57. Старикова О. Г. Товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности. / О.Г. Стариков. — Ростов-на-Дону: Ростовский филиал РТА, 2010. — 122 с.
58. Федотова Г. Ю. Классификация товаров в международной торговле: Курс лекций. / Г.Ю. Федотова — СПб.: Санкт-Петербургский им. В. Б. Бобкова филиал РТА, 2011.-210 с.
59. Федотова Г. Ю. Основы международной классификации: Курс лекций. / Г.Ю. Федотова — СПб.: Санкт-Петербургский им. В. Б. Бобкова филиал РТА, 2010.- 123 с.
60. Федотова Г. Ю. Практикум по дисциплине «Товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности». / Г.Ю. Федотова — СПб.: Санкт-Петербургский им. В. Б. Бобкова филиал РТА, 2009. — 51 с.
61. Федотова Г. Ю. Маркировка товаров в международной торговле: Учебное пособие. / Г.Ю. Федотова, И.Н. Петрова — СПб.: Санкт-Петербургский им. В. Б. Бобкова филиал РТА, 2009.
- 62.. Экология и экономика природопользования [Электронный ресурс] : учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям / под ред. Э. В. Гирусова. - 4-е изд., перераб. и доп. -

- М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 607 с. - (Серия «Золотой фонд российских учебников»).
- 63.12. Экология и бизнес = Green Business: Учебное пособие / З.В. Маньковская. - М.: НИЦ Инфра-М, 2013. - 144 с.
- 64.Официальный сайт Федерального службы государственной статистики [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.gks.ru/> (дата обращения 18.04.2016)
- 65.Официальный сайт Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.gost.ru/> (дата обращения: 03.02.2016)
- 66.Официальный сайт Федеральной службы по защите прав потребителей и благополучия человека [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.rospotrebnadzor.ru/> Дата обращения (15.11.2015)
- 67.Официальный сайт Таможенного союза [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.tsouz.ru> (дата обращения: 01.03.2016)
- 68.Официальный сайт Общества защиты прав потребителей [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.ozpp.ru/> (дата обращения 15.09.2015)
- 69.Официальный сайт Центрального Банка Российской Федерации [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.cbr.ru/> (дата обращения: 14.12.2015)
- 70.Сайт Российского пушно-мехового союза [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.rpms.ru>. (дата обращения:15.03.2016)
- 71..Дилетта Ф.П. Creazionni Silvano Zocchio; перевод с итал. А. Паловой. – Pagine Edizioni, 2010. – № 15. – 140с.
- 72.Дилетта Ф.П. Creazionni Silvano Zocchio; перевод с итал. А. Паловой. – Pagine Edizioni, 2013. – № 1. – 140с.
- 73.Дилетта Ф.П. Creazionni Silvano Zocchio; перевод с итал. А. Паловой. – Pagine Edizioni, 2013. – № 10. – 140с.

74. Дилетта Ф.П. Creazionni Silvano Zocchio; перевод с итал. А. Паловой. – Pagine Edizioni, 2014. – № 13. – 140с.
75. Дилетта Ф.П. Creazionni Silvano Zocchio; перевод с итал. А. Паловой. – Pagine Edizioni, 2014. – № 15. – 140с.
76. Дилетта Ф.П. Creazionni Silvano Zocchio; перевод с итал. А. Паловой. – Pagine Edizioni, 2015. – № 14. – 140с.
77. Дилетта Ф.П. Creazionni Silvano Zocchio; перевод с итал. А. Паловой. – Pagine Edizioni, 2010. – № 15. – 140с.
78. Система профессионального анализа рынков и компаний (СПАРК). [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.i-spark.ru/ru-RU/Information/spr_analytics.htm (дата обращения: 24.02.2016 г.).

ПРИЛОЖЕНИЕ 1**АНКЕТА**

Перед Вами представлены 10 основных факторов, влияющих на состояние современного рынка мехов. Факторы были выделены с применением метода «мозгового штурма» группой из 10 экспертов мехового рынка.

№ п/п	Фактор влияния	Оценка (от 0 до 10)
1	Нестабильная экономическая ситуация в странах-производителях сырья и готовой продукции.	
2	Колебания оптовых цен на сырье и готовую продукцию.	
3	Нарушения условий договоров иностранными компаниями со своими оптовыми клиентами.	
4	Нарушение сроков поставок транспортными компаниями.	
5	Нестабильность курса национальной валюты.	
6	Введение законопроекта о маркировке изделий из натурального меха.	
7	Таможенные нормы	
8	Отсутствие актуальных изменений нормативно-правовых актах и ГОСТах.	
9	Потребительские ожидания и предпочтения.	
10	Отсутствие российских компаний-производителей, способных заменить импортные изделия.	

ПРИЛОЖЕНИЕ 2

РАСЧЕТ КОЭФФИЦИЕНТА КОНКОРДАЦИИ

Метод экспертной оценки															
№ фактора	Оценка экспертов (балл)										Сумма баллов	Ранг	Отклонение от среднего арифметического	Квадрат дисперсии	Вес фактора
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10					
1	3	5	8	2	2	2	2	2	2	2	30	8	-23	529	0,06
2	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	60	4	7	49	0,11
3	1	1	1	1	5	6	1	1	1	1	19	10	-34	1156	0,04
4	1	1	1	5	2	2	1	2	1	2	18	9	-35	1225	0,03
5	9	9	9	8	8	9	9	9	9	9	88	2	35	1225	0,17
6	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	100	1	47	2209	0,19
7	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5	-3	9	0,09
8	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	34	7	-18	361	0,06
9	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	70	3	17	289	0,13
10	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	60	6	7	49	0,11

$$\frac{12 \cdot \sum \sigma^2}{m^2 \cdot (n^3 - n)} \quad (1)$$

где:

σ^2 - квадрат дисперсии

n – количество факторов

m – число экспертов

$$\frac{12 \cdot 7101}{100 \cdot (1000 - 100)} = \frac{85212}{99000} = 0,86$$