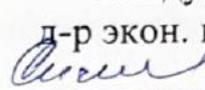


МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«ТЮМЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ
Кафедра мировой экономики и международного бизнеса

РЕКОМЕНДОВАНО К ЗАЩИТЕ В
ГЭК И ПРОВЕРЕНО НА ОБЪЕМ
ЗАИМСТВОВАНИЯ

Заведующий кафедрой

д-р экон. наук, профессор

 Л.М. Симонова

«15» 06 2018г.

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
(магистерская диссертация)

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОЙ ШВЕЙНОЙ
ПРОМЫШЛЕННОСТИ И НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ ЕЕ
МЕЖДУНАРОДНОЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

38.04.02 Менеджмент

Магистерская программа «Международный бизнес»

Выполнил работу
студентка 2 курса очной формы
обучения



Губанова
Мария
Вячеславовна

Научный руководитель
доцент кафедры мировой экономики и
международного бизнеса по
совместительству, кандидат
экономических наук



Пономарев
Дмитрий
Леонидович

Рецензент
заведующий кафедрой экономической
безопасности, учета, анализа и аудита
ФГАОУ ВО «Тюменский
государственный университет»,
кандидат экономических наук, доцент



Скипин
Дмитрий
Леонидович

г. Тюмень, 2018

Работа выполнена на кафедре мировой экономики и международного бизнеса
Финансово-экономического института ТюмГУ

по направлению «Менеджмент»,
магистерская программа «Международный бизнес»

Защита в ГЭК

протокол от 02.07.18 № 49

оценка отлично

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	4
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РАЗВИТИЯ ШВЕЙНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В РФ.....	7
1.1. Место и структура швейной промышленности в экономике РФ.....	7
1.2. Обзор методик оценки конкурентоспособности отраслей промышленности.....	16
ГЛАВА 2. АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ШВЕЙНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ РОССИИ НА МИРОВОМ РЫНКЕ.....	21
2.1. Разработка модели оценки конкурентоспособности швейной промышленности.....	21
2.2. Оценка конкурентоспособности российской швейной промышленности	48
ГЛАВА 3. АНАЛИЗ ПЕРСПЕКТИВ РАЗВИТИЯ ШВЕЙНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В РФ.....	52
3.1. Драйверы и стоп-факторы развития швейной промышленности России	52
3.2. Анализ мировых тенденций развития швейной промышленности и разработка рекомендаций.....	58
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	76
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ.....	77
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	82

ВВЕДЕНИЕ

Швейная промышленность играла важную роль в экономике России, обеспечивая сбалансированность развития народного хозяйства, способствуя формированию бюджета страны и повышению уровня жизни ее населения. В период Советского Союза швейная промышленность собственными силами могла обеспечить потребность граждан в швейных изделиях. Даже в тюменской области, которая никогда не являлась центром лёгкой промышленности, в 1956 году существовало 4 швейных фабрики, сейчас осталась одна, овчинно-меховая фабрика, которая отшивала 86 тысяч шуб в год, но в 2008 она прекратила существование. На ишимской ковровой фабрике в 1958 году трудилось 700 сотрудников, сейчас их осталось 20 и предприятие носит культурно-прикладной характер. За годы перестройки в условиях системного кризиса отрасль существенно сдала свои позиции и стала практически полностью зависима от импорта.

В этой связи обеспечение конкурентоспособности швейной промышленности приобретает огромное практическое значение. Актуальность темы исследования объясняется:

1) во-первых, необходимостью развития в РФ несырьевого направления экспорта для диверсификации экономики;

2) во-вторых, не будем забывать, что швейная промышленность находится на завершающей стадии производства продукта, а следовательно эти предприятия могут создавать и оставлять на территории РФ высокую добавленную стоимость. По оценкам Минпромторга доля добавленной стоимости в цене конечного продукта созданная швейными фабриками – 30-35%;

3) в-третьих, зависимость от импорта в секторе готовой одежды достигает 85%, ежегодно из-за этого страна теряет 1,1% ВВП. Такая большая импортозависимость противоречит принципу экономической безопасности.

Актуальность темы обосновывает цель – разработать рекомендации по повышению конкурентоспособности швейной промышленности РФ на мировом рынке.

Для достижения цели необходимо решить следующие задачи:

1. Охарактеризовать текущее состояние швейной промышленности РФ;
2. Выявить методики оценки конкурентоспособности отрасли промышленности;
3. Определить факторы, влияющие на развитие швейной промышленности;
4. Оценить уровень конкурентоспособности швейной промышленности РФ на мировой арене;
5. Проанализировать мировые тенденции развития швейной промышленности;

Объектом работы является швейная промышленность РФ, а предметом конкурентоспособность швейной промышленности РФ.

Наиболее важные результаты, отражающие вклад автора в проведенное исследование, заключаются в определении направлений развития швейной промышленности РФ и в создании модели оценки швейной промышленности.

Апробация результатов исследования осуществлена в публикации «Швейная промышленность России: современное состояние, проблемы и перспективы», а так же в ходе выступления на 69-ой студенческой научной конференции в Тюменском государственном университете.

Информационной базой магистерской работы послужили теоретические источники по проблемам оценки и управления конкурентоспособностью таких авторов, как А. Ю. Юданов, Р. А. Фатхутдинов, Г. Н. Лапин, М. Портер, а также статистические отчеты международных организаций и статистические базы данных разных стран.

В соответствии с поставленными задачами первая глава посвящена обзору теорий, изучающих конкурентоспособность промышленности, а так

же анализу статистических данных, характеризующих текущее состояние швейной промышленности России.

Во второй главе определяются факторы, влияющие на конкурентоспособность отрасли швейной промышленности, приводится модель оценки конкурентоспособности и её апробация.

В третьей главе определены направления повышения конкурентоспособности швейной промышленности РФ.

Структура работы включает введение, 3 главы, заключение, приложения и список литературы, включающий 50 наименования. Общий объем работы – 82 страница.

ГЛАВА 1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РАЗВИТИЯ ШВЕЙНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В РФ

1.1 Место и структура швейной промышленности в экономике РФ

Комплекс лёгкой промышленности ориентирован на производство товаров народного потребления, а именно: обувь, одежда, меховые изделия, спецодежда, технический и домашний текстиль, нити и ткани. Лёгкая промышленность обеспечивает полный цикл товара – начиная от добычи сырья, заканчивая продажей готовой продукции. Она тесно взаимосвязана сельскохозяйственной, химической промышленностью и машиностроением.

Структуру лёгкой промышленности можно разделить на стадии производства:

1. Сырьевое производство. К нему относится добыча растительного сырья (хлопка, льна, джута, кенафа, рами), сырья животного происхождения (шерсти, мехи, кожи, шёлк коконов шелкопрядов). На этой стадии присутствует тесная взаимосвязь с сельскохозяйственной промышленностью, являющейся поставщиком растительного сырья. В то же время она взаимодействует с такими отраслями тяжелой индустрии, как машиностроение и химическая промышленность, получая необходимое оборудование, химические волокна, красители.

2. Полупродуктовое производство. Эта стадия обеспечивается текстильной промышленностью, которая направлена на преобразование растительного сырья, синтетических и искусственных волокон в ткани, полотна, нити и пряжу. Основным потребителем продукции текстильного производства является швейная промышленность.

3. Производство конечной продукции. В этой стадии используются плоды деятельности предыдущих двух стадий, которые используются в качестве сырья для швейной и обувной промышленности, продуктом

которых является одежда, домашний и мебельный текстиль, швейные полуфабрикаты, обувь и другие изделия бытового и технического назначения.

Предприятия швейной промышленности, в отличие от других подотраслей лёгкой промышленности, обладают рядом особенностей:

Во-первых, продукция швейной промышленности напрямую зависит от уровня и образа жизни людей, т.к. её основным продуктом является одежда и текстиль. Одежда уже давно превратилась из предмета первой необходимости в эстетическое, социальное и культурное явление. Ассортимент швейной продукции определяется текущей модой, традициями, сезоном, требованиям к качеству. По общему назначению ассортимент швейных изделий делится на пять классов: бытовые, спортивные, спецодежда ведомственные и национальные изделия. Каждый класс по условиям эксплуатации подразделяется на пять групп: верхняя одежда, легкое платье, белье и швейная галантерея, головные уборы, инвентарь, снаряжение и другие изделия. Группы делятся на номенклатурные подгруппы, объединяющие изделия близкие по модели, конструктивным признакам и употреблению. Изделия, входящие в подгруппу, подразделяются по виду, в зависимости от пола, сезона, материала, стиля, назначения и фасона [16, с. 8-9].

Во-вторых, цикл производства швейных предприятий небольшой, в среднем за 15-20 дней цех способен выпустить готовую партию изделий.

В-третьих, среди подотраслей лёгкой промышленности, швейная является наименее капиталоемкой. В России заметен перекоп в первую очередь в сторону производства конечной продукции, т.к. швейные и обувные фабрики требуют меньше капитальных затрат, в сравнении с текстильным производством. Швейное производство имеет, как правило, 4 этапа: дизайн, конструирование, раскрой и сшивание. Для открытия фабрики средних размеров требуется 2-3 млрд. рублей, в то время, как текстильная

фабрика для получения продукта должна выполнить минимум 15 операций, соответственно, она требует больше вложений [30].

Швейные предприятия находятся на завершающей стадии производственной цепочки, в связи с чем, их продукт обладает более высокой добавленной стоимостью, чем сырье и полуфабрикаты. В 2016 году валовая добавленная стоимость (ВДС) швейной промышленности превысила НДС текстильной на 7%.

Таблица 1.1
ВДС текстильной и швейной промышленности

Показатель	2013	2014	2015	2016
Валовая добавленная стоимость (ВДС) текстильного и швейного производства, млрд руб.	124,2	154	146,7	167,7
ВДС швейной промышленности, млрд руб.	77,2	102,9	82,5	96
Доля швейной промышленности в объеме НДС швейного и текстильного производств, %	62,16	66,82	56,24	57,25

Источник: [11]

Благодаря быстрому обороту средств, относительно невысокой, среди предприятий лёгкой промышленности, капиталоемкости швейная промышленность является привлекательной для инвестиций.

Но ставится под вопрос определение продукта швейной промышленности и то, каким образом он принимается к учёту и рыночной аналитике. В соответствии с общероссийским классификатором видов экономической деятельности (ОКВЭД) швейная промышленность охватывает 2 категории: 13. Производство текстильных изделий и 14. Производство одежды. Швейная отрасль охватывает полностью 14ый раздел «Производство одежды» и только некоторые субкоды 13го раздела «Производство текстильных изделий», а именно - 13.92 ОКВЭД «Производство готовых текстильных изделий, кроме одежды», который

включает в себя производство и пошив домашнего текстиля, пошив изделий технического и профессионального назначения.

Таким образом, сделаем акцент на том, что изготовление тканей, их отделка, обработка, изготовление ковров, прядение выпадают из сферы исследования.

На текстильное и швейное производство приходится около 80% объема выпуска лёгкой промышленности России. Остальные 20% приходятся на производство кожи, изделий из кожи и производство обуви (рис. 1.1). Текстильное и швейное производство включает текстильное производство (30% выпуска), охватывает изготовление пряжи и ниток, тканей, ковров и ковровых изделий, крученых изделий и шпагата, выделку и крашение меха, и производство одежды (30%). Последнее объединяет производство швейных изделий, аксессуаров, одежды, производство одежды и головных изделий из меха, из кожи, одежды для спорта и отдыха и спецодежды. Производство кожи, изделий из кожи и производство обуви охватывают дубление и отделку кожи (8% выпуска), производство товаров и изделий из кожи (1%) и производство обуви (14%) — кожаной, текстильной, резиновой и валяной.

В целом легкая промышленность включает 14 отраслей, в которых работают 29 тыс. предприятий и 49 тыс. индивидуальных предпринимателей. Число занятых в отрасли составляет свыше 360 тыс. человек. При этом, в легкой промышленности функционирует достаточно большое количество малых предприятий (на 2011 г. их число составляло 3,4 тыс.), а доля занятых на них достигала до трети работников отрасли.

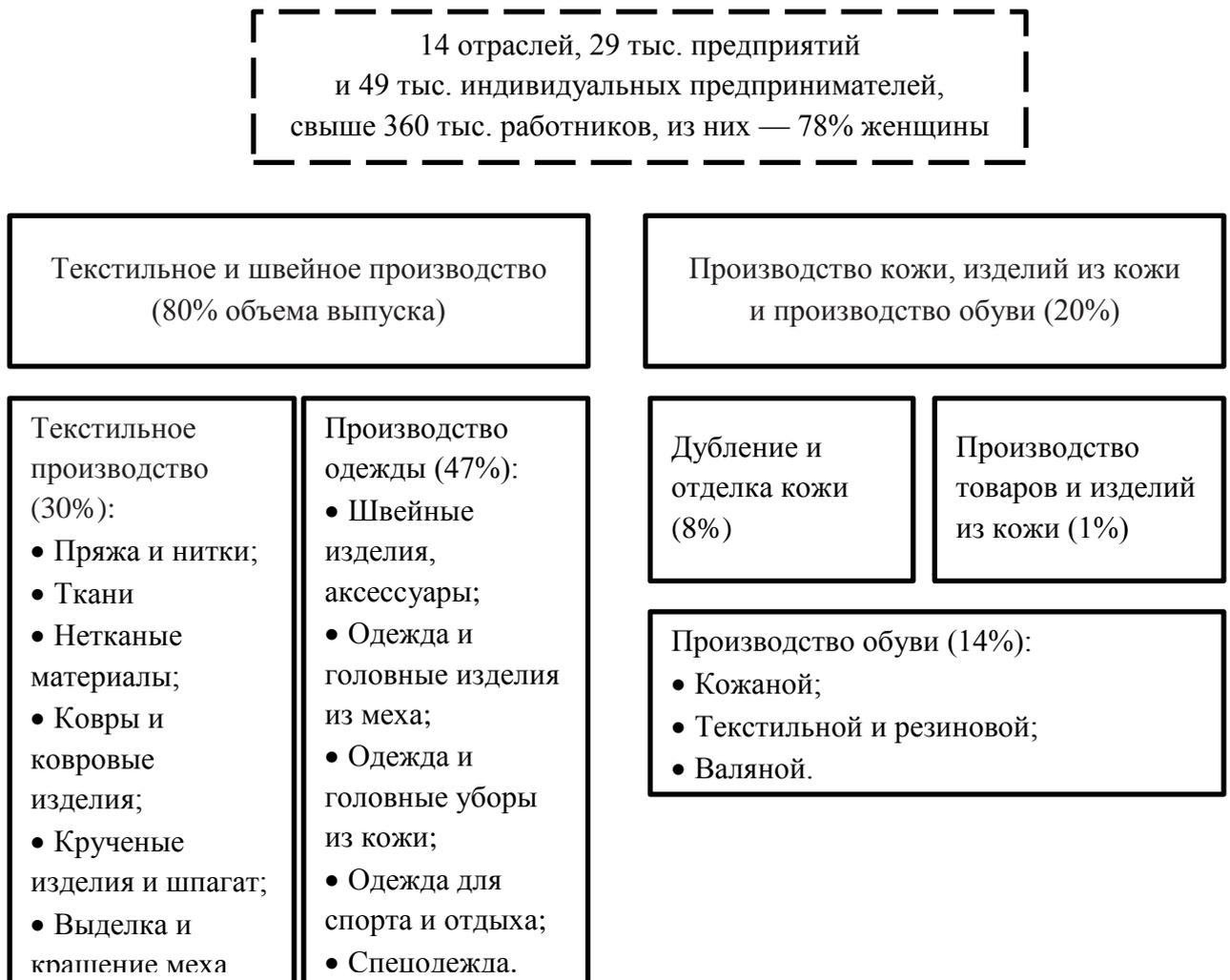


Рисунок 1.1 – Структура лёгкой промышленности России
 Источник: [25, с. 18]

Перейдем к более подробному рассмотрению состояния российской швейной промышленности.

До определённого момента швейная промышленность России могла собственными силами обеспечить потребность граждан в одежде, домашнем текстиле и прочих швейных продуктах.

В 1967 году в Тюменской области существовала овчинно-меховая фабрика, Тюменская трикотажная фабрика, 8 льнозаводов, 2 ковровых фабрики и 4 швейных фабрики.

На овчинно-меховой фабрике в 1966 отшили 86 тысяч шуб, 59 тысяч изделий из меха и 365 воротника [7, с. 15]. В 2008 она закрылась. На ишимской ковровой фабрике в 1958 году трудилось 700 мастеров, сейчас их

осталось 20, предприятие носит характер культурно-прикладного, а не производственного. Швейная фабрика в Ишиме в 60-ых годах прошлого века насчитывала 700 сотрудников, в 1993 году их осталось 130. Сейчас эта фабрика не функционирует [4, с. 56].

На данный момент практически все оставшиеся или вновь созданные швейные фабрики региона ориентированы на производство спец. одежды, и формы. Особенностью является то, что швейные фабрики совсем перестали изготавливать товары народного потребления.

Наблюдается некоторое пренебрежительное и несерьезное отношение к швейной и лёгкой промышленности, даже в СССР она относилась к категории Б. Что такое платье по сравнению с кораблём или самолётом?

Однако если присмотреться, швейная промышленность обладает рядом преимуществ:

1. Короткий период возврата инвестиций. Для открытия швейной фабрики потребуется 2-3 млн. руб, а полный производственный цикл составляет всего 2-3 недели, что обеспечивает быструю циркуляцию оборотного капитала и инвестиций. Мировая практика показывает, что новый радиоэлектронный завод окупается в среднем за 5–6 лет, в то время как швейная фабрика на самоокупаемость выходит уже через 2,5–3 года. И по инвестиционной ёмкости она значительно ниже, чем новый прокатный стан [29].

2. Производство конечного продукта. Если рассматривать структуру лёгкой промышленности, швейные фабрики выполняют завершающий этап производства, производя готовое изделие или продукт. А добавленная стоимость готовой продукции выше, чем стоимость сырья и тканей.

3. Несырьевое направление. В ситуации низкой цены на нефть и слабого рубля для России критически важно наращивать не сырьевое направление экспорта. Экспорт швейной продукции поможет диверсифицировать экономику, тем самым сократится число точек давления

на отечественную экономику и минимизируются последствия возможных «шоков» на мировой арене.

Несмотря на преимущества, в чём кроется причина того, что швейная промышленность является одной из самых отстающих в мире?

С момента появления в России открытой рыночной экономики швейная промышленность начала пикирование. Объем производимой отраслью продукции падал катастрофическими темпами: в 1991 он снизился на 3%, в 1992 – 25%, в 1993 – 19%, в 1994 – 43%). На рисунке 1.2 видим, как рухнули объемы производства, и планомерно начало снижаться число швейных компаний.

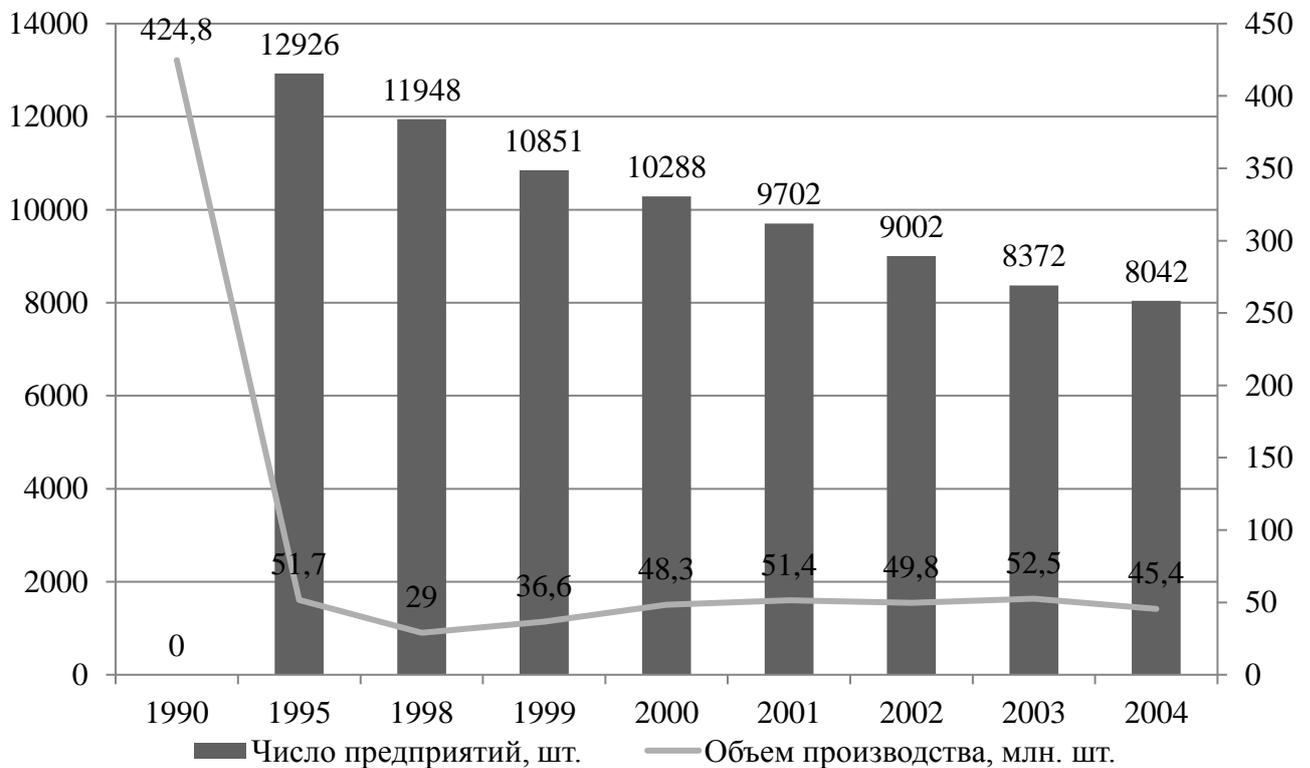


Рисунок 1.2 - Число предприятий швейной промышленности и объём производства до 2014 года

Источник:[11]

После 2004 Росстат не рассматривает категорию «швейные предприятия» отдельно, а только вместе с текстильными. Но здесь похожая динамика, число предприятий продолжает сокращаться, а объемы

производства падать. Плачевная ситуация сохраняется до 2010 года (рисунок 1.3).

Оставшаяся без государственной поддержки, швейная промышленность не смогла противостоять образовавшейся конкуренции, импортные товары были дешевыми и модными, удовлетворяли потребность россиян в самовыражении и новинках. О состоянии модной индустрии России, которая непосредственно оказывает влияние на спрос швейной продукции, можно судить по знаменитой фотографии Нины Хрущевой и Жаклин Кеннади. Швейная промышленность не смогла адаптироваться под новые реалии, требующие непрерывной работы, запуска в производство новых моделей и принятие инноваций.

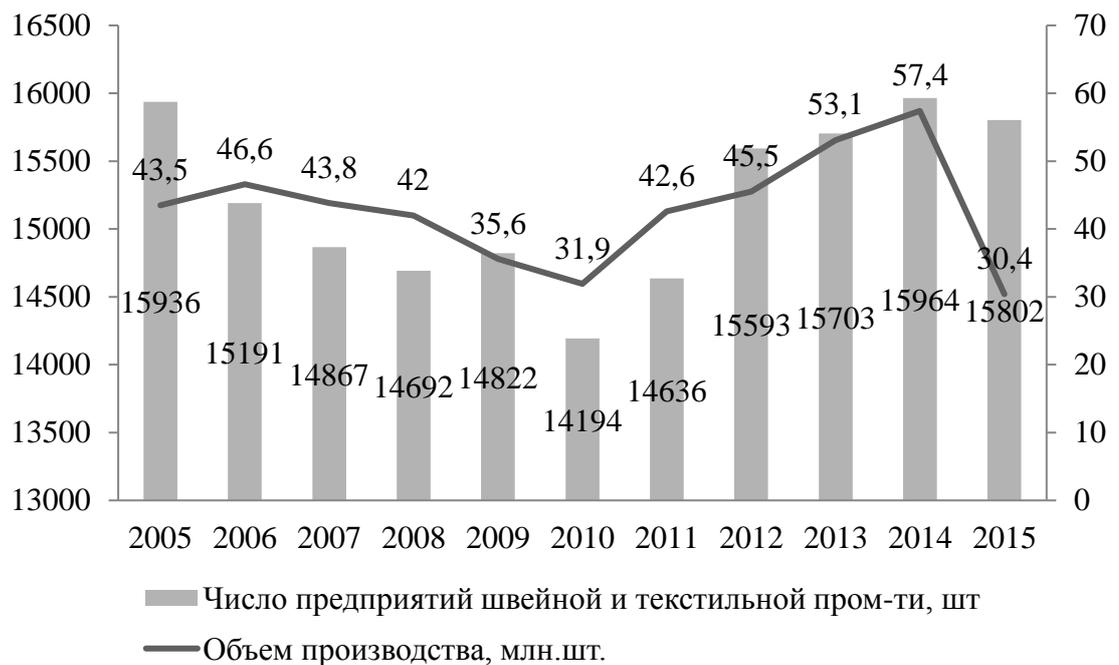


Рисунок 1.3 - Число предприятий швейной промышленности и объём производства до 2015 года

Источник:[11]

И казалось бы, что на отрасли можно ставить крест и назвать мертвой, но в 2011 году начинается устойчивый рост, который продолжился до кризисного 2015 года (рис. 3).

В структуре промышленности России швейная и текстильная отрасль занимает крохотную долю, так в 2016 году объем отгруженных товаров швейной и текстильной промышленности к общему объему составил 1% (рис. 4). Это связано, в большей степени не с низкими объемами производства, а с невысокой удельной стоимостью продукции швейной промышленности, в сравнении с другими отраслями промышленности.

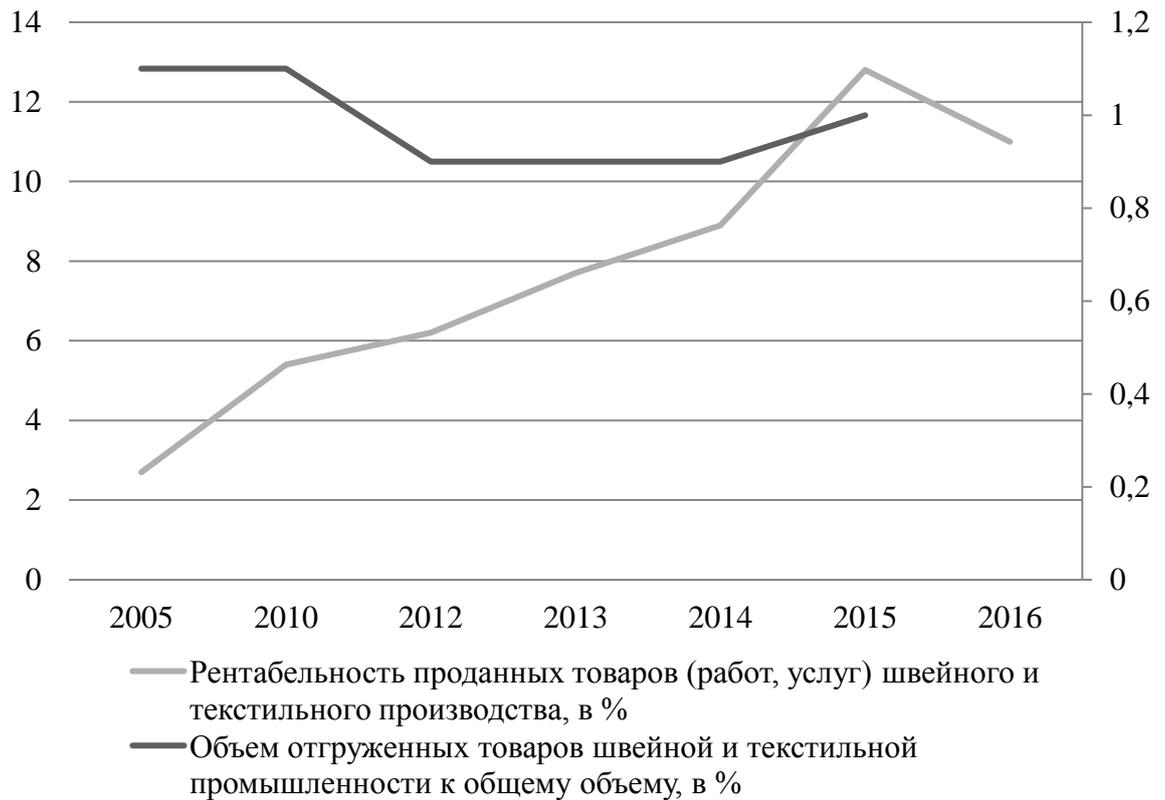


Рисунок 1.4 – Рентабельность и объем отгруженных товаров швейной и текстильной промышленности

Источник: составлено автором

Из положительных моментов, в отрасли происходит повышение рентабельности продукции (рис. 4), данный показатель находится на уровне общемировых значений. Ранее упоминалось, что швейное производство – производство конечной продукции, которое характеризуется высокой нормой рентабельности.

Состояние торгового баланса товаров этой отрасли – отрицательное. Зависимость от импорта швейных изделий достигает 85-90% (рис. 5).

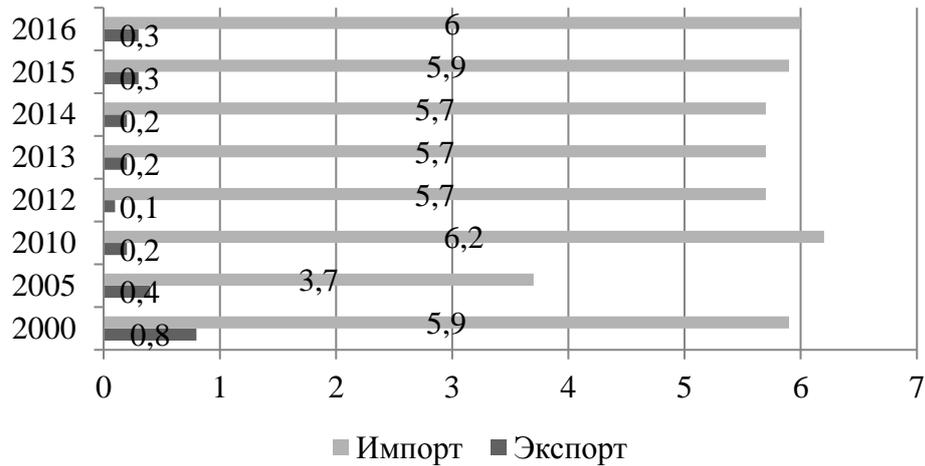


Рисунок 1.5 - Экспорт и импорт швейной продукции к общему объему экспорта и импорта, в %

Источник: составлено автором

Швейная промышленность находится в глубочайшем кризисе, который можно преодолеть только при системном подходе: серьезная поддержка и защита государства, выстраивания кластера легкой промышленности, кадровые изменения внутри швейных фабрик и переосмыслению позиционирования и целей существования фабрики владельцами.

1.2 Методики оценки конкурентоспособности отрасли швейной промышленности

Конкуренция является основополагающим фактором существования рыночной среды. Она выступает механизмом регулирования и развития рыночных отношений. Именно конкуренция заставляет предприятия удовлетворять пожелания потребителей надлежащим образом, путем дифференциации продукта или снижения цены до уровня, соответствующего издержкам производства.

В экономической литературе теоретические положения конкуренции были сформулированы многими авторами (А. Смит, Дж. Кейнс, Ф.А. Хайек, М. Портер, Г. Л. Азоев, Р. А. Фатхутдинов). И до сих пор в мире нет

общепризнанной терминологии в теории рыночной конкуренции, но так или иначе, под конкуренцией подразумевается соперничество между субъектами рынка за наиболее выгодные условия производства для получения максимально возможной прибыли. В современном понимании это понятие выходит за рамки отношений между группой товаропроизводителей и охватывает конкурентные силы, лежащие в этой отрасли – потребители, поставщики, товары-заменители и потенциальные новые игроки.

В самом общем смысле под конкурентоспособностью понимается способность опережать других, используя свои преимущества в достижении поставленных целей.

В современной экономической теории нет единого понимания сущности, методик определения и оценки категории «конкурентоспособность». Многообразие этого понятия зависит либо от особенности исследования, которое приводит автора к необходимости акцентировать внимание на том или ином аспекте конкурентоспособности, либо от предмета исследования, которыми могут являться товар или рынок, от субъекта конкуренции (предприятие, отрасль, регион, национальная экономика).

Конкурентоспособность – относительное понятие, которое зависит от объекта сравнения, так при оценке степени конкурентоспособности отрасли в рамках национальной экономики, она может обладать явными конкурентными преимуществами, но если переместиться за рамки страны, то исследуемая отрасль может проигрывать своим конкурентам на мировой арене. В связи с этим, конкурентоспособность разделяют на несколько типов, которые имеют иерархичную структуру (рисунок 1.6)



Рисунок 1.6 – Иерархическая структура конкурентоспособности
 Источник: составлено автором

Другой взгляд на многоуровневость конкурентоспособности предложил М. И. Гельвановский [18, с. 34], он попытался сгруппировать носителей конкурентоспособности на 3 уровня:

- Микроуровень. Субъектом конкурентной борьбы являются товары. На этом уровне формируется микроконкурентоспособность – факторы, обеспечивающие товарам преимущества;

- Мезоуровень. Субъект – отдельные предприятия, обладающие совокупностью условий и факторов, обеспечивающие им устойчивое производство и сбыт конкурентоспособных товаров;

- Макроуровень. Субъектом выступают национальные хозяйства отдельных стран, обладающие совокупностью факторов укрепления и развития национальной воспроизводственной базы, обеспечивающей долгосрочные преимущества страны на мировой арене.

По мнению Гельвановского, на каждом уровне выступают разные конкурентные преимущества, так, для товаров - это качество или стоимость, для фирм – ресурсное оснащение и способность эти ресурсы эффективно использовать, а для национального хозяйства – грамотная организация всей системы отношений. Таким образом, автор статьи подчеркивает, что конкурентоспособность, в зависимости от уровня, должна анализироваться и оцениваться по разному.

Другие исследователи классифицируют иерархию конкурентоспособности по-другому, добавляя, помимо прочего, уровни конкурентоспособности кластера и региона, тем самым детализируя понятия [13, с. 19].

Национальная конкурентоспособность - способность страны производить товары и услуги, отвечающие требованиям и потребностям мировых рынков, превосходя по качественным и ценовым характеристикам стран-конкурентов, при этом, создавать условия наращивания государственных ресурсов со скоростью, позволяющей обеспечивать устойчивые темпы роста ВВП и качество жизни населения на уровне мировых значений.

Национальная конкурентоспособность является одним из центральных предметов озабоченности правительства. Многие ложно считают, что конкурентоспособность страны объясняется только макроэкономическими факторами (государственный бюджет, платежеспособность валюты, процентные ставки), но несмотря на это, такие страны, как Испания, Япония смогли повысить уровень жизни граждан несмотря на дефицит бюджета. Другое мнение – конкурентоспособность объясняется доступностью рабочей силы. Но Германия и США при высоких зарплатах смогли добиться процветания. Даже наличие богатых природных ресурсов не гарантирует успешность страны на мировой арене, тому пример Россия, обладающая уникальными запасами сырья. Тем не менее, ни одна компания России не входит в ТОП-10 предприятий по объему капитализации, что говорит об отсталости сырьевой модели экономики и успешности тех стран, которые делают ставку на инновационные технологии и развитие науки.

Основополагающим исследованием в этой сфере является работа Майкла Портера. Итак, он выделил детерминанты, которые в совокупности определяют конкурентоспособность национальной экономики, получившие название «конкурентный ромб» (рисунок 1.6).

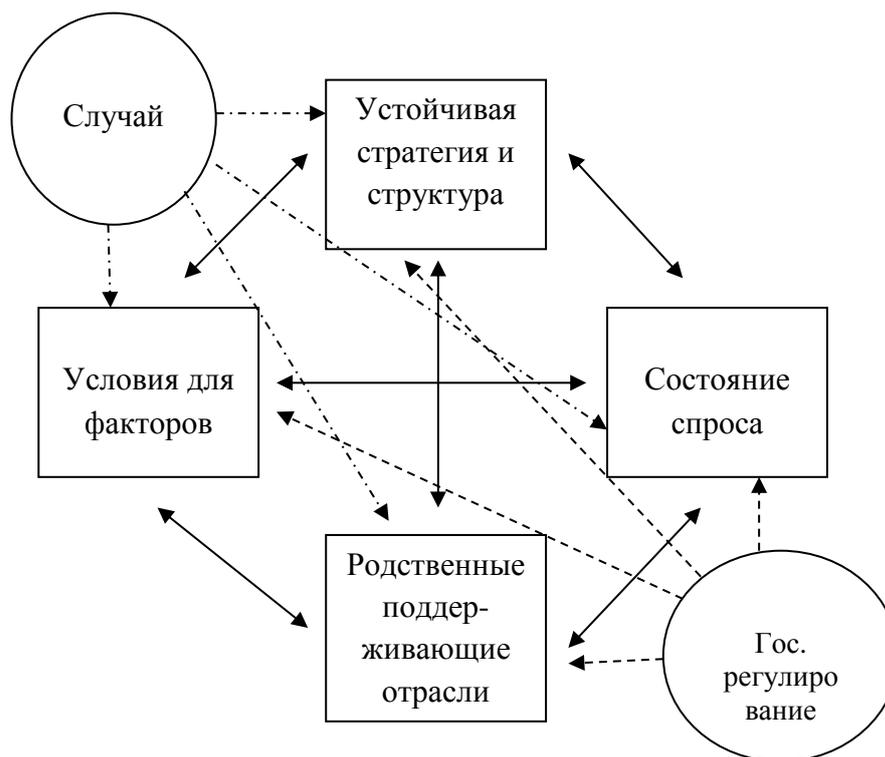


Рисунок 1.6 – «Конкурентный ромб»

Источник: [8, с. 64]

Условия для факторов. В современных отраслях промышленности, составляющих основу любой развитой экономики, страна не наследует, а создает и модернизирует факторы производства, такие как квалифицированная рабочая сила, научно-техническая база производства. Наиболее важны специализированные факторы, которые дают стране конкурентное преимущество в определенной отрасли, например, в России развит оборонно-промышленный комплекс и с этим товаром страна является лидером на мировом рынке военного обеспечения (2-ое место среди экспортеров по объему продаж, уступая США). А базовые факторы, такие как трудовые или природно-сырьевые не создают конкурентные преимущества в наукоемких отраслях, т.к. для их создания и поддержания фактор должен быть высокоспециализирован (сотрудники окончившие колледж не смогут обеспечить конкурентные преимущества на международном уровне).

Состояние спроса. Конкурентное преимущество появляется в тех

отраслях, где появляется потребность у покупателей, которые способствует тому, чтобы производитель быстрее внедрял инновации.

Родственные и поддерживающие отрасли. Отрасли, уже имеющие конкурентные преимущества могут способствовать их формированию для смежных отраслей промышленности. В кластере легкой промышленности особенно прослеживается этот фактор, например, от степени развитости текстильной промышленности зависит развитость швейной, т.к. первая является поставщиком сырья для последней, а логистические издержки могут быть настолько высоки, что ставят под вопрос обоснованность постройки швейной фабрики в виду отсутствия собственных тканей в стране.

Устойчивая стратегия, структура и соперничество. Подразумевает наличие эффективной системы управления, учитывающий национальный характер, а так же характер конкуренции на внутреннем рынке, т.к. наличие сильных конкурентов на внутреннем рынке мотивирует компанию создавать свои конкурентные преимущества.

Существуют еще 2 дополнительные детерминанты, влияющие на конкурентоспособность страны:

1. Государственное регулирование. Политические силы, по мнению Портера, должны создавать среду для действия конкуренции, государство должно вовлекаться в процесс только на начальной стадии развития отрасли. Для содействия в создании конкурентных преимуществ правительство должно способствовать созданию специализированных факторов (инфраструктуры, квалифицированного персонала), создавать регламенты и стандарты, осуществлять государственные закупки для стимулирования конкуренции и т.д.

2. Случайные события. Ни правительство, ни фирма не могут избежать внезапных ситуаций, например рост цен на энергоносители, резкая волатильность валюты, политические решения других стран.

Все эти факторы образуют единую систему, каждый из компонентов действует друг на друга, усиливая или снижая развитие конкурентного

преимущества национальной экономики.

Следующим пунктом в иерархии идет отраслевая конкурентоспособность. Без наличия конкурентных преимуществ в какой-либо отрасли невозможно существование конкурентоспособного государства.

В экономической литературе совсем немного уделено внимания понятию «конкурентоспособность отрасли», однако конкурентоспособность на международном уровне достигается именно в отдельных отраслях промышленности, а не отдельными предприятиями. Предприятие может совершить прорыв, благодаря уникальной технологии, но достичь конкурентного преимущества можно лишь имея надёжных поставщиков и сильных конкурентов.

Для рассмотрения конкурентоспособности отрасли, следует понимать отрасль не только как совокупность предприятий, выпускающих схожую по характеристикам продукцию, но и как внешнюю среду этой отрасли, уровень развития отраслевых институтов, межфирменную кооперацию. Существование благоприятной среды в отрасли способствует появлению конкурентоспособных преимуществ фирмы. Так, социолог Р. Х. Семонян, доказал, что средний, промежуточный уровень расположенный на границе микро- и макросреды, аккумулирует преимущества как нижнего, так и верхнего уровня, отсюда можно сделать вывод, что конкурентные преимущества отрасли не только объединяют все преимущества макроэкономической среды и фирм, но и усиливают их благодаря синергетическому эффекту [9, с. 153].

Погожего мнения придерживается И. М. Смолейчук [10, с. 119], определяющая конкурентоспособность отрасли, как относительной категории рыночного хозяйства, представляющая собой совокупность, с одной стороны, характеристик отрасли в целом и предприятий её составляющих (производственный, научно-технический, финансовый, кадровый, инфраструктурный, организационный), а с другой – внешних

факторов (государственное, общественное, налоговое, политико-правовое устройство и т. д.), определяющих способность отрасли более эффективно функционировать на внешнем, внутреннем и региональных рынках страны по сравнению с другими конкурентами, получая при этом широкие возможности для дальнейшего развития отрасли.

В этом определении учитывается: конкурентоспособность продукции, предприятий отрасли, возможности конкурентов, временная и территориальная принадлежность, наличие потенциала для дальнейшего развития отрасли.

Конкурентные преимущества отрасли могут быть универсальные и специфические. Универсальные описаны Портером и были рассмотрены выше (Конкурентный ромб), они лежат в основе конкурентоспособности любой страны, но могут быть применены и к отрасли, тогда как специфические, связаны со спецификой деятельности какой-либо отрасли и применимы только к ней.

Портер же дал классическое определение конкурентоспособности отрасли: «Мы определяли отрасль конкретного государства как успешно функционирующую в международных масштабах в том случае, если она обладала конкурентными преимуществами в сравнении с наиболее конкурентоспособными участниками мирового рынка... Мы выбрали в качестве наиболее оптимальных параметров наличие существенного и стабильного экспорта в достаточно большое количество других стран и/или весомый экспорт инвестиций, базирующийся на опыте и созданных активах в своей стране» [8, 208]. Он рассматривает конкурентоспособность отрасли через параметры экспорта, то есть насколько эффективно конкурирует отрасль данной страны с отраслями других стран. О. Акулич выделила ключевые характеристики конкурентоспособности отрасли:

- конкурентоспособность отрасли носит системный характер — она определяется конкурентоспособностью субъектов, составляющих отрасль, и конкурентоспособностью макросреды, в которой функционирует отрасль;

- базой для построения конкурентоспособности отрасли являются конкурентные преимущества;

- конкурентоспособность отдельной отрасли проявляется в сравнении ее с конкурирующими отраслями, т.е. она относительна;

- конкурентоспособность отрасли не является чем-то раз и навсегда данным, она может исчезать и появляться, снижаться или повышаться, т.е. носит динамический характер;

- конечная оценка конкурентоспособности отрасли осуществляется потребителем товара, выпускаемого отраслью;

- отраслевая конкурентоспособность является управляемой характеристикой [14, с. 88].

Конкурентоспособность отрасли, являясь промежуточной между конкурентоспособностью предприятия и государства, напрямую определяется наличием конкурентоспособных предприятий. Если в основе конкурентных преимуществ предприятий лежит стратегия, система управления, производственные возможности, технологии, позиционирование, кадровая оснащённость, то в основе конкурентоспособности отрасли промышленности лежит общая стратегия развития всех предприятий этой отрасли. В свою очередь, совокупность конкурентоспособных отраслей промышленности определяет общую конкурентоспособность государства.

Так же стоит добавить, что конкуренция отраслей не может ограничиваться только международными масштабами, она может существовать и внутри государства, например швейная промышленность Московской и Свердловской области. В данной работе автор будет концентрироваться на исследовании отрасли как фактора конкурентоспособности государства на международной арене.

Актуальной остается проблема оценки конкурентоспособности. Несмотря на обилие подходов, на данный момент не существует общепризнанной методики оценки и, чаще всего, существующие методы

носят общий характер без учёта отраслевой специфики.

Рассмотрим наиболее известные методы оценки конкурентоспособности, которые были объединены в группы, исходя из их сущности.

Таблица 1.2

Методы оценки конкурентоспособности

Название метода оценки	Сущность	Примечание
1. Методы, основанные на теории сравнительных преимуществ	Оценивается наличие факторов производства и эффективность их использования. В классической теории низкие издержки являются основным конкурентным преимуществом.	Метод применим для оценки конкурентоспособности страны и отрасли на мировом рынке.
2. Матричные методы оценки	Базируются на концепции жизненного цикла товара и технологии. Данная теория заключается в том, что как товар, так и технология проходят стадии жизненного цикла: внедрение, рост, насыщение и спад.	Метод используется для стратегического развития предприятий.
3. Методы, основанные на оценке конкурентоспособности продукции.	Основаны на отождествлении уровня конкурентоспособности продукции с конкурентоспособностью предприятия. Выделяют два подхода: – Подход, основанный на качестве продукции (сопоставление ряда параметров продукции, отражающих потребительские свойства) – Подход, основанный на потребительской и меновой стоимости.	Не учитывается эффективность деятельности предприятия, отрасли.

Продолжение таблицы 1.2

4. Методы, основанные на теории эффективной конкуренции	В основе методов лежит оценка показателей деятельности предприятия в области финансовой деятельности, состоянию производства, сбыта товаров. Результаты сопоставляются со средними по отрасли.	Ограниченное количество показателей. Метод чаще используют для оценки конкурентоспособности предприятия, но в зависимости от набора показателей может быть применен к отрасли и государству.
5. Графические методы	Значения показателей отмечаются на заранее заданных осях, наглядно демонстрируя преимущества и слабости предприятия по сравнению с конкурентами.	Требуется проводить большой объём работы, т.к. приходится оценивать не только собственный уровень конкурентоспособности, но и конкурентов, данные которых зачастую скрыты.
6.Использование интегрального показателя	Показатель конкурентоспособности, рассчитанный на основе частных показателей конкурентоспособности отдельных сторон деятельности.	Состав факторов бесконечный, практически невозможно учесть все факторы. Может быть применён для оценки конкурентоспособности предприятия, отрасли, страны.
7. Методы, основанные на системном подходе	Предполагает оценивание результатов взаимозависимых систем. При оценке определяется значимость каждого критерия.	Требуется применение экономико-математических методов.

Источник: составлено автором

Из проведённого анализа понятно, что большинство существующих методик ориентированы на оценку конкурентоспособности предприятий и лишь некоторые подойдут для отрасли, рассмотрим их подробнее:

1) Метод, основанный на теории сравнительных преимуществ. В основе лежит классическая теория разделения труда: если та или иная отрасль страны способна обеспечить производство продукта с более низкими издержками, то она является конкурентоспособной. Теория была создана в XVIII-XIX вв., когда низкие издержки производства были главной предпосылкой для заведывания сильных рыночных позиций. Сейчас понятие конкурентоспособности отрасли более многомерное, издержки по-прежнему

остаются важным фактором, но не главным и не единственным. Поэтому, с помощью этого метода дать комплексную оценку отрасли не представляется возможным, метод стоит использовать в сочетании с другими методами оценки.

2) Метод, основанный на теории равновесия и факторов производства. Метод предполагает сопоставление факторов производства, базирующийся на теории равновесия фирмы и отрасли А. Маршалла. В основе подхода лежит равновесие, под которым понимается такое состояние отрасли, когда у её фирм не существует стимулов для перехода в другое состояние. В условиях равновесия каждый из факторов производства используется с одинаковой и наибольшей производительностью. Критерий конкурентоспособности – наличие таких факторов производства, которые могут быть использованы с большей, чем у других конкурентов производительностью.

Подход был апробирован Комитетом по изучению экономического положения и проблем развития Организации экономического и социального развития (ОЭСР). Считалось, что большей конкурентоспособностью обладали те отрасли, где показатели относительной стоимости факторов производства ниже, чем у конкурентов [6, с. 213].

Ограниченность подхода связана с тем, что он создан для условий совершенной конкуренции, которая в реальной жизни не встречается.

3) Метод, основанный на теории эффективной конкуренции. Метод базируется на разработке критериев эффективности хозяйственной деятельности и их оценке. Методика, разработанная консультационной компанией «Dun & Bradstreet» основана на анализе 3х групп показателей:

1 группа – показатели, отражающие эффективность производственно-сбытовой сферы: отношение чистой прибыли к чистой стоимости материальных активов, отношение чистой прибыли к чистому оборотному капиталу;

2 группа – показатели, характеризующие состояние производственной

сферы (интенсивность использования основного и оборотного капитала): отношение чистых продаж к чистой стоимости материальных активов, к стоимости материально-производственных запасов, отношение основного капитала к стоимости материальных активов, отношение материально-производственных запасов к чистому оборотному капиталу;

3 группа – показатели, связанные с финансовой деятельностью: отношение оборотного капитала к текущему долгу, периоды оплаты текущих счетов, отношение текущего долга к стоимости материально-производственных запасов, отношение долгосрочных обязательств к чистому оборотному капиталу [19, с. 50].

Метод дает возможность охватить наиболее важные показатели конкурентоспособности отрасли, но ограничивает использование этого метода сложность расчёта и сбора необходимой информации.

4) Метод, основанный на уровне конкурентоспособности товара. Метод базируется на предположении о том, что конкурентоспособность продукта определяет конкурентоспособность отрасли, т.к. продукция является основным инструментом конкурентной борьбы отраслевых предприятий, системообразующим элементом системы формирования конкурентоспособности отрасли.

Р. А. Фатхутдинов оценивает конкурентоспособность отрасли как суммарную конкурентоспособность 30 наиболее значимых по объему продаж товаров [12, с. 90]. Но на практике это значение может быть как больше, так и меньше, к примеру, в сахарной промышленности количество товаров может быть 2-3.

А. А. Воронов во многом опирается на определение конкурентоспособности отрасли, выдвинутое М. Портером, так же характеризуя этот показатель через долю рынка и объем экспорта продукции. [3, с. 108]

Согласно методике конкурентоспособность отрасли в национальном аспекте определяется по формуле:

$$НК_{отр.} = \frac{V_{отр} - V_{экс}}{V_{потр}},$$

где $НК_{отр.}$ – национальная конкурентоспособность отрасли;

$V_{отр}$ – объем производства продукции в отрасли;

$V_{экс}$ – объем экспорта продукции отрасли;

$V_{потр}$ – объем потребления продукции отрасли в стране.

Международная конкурентоспособность отрасли находится по формуле:

$$МК_{отр.} = \frac{V_{экс}}{V_{мир.потреб}},$$

где $МК_{отр.}$ – международная конкурентоспособность отрасли;

$V_{мир.потреб}$ – объем потребления данного вида продукции.

Безусловно, конкурентоспособность отраслевого продукта это важнейший фактор, влияющий на конкурентоспособность отрасли, однако, далеко не исчерпывающим. При оценке конкурентоспособности отрасли нужно учитывать внутренние и внешние факторы, формирующие экономические условия производства и сбыта, поэтому метод можно назвать не совсем корректным, характеризующим отрасль односторонне.

5) Рейтинговые методы. Показывают состояние отрасли по сравнению с отраслями конкурентами, определяя её позицию и ранжируя на определенный момент времени. Чаще всего рейтинги применяются при оценке инвестиционной привлекательности отрасли.

Рейтинг позволяет произвести сопоставительный анализ отраслей и выявить некую количественную определенность уровня конкурентоспособности отрасли. [22, с. 54]. Недостатки: трудоёмкость, сложность получения исходных данных.

Рейтинг, определяющий конкурентоспособность отраслей – The Global Competitiveness Report, публикуется Всемирным экономическим форумом

б) Метод нацелен на определение обобщенной оценки уровня конкурентоспособности отрасли по различным показателям. Экспертным

путём определяются относительные значения каждого показателя по сравнению с выбранной базой оценки. Решающую роль играет выбор показательной оценки, поэтому в данном методе присутствует доля субъективизма.

Резюмируя обзор методов, можно сказать, что они достаточно противоречивы. Некоторые из них сложны и трудозатратны, в связи с чем, нет возможности реализовать их в рамках этого исследования, другие носят одностороннюю характеристику исследуемого процесса, тем самым игнорируя принцип системного подхода. В целом, методы не учитывают факторы, влияющие на конкурентоспособность.

ГЛАВА 2 АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ШВЕЙНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ РОССИИ НА МИРОВОМ РЫНКЕ

2.1. Разработка модели оценки конкурентоспособности швейной промышленности

Конкурентоспособность отрасли – характеристика, требующая многофакторного изучения, поэтому ни в одной методике невозможно охватить весь сектор задач по оценке конкурентоспособности. И в целом, построение одного универсального метода – нецелесообразно, т.к. не удастся охватить специфику разных отраслей и относительную базу их оценок.

Но по мнению автора, метод с использованием интегрального показателя способен охватить важнейшие факторы, влияющие на отрасль, т.е. показатель будет отражать отраслевую специфику, что важно для оценки конкурентоспособности швейной промышленности.

Основопологающим принципом проведения оценки конкурентоспособности является определение цели. Исходя из задач исследования, необходимо оценить конкурентоспособность отрасли швейной промышленности России на мировой арене, но для построения модели оценки необходимо выявить основные параметры, по которым отрасль будет оцениваться. Для этого предлагается проанализировать ряд стран, входящих в ТОП-10 по экспорту швейной продукции в 2016 году (рис).

Были выбраны следующие страны: Китай, Бангладеш, Турция, США и страны Европейского союза – Италия и Румыния. Каждой из шести выбранных стран принадлежит разный уровень национального дохода, поэтому будет интересно рассмотреть общие черты этих стран и их различия.

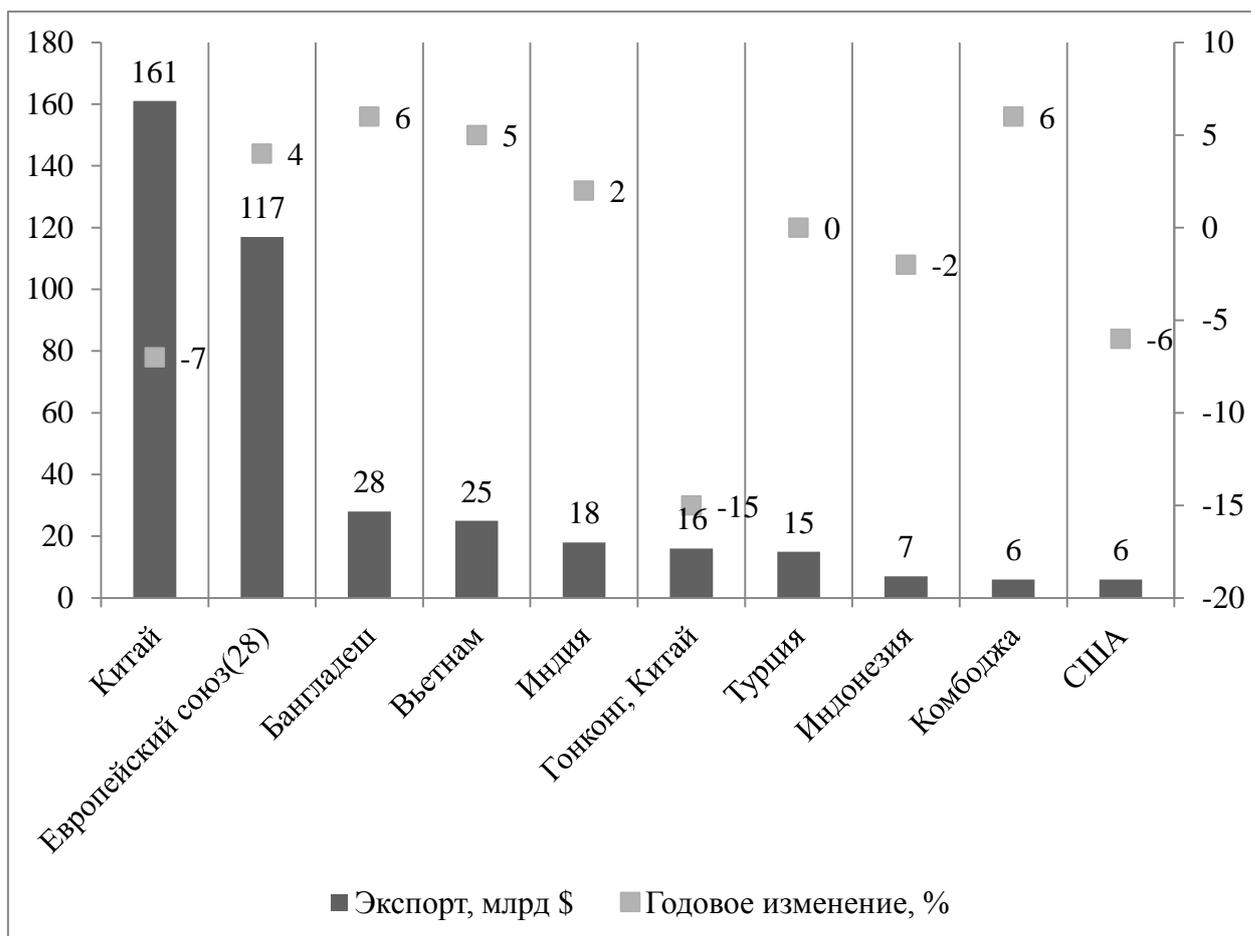


Рисунок 2.1- Объемы экспорта швейных изделий в 2016 году
Источник: [49].

Китай является крупнейшим производителем швейной продукции в мире, изготовив в 2017 году 43,6 млрд. единиц одежды [31], с экспортной стоимостью 161 млрд. долл. В 2017 году ВВП на душу населения в Китае составил 8 123,18 долл. США, в связи с чем страна относится к развивающимся со средним уровнем дохода. К 2017 году швейные изделия в структуре экспорта Китая составляют 6,4%, при этом в общемировой торговле китайский экспорт лидирует, занимая 39%.

Взрывной рост китайской экономики получил название «китайского чуда». В результате проведенных в 1978 году реформ, ВВП на душу населения увеличился в 13 раз. Такому быстрому развитию промышленности поспособствовал ряд факторов:

Дешёвая рабочая сила, которая обеспечивает низкую себестоимость китайских товаров. В швейной промышленности, в зависимости от степени

модернизации предприятий, крайне высокая доля ручного труда, а заработные платы в этой отрасли в Китае варьируются от 150 до 180 долл. США [28, с. 15].

Низкий курс юаня. С 1994 года Пекин законсервировал курс юаня на уровне \$1/8,27 юаня, что служит инструментом стимулирования экспортно-ориентированного роста и дает дополнительные конкурентные преимущества китайским товарам.

Технологическая преемственность. В начале 90-х годов власти КНР провозгласили политику «технология в обмен на рынок», которая предполагала уступку части отечественного рынка транснациональным корпорациям в обмен на передачу Китаю зарубежных технологий.

Устойчивость политической и экономической системы. Запуская системные реформы, Китай начал не с политических, а с рыночных преобразований, сохранив авторитарную политическую систему для минимизации политических рисков. Формы хозяйственной интеграции, свойственные развитым странам, постепенно внедрялись в реформирующуюся экономику, а не насаждались в принципиально новую среду. Формирование негосударственного сектора шло с нуля, а не в результате масштабной приватизации.

Экспортно-ориентированная промышленная политика. Предприятиям, осуществляющим торговлю с другими странами, предоставляются налоговые, кредитные, таможенные преференции. Экспортные таможенные пошлины на одежду равны нулю, а импортные составляют 130% при обычной таможенной пошлине и 17,5% при преференциальной.

Наличие необходимой инфраструктуры. Китай является крупнейшим в мире производителем хлопка, ткани, пряжи и натуральных волокон в связи с особым статусом ее сельского хозяйства. Между тем, обилие натурального волокна и быстро растущий сектор производства химических волокон приносит выгодное положение для текстильной промышленности Китая. Это проявляется выходом волокна более, чем 10 млн. тонн и 1/4 от мирового

производства волокна. Китай также является лидером по производству и потреблению хлопка, производства хлопка там составляет 25% от мирового объема. Производство пряжи Китая выросло более чем в четыре раза в течение 25 лет. Что касается производства ткани, то Китай занимает первое место в мире с 1985 года.

Привлечение и адаптация иностранных инвестиций. По оценке консалтинговой корпорации Linklaters LLP с 2007 по 2016 годы иностранные инвестиции в китайскую экономику достигли \$ 880 млрд.

Одной из особенностей производства в Китае является то, что из 100 производителей только у 30 есть зарегистрированная торговая марка. Хотя по официальной статистике к 2015 г. в отрасли их более 200 000, однако фактически половина из них не используется. Более 60% производителей текстиля и одежды в Китае шьют изделия не под собственными брендами [39].

Благодаря экономическим реформам 1978 года экономика Китая вышла на стадию быстрого роста, при этом уделялась большое внимание текстильной и швейной промышленности. Вступление в ВТО в 2001 году облегчило доступ Китаю на международные рынки. Кроме того, поэтапный отказ от квот в 2005 году привел к быстрому укреплению доли рынка китайского текстиля и одежды на мировой арене.

Главный конкурент Китая – Бангладеш, показывающий быстрый и устойчивый рост в экспорте швейной продукции. Швейная промышленность в Бангладеше начала развиваться с 1977 года, толчком к развитию послужил не только интерес иностранных инвесторов, но и внутренняя поддержка местных фабрик правительством: кредиты с заниженными ставками, освобождение от импортных пошлин, предоставление бесплатных складских помещений. Рост бангладешской швейной промышленности еще больше ускорился в период с 1986 по 2004 годы, когда многие развитые страны устранили и смягчили свои квотные ограничения. В течение этого периода Бангладеш стал более привлекательным местом для перемещения

производства, т.к. конкурирующие страны – Китай и Индия всё ещё сталкивались с ограничениями по квотам.

Перейдём к рассмотрению макроэкономических и отраслевых факторов, повлиявших на развитие швейной промышленности в Бангладеше.

1) Стоимость труда.

Население в Бангладеше достигает 163 млн. человек и при этом ежегодный прирост – 2 млн. человек. Ежегодно на рынок труда выходит около двухсот тысяч молодых людей. 70% населения Бангладеша моложе 40 лет, что даёт огромную рабочую силу. Стоимость труда одна из самых низких среди других стран-поставщиков швейных изделий. Ежемесячная заработная плата в отрасли в 2016 году составляла около 80\$ (рисунок).

Поскольку модные бренды стремятся сократить издержки, а заработная плата продолжает расти в Китае, Бангладеш становится всё более привлекательным местом для производства дешевой одежды.

2. Отсутствие регулятивных мер и попустительский контроль со стороны государства к социальной и трудовой защищённости сотрудников швейных фабрик.

Незначительное применение каких-либо механизмов безопасности создаёт опасные условия труда, но оказывает положительный эффект на себестоимость изделий. Бангладешская швейная промышленность изначально возглавлялась иностранными фирмами, в настоящее время в промышленности доминируют местные предприниматели. Например, в 2011 году количество полностью или частично принадлежащих иностранным компаниям составляло лишь 83 в сравнении с более чем 4000 отечественными фирмами. Возможно, это объясняется тем, что крупные бренды-дистрибьюторы опасаются скандалов, связанных с неблагоприятными условиями труда и катастрофами на фабриках.

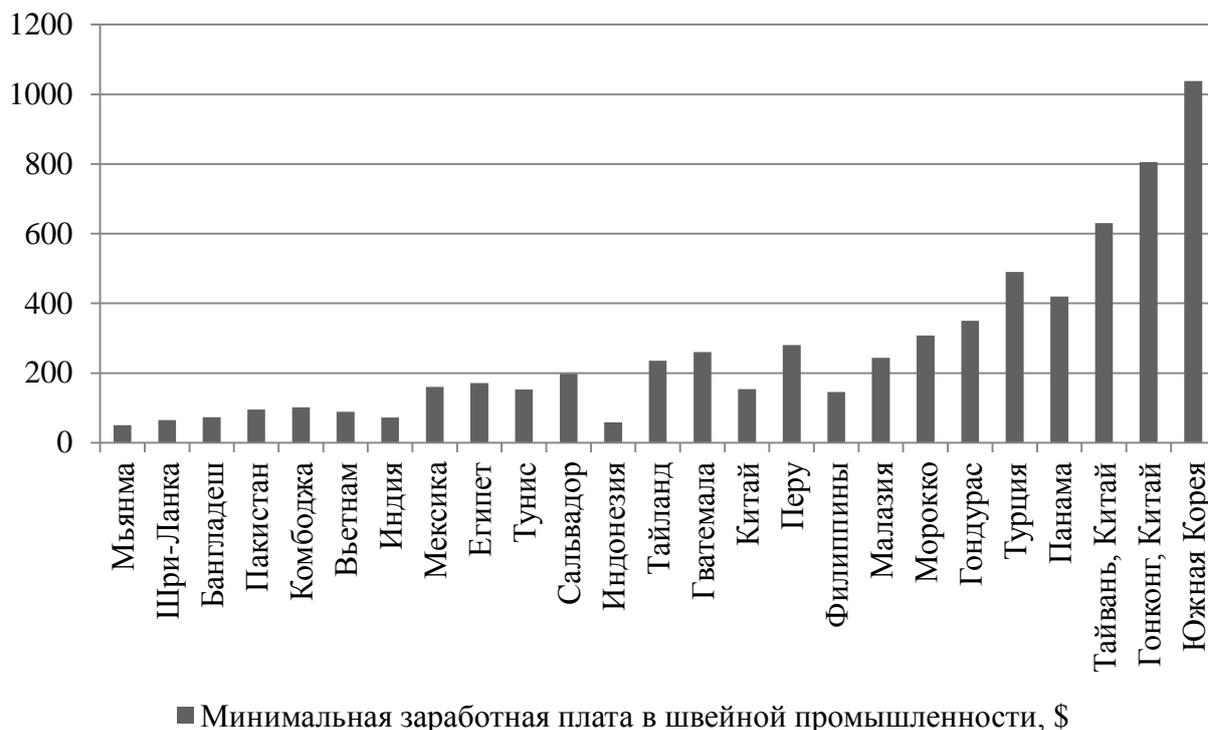


Рисунок 2.2 - Минимальная заработная плата в швейной промышленности в 2016 году

Источник: [28, с. 15].

3. Развитая инфраструктура.

В Бангладеше работает около 1430 текстильных фабрик. Производительность пряжи составляет 2100 млн. кг в год. Мощность производства тканей составляет 2800 млн. метров. А 85% спроса на ткани удовлетворяются локально [27, с. 24].

4. Удачное географическое расположение.

Страна имеет 3 морских порта (Читтагонг, Монгла и Пайра), 3 международных аэропорта (Дакка, Читтагонг и Силхет) и 22 сухопутных порта.

5. Преимущества в пошлинах при экспорте.

Будучи наименее развитой страной [45], Бангладеш пользуется беспошлинным доступом на рынки или уменьшает тарифные ставки экспорта одежды во многие развитые и развивающиеся страны мира. Также Бангладеш подпадает под Всеобщую систему преференций в 38 странах,

включая страны ЕС (28 стран) и некоторые другие (10 стран). Страны ЕС импортируют 90% одежды из Бангладеша.

Италия – крупнейший экспортёр швейных изделий ЕС, экспорт достигает 10 % от национального. В этом секторе занято 12 % всех работников производственного сектора, а его оборот составляет 9 % от оборота обрабатывающей промышленности. Основные импортёры Италии – Франция, Германия, США и Китай.

Итальянские производители выбрали нишу люкс и middle-up, которую продолжают придерживаться, они не конкурируют по цене, их сила лежит в области эстетики.

Главным фактором, обеспечивающим процветание швейной промышленности в Италии, является наличие одной из самых развитых модных индустрий. Модные дома Prada, Gucci, Valentino, Versace, Roberto Cavalli отшивают 80 % коллекций в Италии. При этом, fast-fashion начинает врываться и на итальянский рынок. В промышленном городе Прато находится около 4000 китайских фабрик по производству одежды. Они обеспечивают сбыт швейных изделий в азиатские страны с лейблом «made in Italy», что подрывает не только престиж этого бренда, но и ставит под угрозу существование исконно итальянских швейных фабрик, т.к. нанимают нелегальных рабочих, могут позволить выплачивать низкую заработную плату и не соблюдать уровень условий труда.

Италия – мастерская по производству высококачественных тканей из натуральных материалов, обеспечивая 6,91 % мирового экспорта тканей в 2016 году [48] и занимая первое место по производству тканей среди европейских стран (рисунок 2.3) в ценовом выражении.

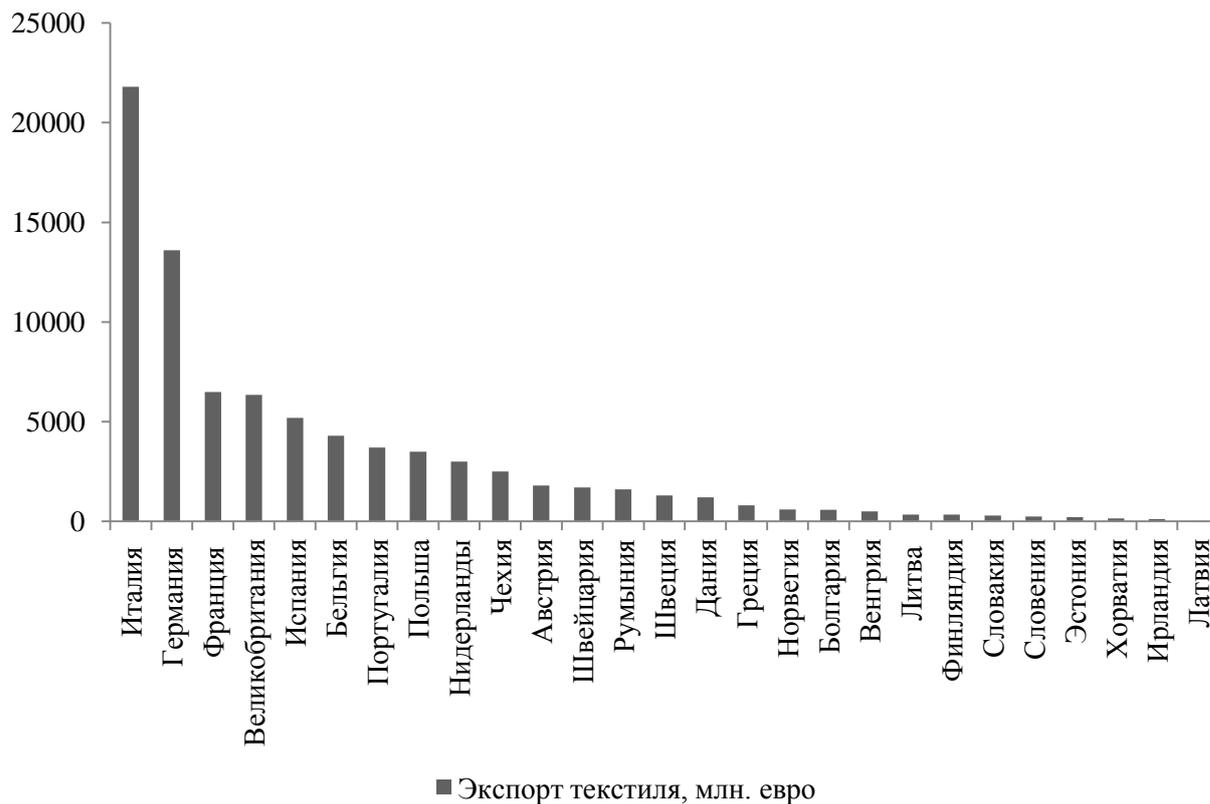


Рисунок 2.3 – Производство тканей в странах Евросоюза в 2016 году, млн. евро

Источник: [48]

Румыния – развивающаяся страна Европейского союза, имеющая особую роль в производственной цепочке швейной продукции. С 1992 по 2004 год румынская индустрия одежды быстро росла. Отрасль является одной из наиболее важных секторов в румынской экономике, производящей экспортную стоимость в 5 млрд. долл. в 2015 году [48], - это вторая отрасль после металлургической и горнодобывающей. Доля экспорта в общем объеме произведённых швейных изделий составляет 80 % [37].

Основными драйверами для роста швейной промышленности в Румынии служат:

1. Низкие заработные платы

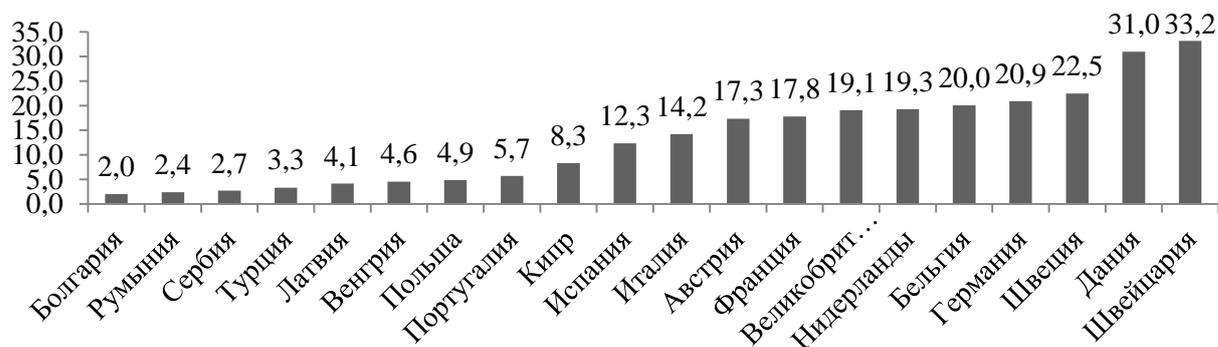


Рисунок 2.4 – Средняя часовая ставка заработной платы в промышленности в некоторых странах ЕС в 2015 году, евро

Источник:[37]

В Румынии в 2015 году среднемесячная заработная плата в Румынии составляла около 345 долл. в секторе одежды и около 425 долл. в текстильной промышленности, что меньше заработной платы в других странах ЕС. Наличие в регионе недорогой рабочей силы привлекло в регион многочисленных иностранных производителей.

2. Географическое и политическое положение.

В первую очередь, Румыния ориентируется на рынок Европейского Союза и географически страна находится вблизи своих главных импортёров – Италии, Франции, Германии. А так же является членом Евросоюза, что обеспечивает свободную торговлю со странами Европы.

Если проанализировать слабые и сильные стороны производства швейной продукции в развитых странах, то к сильным сторонам можно отнести:

- влияние бренда, такого как «made in Italy» или «made in USA», который в сознании потребителей формирует убеждение о качестве, износостойкости;

- высокий уровень креативности в дизайне, который и формирует высокую добавленную стоимость конечного продукта.

Но основной причиной, по которой экспорт из развитых стран продолжает сокращаться является – высокие издержки на себестоимость,

высокие требования к условиям труда и стратегия массовых компаний по быстрой сменяемости коллекций.

Еще одной особенностью развитых стран является размер предприятий, так, В 2015 году в ЕС в секторе текстильной и швейной промышленности работало 234 606 компаний, большинство из которых относятся к малому бизнесу. Менее 1% компаний используют более 250 сотрудников, в то время как 80% компаний работают только от 1 до 9 рабочих. Что подтверждает гипотезу об отсутствии ориентации производителей из развитых стран на массовое производство

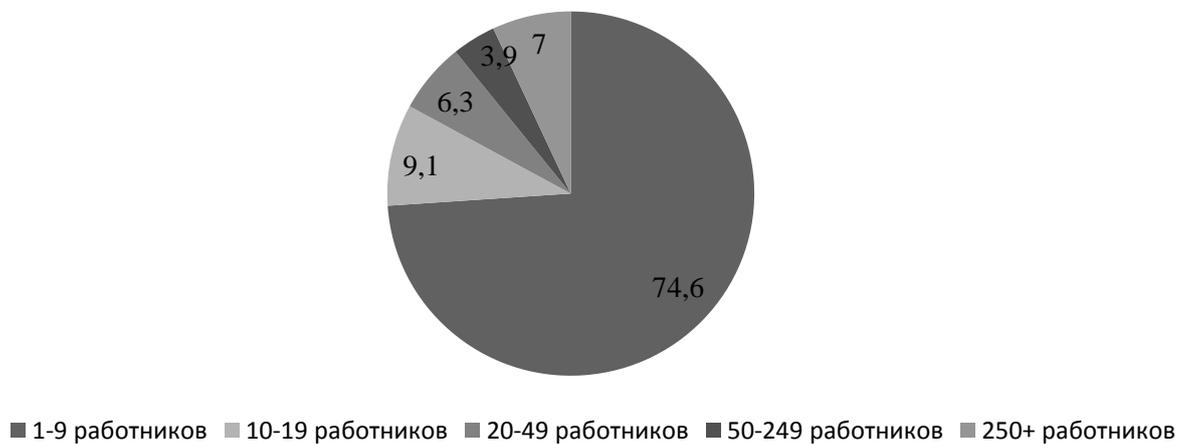


Рисунок 2.5 – Распределение швейных компаний Европейского союза по количеству сотрудников, %

Источник:[37]

Таким образом, можно выделить ряд наиболее релевантных факторов, способствующих развитию швейной промышленности:

- Дешёвая рабочая сила;
- Развитость инфраструктуры и кластера лёгкой промышленности;
- Развитость модной индустрии;
- Экспортно-ориентированная политика;
- Устойчивость политической системы;

– Низкий курс национальной валют страны, в которой размещается производство.

В исследовании [21, с. 48], при оценке конкурентоспособности швейной промышленности, кроме прочего, фокусируются на производительности труда и налоге на прибыль. К отраслевым факторам относят: технологическое развитие, соответствие международным трудовым нормам, время производственного цикла, коррупцию.

При этом, в исследовании [21, с. 48] проводили опрос среди руководителей швейных предприятий о наибольшей значимости того или иного фактора. Удалось получить следующие данные:

Таблица 2.1

Факторы, влияющие на конкурентоспособность отрасли

Макроэкономические факторы		Отраслевые факторы	
Фактор	Значимость	Фактор	Значимость
Стоимость труда	Очень значимо	Технологическая развитость	Очень значимо
Производительность труда	Средняя значимость	Соответствие международным стандартам труда	Средняя значимость
Налог на прибыль	Значимо	Время производственного цикла	Не значимо
Инфраструктура	Очень значимо	Коррупция	Не значимо
Свобода доступа на рынок	Значимо		
Курс валюты	Значимо		

Источник: [21, с. 48-54].

Таким образом, к факторам, влияющим на конкурентоспособность швейной промышленности можно отнести: стоимость труда, налоговую нагрузку, инфраструктуру комплекса лёгкой промышленности, свободу доступа на рынок, курс национальной валюты, уровень коррупции, объем инвестиций в отрасль и технологическую развитость.

Далее, измерим зависимость указанных факторов на объемы экспорта

швейной продукции России, Китая, Италии, Румынии, Бангладеш с помощью регрессионного анализа. Для этого представим исследуемый показатель и факторы, на него влияющие, в виде следующих переменных:

Y – объем экспорта швейных изделий;

X1 – стоимость рабочей силы;

X2 – налог на прибыль;

X3 – производительность труда;

X4 – стоимость национальной валюты;

X5 – подоходный налог;

X6 – уровень восприятия коррупции;

X7 – объем производства текстиля.

Построенные прогнозные модели представлены в Приложении 2. На основе данной модели для анализа влияния факторов X на исследуемый показатель Y, а также для определения тесноты взаимосвязи факторов между собой были построены матрицы коэффициентов корреляции для каждой из стран, которые представлены в Приложении 3.

Из полученной матрицы мы можем заметить, что большинство факторы оказывают сильное влияние на зависимую переменную, но так как нам необходимо исключить мультиколлинеарность, мы устраним из модели те факторы, значения коэффициентов корреляции которых больше или равны 0,8 и коэффициент влияния на зависимую переменную минимальный. При этом, для каждой из стран степень влияния факторов или влияния на Y не совпадает, поэтому были отобраны разные модели. Они представлены в таблице 2.2.

Таблица 2.2

Модели выбранные в ходе корреляционного анализа

Страна	Модель
Бангладеш	$f=y(x_4, x_7)$
Китай	$y = f(x_2, x_5, x_7)$

Продолжение таблицы 2.2

Румыния	$y = f(x_1, x_2)$
---------	-------------------

Италия	$y = f(x_2, x_6, x_7)$
--------	------------------------

Источник: составлено автором

Факторы X_2 (налог на прибыль) и X_7 (объем производства текстиля) являются значимыми в 3 странах, следовательно, можно сделать вывод, что объем налоговой нагрузки и уровень развития поддерживающих отраслей является значимым при развитии швейной промышленности.

Для дальнейшего анализа проведем регрессионный анализ данных моделей для определения значимости коэффициентов, входящих в модель, формирования выводов об адекватности модели фактическим данным; а также для определения вида модели, которая наиболее точно описывает данные.

Рассчитаем параметры линейной регрессии для Бангладеша.

Таблица 2.3

Параметры линейной регрессии (Бангладеш)

При const=1			
	Y	X4	X7
Коэффициенты	-12416,549	288,499	1,732
t-статистика	-4,895	5,920	8,214
F набл	223,245		
R-квадрат	0,961		
При const=0			
	Y	X4	X7
Коэффициенты	-	57,791	2,376
t-статистика	-	3,135	9,702
F набл	312,530		
R-квадрат	0,970		

Источник: составлено автором.

Исходя из анализа, уравнение линейной регрессии будет выглядеть следующим образом. При константе const=1:

$$Y = 12416.549 - 288.499 \cdot x_4 + 1.732 \cdot x_7$$

А при const= 0:

$$Y = 57.791 \cdot x_4 + 2.376 \cdot x_7$$

Далее, рассчитаем параметры экспоненциальной функции.

Таблица 2.4

Параметры экспоненциальной регрессии

При const=1			
	Y	X4	X7
Коэффициенты	317,377	1,052	1,000
F набл	211,486		
R-квадрат	0,959		
При const=0			
	Y	X4	X7
Коэффициенты	1	1,171	1,000
F набл	929,135		
R-квадрат	0,990		

Источник: составлено автором

При const=1 получаем следующее уравнение:

$$y = 317,377 * 1,052^{x^4} * 1,000^{x^7}$$

$$\text{При const=0: } y = 1,171^{x^4} * 1,000^{x^7}$$

R-квадрат – коэффициент детерминации, который характеризует влияние неучтенных в модели факторов. Для того, чтобы принять модель, R-квадрат должен быть больше 60%. Чем ближе значение коэффициента к 1, тем сильнее зависимость. Проанализируем коэффициент детерминации в каждой модели регрессии (табл. 2.5).

Таблица 2.5

Значения R-квадрат

Зависимость	R-квадрат
Линейная регрессия	0,970
Линейная регрессия при const = 0	0,960
Экспоненциальная регрессия	0,959
Экспоненциальная регрессия const = 0	0,860

Источник: составлено автором

Согласно полученным данным, наибольшая зависимость между факторами X и Y у экспоненциальной регрессии с константой 0, поэтому,

моделью, наиболее точно описывающей фактические данные является уравнение вида: $y = 1.171^{x^4} * 1.000^{x^7}$

Произведем оценку качества модели по критерию Фишера. Необходимо соблюдать $F_{набл} > F_{табл}$, это говорит о том, что данное уравнение регрессии является значимым.

Таблица 2.6

Сравнение критериев Фишера

$F_{набл}$	$F_{табл}$
929,135	4,347

Источник: составлено автором

Условие $F_{набл} > F_{табл}$ соблюдено, значит, связь между изучаемым показателем и влияющими факторами сильная, следовательно, уравнение регрессии значимо.

Критерии Стьюдента для каждого из факторов представлены в таблице:

Таблица 2.7

Сравнение критериев Стьюдента

t-статистика набл.	tтабл
3,135	2,45
9,702	2,45

Источник: составлено автором

Для критерия Стьюдента должно соблюдаться $|t_{набл}| > t_{табл}$. Итак, полученное уравнение является статистически значимым.

Исходя из вышеприведенного анализа, можно сделать вывод о том, что наиболее подходящим уравнением для анализа зависимости исследуемого показателя является линейная модель вида $y = 1.171^{x^4} * 1.000^{x^7}$, так как коэффициент детерминации показывает наивысшую качественность подобранной модели, а критерий Фишера говорит о статистической надежности и существенности модели.

По уже известному алгоритму проведём анализ моделей Китая, Румынии, Италии. Объединим полученные в ходе регрессионного анализа уравнения в таблицу.

Таблица 2.8

Уравнения регрессии

	Линейное уравнение, const=1	Линейное уравнение, const=0	Экспоненциальное уравнение, const=1	Экспоненциальное уравнение, const=0
Китай	$y=41279,7-679,1*x^2-2339,7*x^5+0,005*x^7$	$y=179,2*x^2-456,2*x^5+0,005*x^7$	$y = 0,005^{x^2} * -465,179^{x^5} * 179,211^{x^7}$	$y = 1,000^{x^2} * 1,805^{x^5} * 1,210^{x^7}$
Румыния	$y=6127.410-2.179*x^1-116.992*x^2$	$y=6.831*x^1+84.266*x^2$	$y = 8487.459 * 0.999^{x^1} * 0.959^{x^2}$	$y = 1.013^{x^1} * 1.291^{x^2}$
Италия	$y= 50151.245-79.807*x^2+102.621*x^6-0.835*x^7$	$y=397.108*x^2+705*x^6-0.715*x^7$	$y = 99434.188 * 0,997^{x^2} * 1.006^{x^6} * 1.000^{x^7}$	$y = 1.112^{x^2} * 1.155^{x^6} * 1.000^{x^7}$

Источник: составлено автором

Далее, проанализируем коэффициент детерминации в каждой модели регрессии.

Таблица 2.9

Значения R-квадрат регрессионной модели Китая, Румынии, Италии

Зависимость	R-квадрат			
	Китай	Румыния	Италия	Россия
Линейная регрессия	0,966	0,879	0,952	0,934
Линейная регрессия при const = 0	0,951	0,845	0,951	0,923
Экспоненциальная регрессия	0,945	0,541	0,760	0,757
Экспоненциальная регрессия const = 0	0,939	0,678	0,932	0,894

Источник: составлено автором

В итоге, наибольшая зависимость между факторами X и Y у уравнения линейной регрессии с константой=1 для моделей всех исследуемых стран,

поэтому, в качестве модели, наиболее точно описывающей фактические данные выберем линейную регрессию, $\text{const}=1$ из таблицы 2.8.

Проверим уравнения на значимость с помощью критерия Фишера.

Таблица 2.9

Сравнение критериев Фишера

	Китай	Румыния	Италия	Россия
F _{набл}	4227,208	298,293	743,092	312,018
F _{табл}	4,347			

Источник: составлено автором

Условие $F_{\text{набл}} > F_{\text{табл}}$ выполнено, а следовательно уравнения регрессии значимы.

Таким образом, в ходе анализа источников научной информации и проведённого корреляционно-регрессионного анализа удалось выделить основные факторы, непосредственно влияющие на конкурентоспособность отрасли швейной промышленности:

- Стоимость труда;
- Налоговая нагрузка;
- «Прозрачность» органов государственной власти;
- Развитость кластера лёгкой промышленности;
- Объём инвестиций в отрасль швейной промышленности;
- Уровень технологической оснащённости;
- Свобода доступа на рынок.

Далее, построим модель оценки конкурентоспособности швейной промышленности, основываясь на методе рангов. Значение параметра каждой страны будет оценено по шкале от 1 до 5 (шкала соответствует количеству стран), где 1 – наивысшая конкурентоспособность параметра, а 5 – наименьшая. Следовательно, наиболее конкурентоспособной будет отрасль той страны, которая наберет наименьший балл.

Плюс модели в том, что она ориентирована на оценку конкурентоспособности именно швейной промышленности, т.к. были отобраны специфические для этой отрасли факторы. А так же, можно отследить в какой области швейная промышленность той или иной страны проседает, либо наоборот, показывает конкурентные преимущества.

2.2 Оценка конкурентоспособности российской швейной промышленности

Задача исследования – определить конкурентоспособность российской швейной промышленности. В качестве стран для сравнения возьмем страны, которые были проанализированы в пункте 2.1. Напомню, они удовлетворяют 2 критерия: находятся на разных стадиях развития, а значит, используют разные модели бизнеса, а так же входят TOP-10 стран экспортёров швейной продукции, следовательно, швейная промышленность развита в этих странах.

Базой для оценки конкурентоспособности будут служить значения факторов на 2016 год.

Таблица 2.10

Значения основных факторов конкурентоспособности в России

России	
Факторы	Значение показателя
Стоимость труда, \$	256 (17065 р.)
Налоговая нагрузка	20 % - налог на прибыль 13% - подоходный налог
Объем производства тканей, \$	1 580 367 600
Уровень восприятия коррупции	29
Объем инвестиций в отрасль, \$	47 904 300 (3 030 млн. руб.)

Источник: составлено автором

Таблица 2.11

Значения основных факторов конкурентоспособности в Бангладеше

Бангладеш	
Факторы	Значение показателя
Стоимость труда, \$	60
Налоговая нагрузка	25 % - налог на прибыль 30% - подоходный налог
Объем производства тканей, \$	10 944 501 267
Уровень восприятия коррупции	28
Объем инвестиций в отрасль, \$	396 000 000

Источник: составлено автором

Ослабление национальной валюты и увеличение объема производства текстиля – факторы, оказывающие наибольшее влияние на рост объема экспорта швейных изделий, как показал корреляционно-регрессионный анализ.

Таблица 2.12

Значения основных факторов конкурентоспособности в Китае

Китай	
Факторы	Значение показателя
Стоимость труда, \$	160
Налоговая нагрузка	25 % - налог на прибыль 3% - подоходный налог
Объем производства тканей, \$	173 000 000 000
Уровень восприятия коррупции	41
Объем инвестиций в отрасль, \$	184 280 000 000

Источник: составлено автором

В Китае наиболее значимыми факторами являются налог на прибыль, который сократился на 8%, подоходный налог, составляющий всего 3% и прирост объема производства сырья для швейной промышленности.

Таблица 2.13

Значения основных факторов конкурентоспособности в Италии

Италия	
Факторы	Значение показателя
Стоимость труда, \$	2 136
Налоговая нагрузка	31.4 % - налог на прибыль 23% - подоходный налог
Объем производства тканей, \$	На 90% обеспечивает внутренний спрос в хлопке и шерсти
Свобода доступа на рынок	Входит в ВТО и ЕС
Уровень восприятия коррупции	50
Объем инвестиций в отрасль, \$	2 760 000 000

Источник: составлено автором

Проведенный корреляционно-регрессионный анализ показал, что в Италии наиболее значимыми факторами, влияющими на объем экспорта, оказались налог на прибыль, который за последние 20 лет сократился почти в 2 раза, растущий индекс восприятия коррупции, а так же объем производства текстильной продукции, который сокращается вместе с сокращением объема экспорта.

Конкурентоспособность развития швейной промышленности в Италии определяет развитая индустрия моды, коммерческий успех которой начал зарождаться в середине прошлого века.

Таблица 2.14

Значения основных факторов конкурентоспособности в Румынии

Румыния	
Факторы	Значение показателя
Стоимость труда, \$	4569
Налоговая нагрузка	16 % - налог на прибыль 16% - подоходный налог
Объем производства тканей, \$	1 122 898 683

Продолжение таблицы 2.14

Уровень восприятия коррупции	48
Объем инвестиций в отрасль, \$	1 228 500 000

Источник: составлено автором

Анализ показал, что при уменьшении стоимости труда в Румынии и уменьшению налога на прибыль возрастают объемы экспорта. Румыния относится к группе региональные поставщики, обеспечивая швейными изделиями себя и близлежащие европейские страны, такие как Италия и Франция, которые работают с Румынией по давальческой схеме, т.к. там не развито текстильное производство.

Таблица 2.15

Ранжирование показателей конкурентоспособностей

	Россия	Бангладеш	Китай	Румыния	Италия
Стоимость труда	3	1	2	4	5
Налоговая нагрузка	3	4	1	2	5
Объем производства тканей, \$	4	2	1	5	3
Уровень восприятия коррупции	4	5	3	2	1
Объем инвестиций в отрасль, \$	5	4	1	3	2
Курс национальной валюты к доллару	5	4	3	2	1
Итого	24	20	11	18	17

Источник: составлено автором

ГЛАВА 3 АНАЛИЗ ПЕРСПЕКТИВ РАЗВИТИЯ ШП РОССИИ

3.1 Драйверы и стоп-факторы развития швейной промышленности России

Проведенный анализ позволяет выделить основные драйверы и стоп-факторы развития швейной промышленности в России.

Таблица 3.1

Драйверы и стоп-факторы российской швейной промышленности

Возможности	Проблемы
Слабый рубль	Низкий объем инвестиций
Выгодное географическое положение	Высокая изношенность основных фондов
Обеспеченность собственным сырьем для производства синтетических волокон, благодаря развитому нефтехимическому целлюлозно-бумажному комплексу	Отсутствие престижа отрасли, недостаток профессиональных кадров, «стареющие» кадры
Конкурентоспособная стоимость труда	Необеспеченность отечественным сырьем (тканями) для производства швейных изделий
	Слабое развитие отечественной НИОКР в области технологических процессов, инновационной продукции, слабое развитие национальной дизайнерской школы

Источник: составлено автором

Рассмотрим наиболее значимые проблемы и возможности:

1) Низкий уровень доступности сырьевой базы. Одним из факторов территориального размещения швейного предприятия является доступность этого предприятия до ключевых поставщиков. Для швейной промышленности ключевым поставщиком считается текстильная

промышленность, т.к. ткань является основой любого швейного изделия и составляет 60% его себестоимости.

Сегодня совокупная доля хлопчатобумажного и синтетического текстиля превышает 80% от суммарного объема российского рынка текстиля. Оставшуюся долю между собой делят текстильная продукция из льна и шерсти. В минимальном объеме на рынке присутствует продукция из шелка. [24, с. 15]

Россия сохраняет большую зависимость от импортных тканей и сырья для их производства. В Россию ввозится в основном первичное сырье (хлопок-сырец и хлопковое волокно) или суровые ткани (ткань без отделки и окраски). Однако в настоящее время во всем мире наблюдается устойчивое сокращение рынка натуральных тканей с замещением их доли синтетическими материалами: потребление синтетических тканей растёт в среднем на 11-12% в год, в то время как рост потребления натуральных составляет 5-6%. В 2016 году 67% от суммарной емкости российского рынка синтетических тканей пришлось на импорт (таблица 3.2). Импорт занимает более чем существенную долю в структуре отечественного рынка, составляя около 80%. В особенности это касается синтетических и искусственных тканей, шелковой ткани и трикотажного полотна (таблица 3.2).

Таблица 3.2

Уровень зависимости от импортного сырья текстильной промышленности

Уровень зависимости от импорта (отношение импорта продукции в РФ, к видимому ее потреблению, %):	2013	2014	2015	2016
хлопчатобумажные ткани	18%	16%	13%	15%
синтетические и искусственные ткани	79%	79%	72%	67%

Источник: [24, с. 18].

Исторически в России возделываю лён, производят льняные и шерстяные ткани. Предназначены они в основном для удовлетворения потребностей внутреннего рынка, только 20% в 2016 году экспортировалось.

Основными поставщиками синтетического текстиля являются Китай, Беларусь и Германия. Ткани и сырье из натуральных волокон импортирует Узбекистан/Китай/Туркмения/Бангладеш (хлопок и прочие растительные текстильные волокна) и Китай/Германия/Италия (шерсть).

Зависимость от импорта ставит в затруднительное положение производителей швейной продукции, которая связана с экономической конъюнктурой: девальвацией рубля и снижением покупательной способности, и с удалённостью поставщиков от конечных фабрик, что делает производство невыгодным.

2) Кадровое обеспечение. Швейная промышленность одна из самых трудоёмких отраслей. По оценкам, уровень изношенности основных фондов швейных фабрик достигает 80-85% [23, с. 12]. Использование морально устаревшего оборудования повышает долю ручного труда, что приводит к увеличению производственного цикла и себестоимости изделия.

Лёгкая промышленность, несмотря на потребность в кадрах является одной из самых непривлекательных отраслей для работников. Средняя заработная плата в 2016 году составляла 17065 рублей, что в 2 раза ниже средней заработной платы в России (в 2016 г. – 36709 р.) [11].

Швейные фабрики не смогли адаптироваться под реалии рыночной экономики во многом потому, что средний возраст сотрудников на швейных фабриках – 45-55 лет. Как правило, в этом возрасте люди не хотят кардинальных изменений и движения вперёд, а желают «спокойно доработать до пенсии». В связи, с чем в отрасли происходит застой, а молодежь не спешит там работать из-за невысокой оплаты труда и непрестижности профессии.

3) Незащищенность российских производителей от нелегального импорта.

Теневой текстильный импорт делится на контрабанду (обычная одежда, ввезенная незаконным путем) и контрафакт (подделки под бренды, нарушающие права интеллектуальной собственности). Контрабанда, в свою

очередь, делится на "серый" импорт, когда предприниматели занижают таможенную стоимость товара и экономят на пошлинах. И "черный" импорт, ввозимый без таможенного оформления и декларирования.

Поскольку отсутствует официальная статистика по "серому импорту" товаров легкой промышленности, Минпромторг проводил опрос профильных ассоциаций и союзов на предмет оценки нелегально произведенного и ввезенного товара.

По экспертной оценке Российского союза производителей одежды, 40 процентов товара попали на российский рынок с нарушением таможенного законодательства. В основном это товары из Китая, Польши, Бангладеша, Турции.

По оценке Союзлегпрома, незаконно произведенный и незаконно ввезенный товар на территорию России составляет 35 процентов от розничного рынка легпрома, что составляет 910 миллиардов рублей в год.

Ассоциация текстильщиков РФ сообщает что, годовой объем российского текстильного рынка составляет примерно 31 миллиард долларов, из них девять миллиардов приходятся на "серый" импорт.

Попробуем проверить эти данные, и сопоставим импорт 3х крупнейших поставщиков (Китая, Польши, Беларуси) одежды и текстиля в РФ. На долю этих стран приходится 44% внешнеторгового оборота текстиля и одежды. Сравнение российского импорта по статистике ФТС РФ с экспортом стран-поставщиков в РФ по статистике WITS показало, что в 2016 году Китай, Польша и Беларусь экспортировали на сумму 6,680 млрд. долл, в то время как таможенной службой РФ было зарегистрировано импортных товаров на сумму 3,639 млрд. долл., что составляет 54% от учтённого импорта.

Таблица 3.3

Сопоставление импорта РФ с экспортом других стран в РФ категории
«одежда и текстиль»

Страна	По данным WITS экспорт, в тыс. долл. в 2016 г.	По данным ФТС РФ импорт, в тыс. долл. в 2016 г.	Абсолютное отклонение
Китай	5 723 585,38	3 030 000,00	-2 693 585,38
Польша	203 917,87	107 828,64	-96 089,23
Беларусь	752 197,20	500 707,25	-251 489,95

Источники: [34, 48]

Следует учитывать, что расхождения могут быть обусловлены разницей в ценах экспорта и импорта. Внешнеторговая статистика международных организаций исходит из того, что стоимость экспорта товаров на условиях FOB в среднем на 10% ниже стоимости импорта на условиях CIF. Сопоставимость оценок товарных категорий зависит от согласованности товарных классификаций.

Но наблюдаемые расхождения настолько велики, что не могут быть объяснены организационными факторами, а свидетельствуют о нарушениях таможенного законодательства с целью неуплаты таможенных платежей.

Теневой, серый и черный импорт подрывает конкурентные позиции отечественных производителей, занижая цены на изделия. В соответствии с ТР ТС 019/2011 «О безопасности средств индивидуальной защиты» производится сертификация швейных изделий. Контрафактная продукция не проходит испытаний и может нанести вред здоровью человека.

4) Отсутствие поддержки и защиты со стороны государства.

5) Неумение производить конкурентоспособную продукцию, развивать отечественные бренды.

Существует диссонанс: отечественные ретейлеры, которым удалось выстроить бренд не производят одежду в РФ, а существующие швейные фабрики не способны построить бренд (таблица 3.4). Владельцы брендов считают, что производить в России невыгодно из-за больших издержек, несмотря на территориальную близость российских фабрик к точкам продаж.

Это не единственная причина. В странах Юго-Восточной Азии сильнее развит формат аутсорсинга швейных фабрик и развита инфраструктура: налажена логистика и есть серьёзная сырьевая база, т. к. Китай является крупнейшим производителем тканей и фурнитуры. отсутствия инфраструктуры

Таблица 3.4

Территориальное размещение отечественных брендов

Бренд	Размещение производства
Gloria Jeans	40-45% производства располагается в РФ, Китай, Украина, Турция, Вьетнам
Sela	20% в РФ, 80% - Юго-Восточная Азия
Incity	Китай
Melon Fashion Group (Love Republic, Befree)	Китай
Ostin	Китай, Индия
Oodji	Разработка в РФ, производство - Китай

Источник: Составлено автором

Рынок готовых швейных изделий высококонкурентный, а современные реалии «быстрой моды» обязывают производителя мгновенно реагировать на изменение вкуса, моды, погоды. Это требует колоссальной работы всего административного штаба и маркетингово отдела, который на отечественных предприятиях отсутствует. Российские производители существуют в некой оторванности от потребителя, продолжая действовать по советскому алгоритму «заказ-выпуск», именно поэтому большинство существующих крупных российских швейных фабрик ориентировано на госзаказ и выпуск спец. одежды, у которой меняется только сезонность (зима/лето).

Швейная промышленность находится в глубочайшем кризисе, который можно преодолеть только при системном подходе: серьёзная поддержка и защита государства, выстраивания кластера лёгкой промышленности,

кадровые изменения внутри швейных фабрик и переосмыслению позиционирования и целей существования фабрики владельцами.

3.2. Анализ тенденций развития швейной промышленности и разработка рекомендаций

Швейная промышленность является составляющим звеном в цепочке ценностей по производству одежды или текстильной продукции (рисунок 3.1).

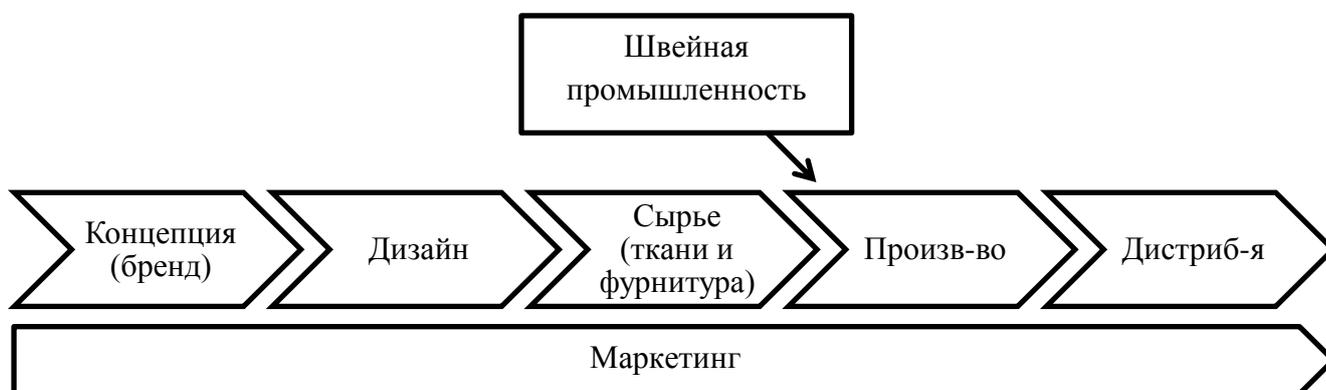


Рисунок 3.1 – Цепочка ценностей производства одежды или текстильной продукции

Источник: составлено автором

Швейная фабрика может выступать агрегатом всех этих звеньев, отвечая за маркетинг, закупку сырья, производство и дистрибуцию. Но более распространенный вариант, когда в руках дистрибьютора концентрируется ответственность за брендинг, дизайн, взаимодействие с потребителем и маркетинг, дистрибьютор может закупать необходимое сырье и передавать его на швейную фабрику, взаимодействуя с ней как с аутсорсером по девальческой схеме. В соответствии с этим, по первой схеме непосредственно швейная фабрика доносит конечный продукт до потребителя. По второй – дистрибьютор доносит конечный продукт. Первая схема является более сложной, т.к. требует от швейной фабрики не только

отличное выполнение своей основной функции – производства, но и других, не менее важных (продажи и маркетинг). При этом для швейной фабрики выполнять полный цикл более выгодно, если в производстве рентабельность составляет 10-12%, то в ритейле по разным оценкам около 30%. Как правило, таким образом работают фабрики, ориентированные на пошив спец. одежды и формы, т. к. в этом случае практически не нужен брендинг, реакция на моду и вкусы потребителей, фабрики работают над выполнением крупных заказов компаний и государственных структур.

Таким образом, особенность современной швейной промышленности заключается в том, что она зависит от компаний, осуществляющих ритейл в сфере одежды и текстиля, являясь исполнителем задач по производству конечного продукта. Эту особенность необходимо учитывать для дальнейшего анализа и понимания причинно-следственных связей в швейной промышленности.

Разберем основные тенденции в швейной промышленности на глобальном уровне.

1) Быстрая мода или fast fashion – стратегия производства одежды, основанная на обновлении ассортимента несколько раз в сезон. Быстрое обновление возможно благодаря копированию дизайнерских идей других брендов и реакции на предпочтения потребителей. Количество циклов при традиционном походе – 4, в условиях быстрой моды – 50 [20], т.е. каждую неделю выходит новая коллекция.

Низкая стоимость производства - это важнейший фактор, благодаря которому модель быстрой моды смогла реализоваться. Эта модель работает по следующему принципу: быстрая сменяемость коллекций приводит к быстрому устареванию уже имеющихся предметов одежды и их моральному обесцениванию, а низкая цена на одежду позволяет принимать решение о покупке мгновенно. В сегменте масс маркета одежда доступна практически каждому, что позволяет больше потреблять. Так, например, средний потребитель в 2016 году покупает на 60% больше предметов одежды по

сравнению с 2000 годом, но при этом предметы одежда хранятся в два раза меньше [20].

2) Фонд оплаты труда – основная статья затрат швейных фабрик, для сокращения затрат компании переносят свои производственные мощности или передают на аутсорсинг производство швейных изделий в страны с низкой стоимостью рабочей силы.

Таблица 3.5

Тенденции уровня занятости в швейной промышленности азиатских стран

Страна	Год	Занятость	Год	Занятость	Изменение, %	Средняя зароботная плата в 2016, \$ в мес
Индия	1998	398 618	2010	862 689	116,4	78
Китай	1995	14 710 000	2010	11 201 100	-23,9	155
Пакистан	1996	26 915	2008	62 388	131,8	98
Шри-Ланка	1997	154 542	2010	260 308	68,4	62
Бангладеш	1998	1 049 360	2015	2 058 000	96,1	68

Источник: [28, с. 16]

Всего за 10 лет занятость в отрасли швейной промышленности в некоторых азиатских странах увеличилась практически в двое (табл). Это связано с низкими барьерами входа на рынок: дешёвая рабочая сила, низкие стандарты безопасности и условий труда, развитость комплекса лёгкой промышленности – доступ к сырью и оборудованию, низкие налоги, дешёвая валюта и, как следствие, инвестиционная привлекательность.

У большинства из 20 крупнейших производителей в мире, таких как Бангладеш, Вьетнам, Индия, Пакистан, Камбоджа и Шри-Ланка, самая низкая минимальная заработная плата в отрасли, которая составляет меньше 100\$ в месяц. Для примера, в развитых странах минимальная заработная плата в отрасли варьируется между 752 евро (1042 \$) в Испании и 27 и 1 435 евро (2001 \$) во Франции.

В развивающихся странах, таких как Бангладеш и Комбоджа швейная промышленность является ключевым источником дохода государства и граждан, обеспечивая более 80% экспорта. Но тем не менее она несёт потогонный характер, это связано и с участием детского труда в производстве, и с жестким давлением со стороны компаний-заказчиков в связи со сжатыми сроками, отсутствием больничных, отпусков, в том числе и отпусков по уходу за ребенком (90% работающих в швейной промышленности в Бангладеше – женщины), несоблюдение стандартов безопасности и условий труда, что приводит к ухудшению здоровья работников и масштабным катастрофам, пример - пожар и обрушение фабрики Rana Plaza, в ходе которого погибло 1136 человек, а пострадало более 2500.

3) Как следствие, низкие барьеры для размещения производств в азиатских странах и новый формат бизнеса в области производства одежды и других швейных потребительских товаров – «быстрая мода» дали основной толчок к главной тенденции последних 50-ти лет – перемещение всего комплекса лёгкой промышленности из развитых стран в развивающиеся.

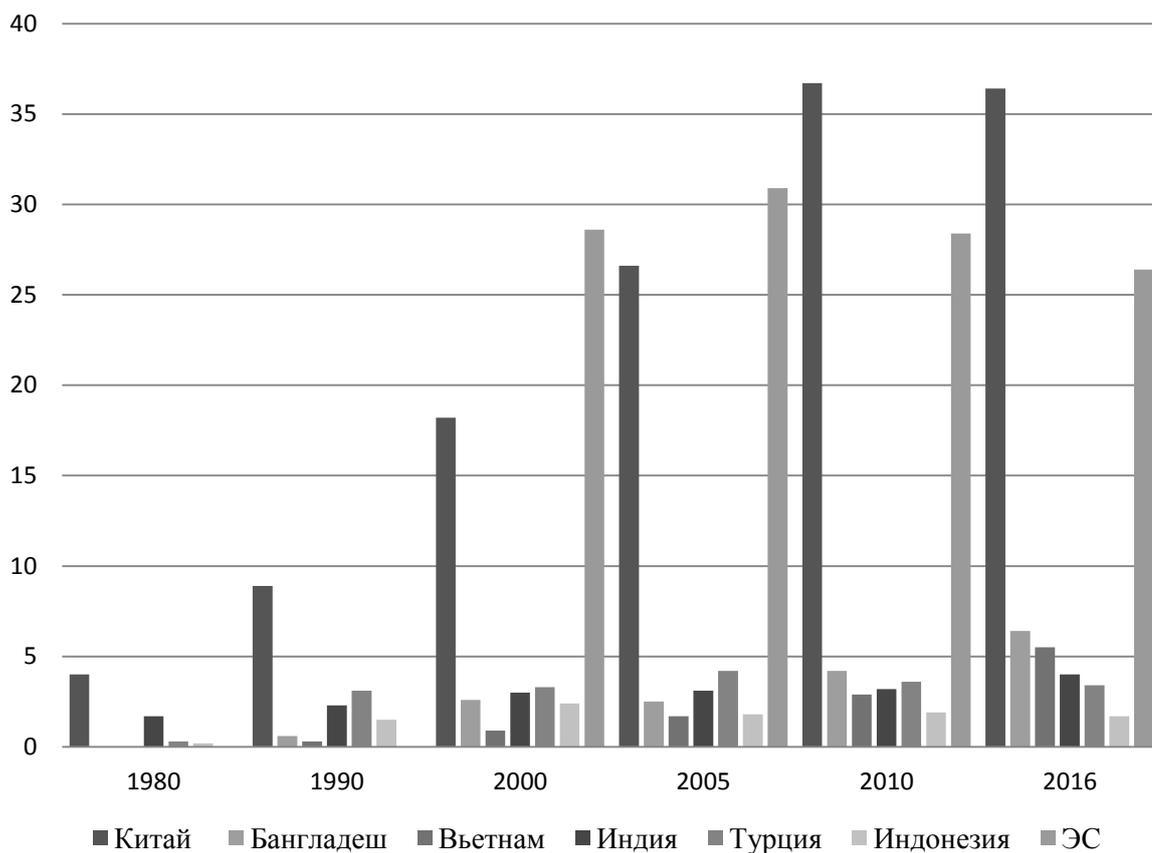


Рисунок 3.2 - Доля в мировом экспорте швейных изделий, в %
 Источник:[49, 50]

Китай огромными темпами наращивает объем экспорта швейных изделий, увеличив свою долю на 32,4% в период с 1980 года. Развитие в других азиатских странах, таких как Бангладеш, Вьетнам, Камбоджа и Индонезия начинается позднее – с середины 90ых. За этот период Бангладешу удалось выстроить швейную промышленность с нуля и добиться 6,4% мирового рынка швейных изделий. Практически аналогичная ситуация во Вьетнаме, доля вьетнамского экспорта выросла на 5,2%. В целом, подобная динамика характерна для всех азиатских стран.

Что касается Европейского союза, то крупнейшими производителями в отрасли являются пять самых густонаселенных стран ЕС: Италия, Франция, Великобритания, Германия и Испания. Вместе они составляют около трех четвертей производства в ЕС. Южные страны, такие как Италия, Греция и Португалия; некоторые из новых стран ЕС, таких как Румыния, Болгария и Польша; и, в меньшей степени, Испания и Франция, вносят больший вклад в

производство швейных изделий. С другой стороны, северные страны, такие как Великобритания, Германия, Бельгия, Нидерланды, Австрия и Швеция, вносят больше вклада в производство текстиля, в частности в технический текстиль. Европейские страны изменили свою концепцию в лёгкой промышленности и улучшили свою конкурентоспособность за счет прекращения массового производства простых продуктов и вместо этого сосредоточились на более широком спектре продуктов с более высокой добавленной стоимостью. Сейчас европейские производители являются мировыми лидерами на рынках технического/промышленного текстиля и нетканых материалов (промышленные фильтры, гигиенические продукты, продукты для автомобильного и медицинского секторов). А также высококачественной одежды с использованием сложного дизайна.

4) Изменение динамики производства основных игроков.

Снижение китайского экспорта швейных изделий. Можно заметить, согласно табл., что за 15 лет (с 1995 по 2010 гг.) занятость в швейной промышленности снизилась на 24%.

Экспорт одежды из Китая упал на 7 процентов, но Китай все еще остаётся крупнейшим игроком, обеспечивая 36 процентов мирового экспорта одежды в 2016 году. В 2015 эта цифра снизилась еще на 6% (рисунок 3.3). Подобная динамика объясняется переориентацией китайской промышленности на высокотехнологическую сферу и ростом заработных плат, которые выросли в 3 раза в отрасли швейной промышленности за последние 20 лет.

Китай наращивает качество, отдавая долю сегмента «быстрой моды» странам из юго-восточной Азии с более дешёвой рабочей силой, например, Бангладешу, Вьетнаму и Комбодже, этим странам удалось нарастить экспорт швейных изделий за 2015-2016 годы на 12, 15 и 14% соответственно.

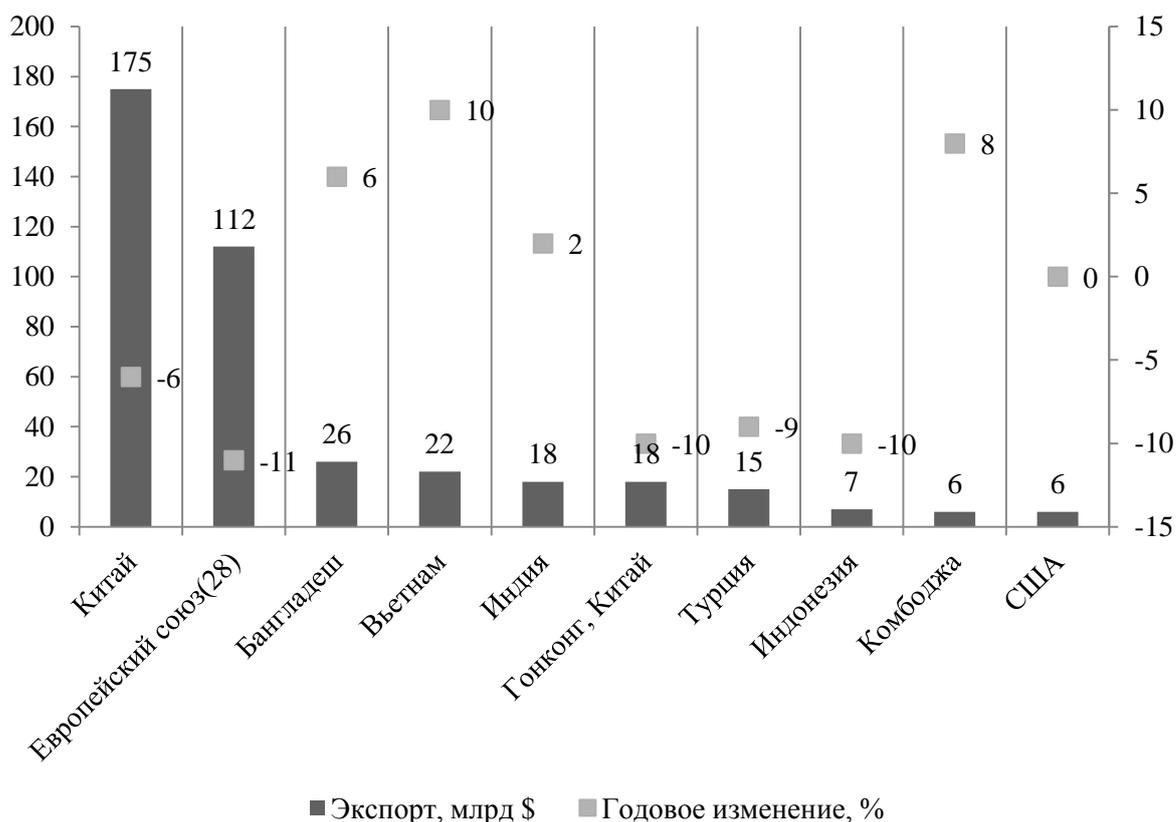


Рисунок 3.3 - Объемы экспорта швейных изделий в 2015 году
 Источник: [49]

5) Рост потребление синтетических и искусственных тканей и технического текстиля.

В 1980 году спрос на полиэфир составлял всего 5,2 млн. тонн во всем мире, а к 2000 году он достиг 19,2 млн. тонн. Затем, спрос на полиэфир опередил спрос на хлопок в 2002 году и продолжает расти значительно быстрее, чем все остальные волокна типы. В 2016 году спрос составил 50,1 млн. тонн (рисунок 3.4). Рассматривая период с 1980 по 2014 год, общий рост спроса на волокна составил 55,7 млн. тонн, из которых 73,4% приходится на полиэфир.

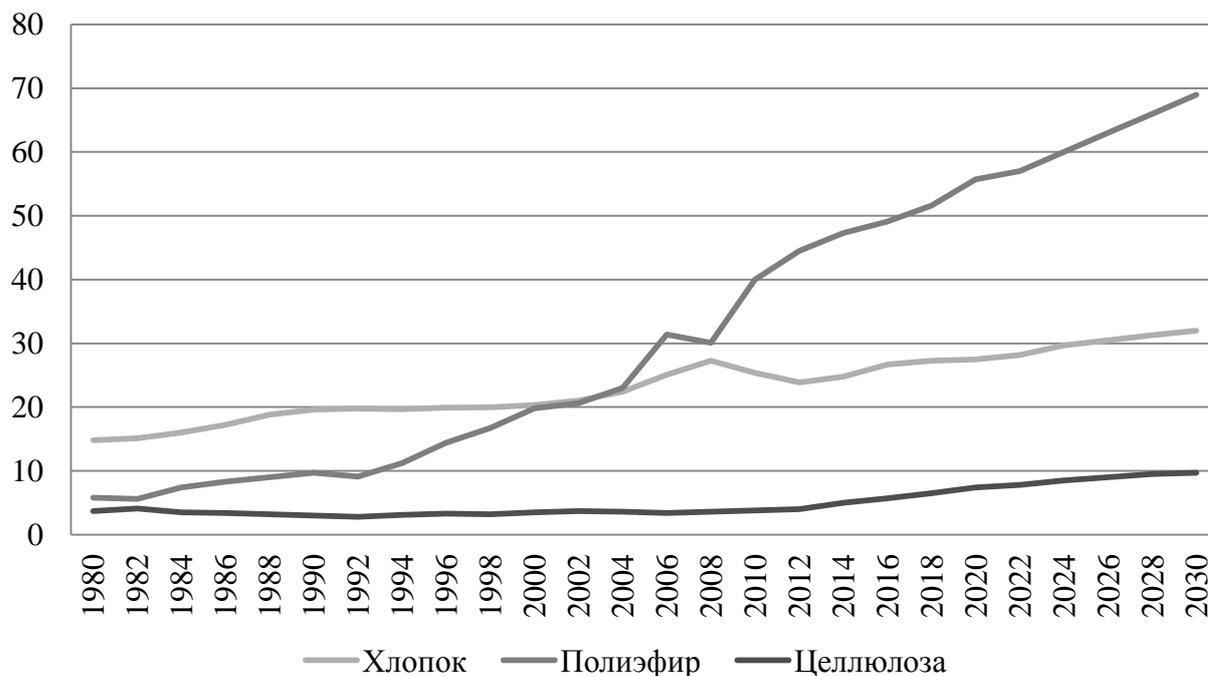


Рисунок 3.4 – Использование волокна, млн. тонн

Источник: [46]

Экспорт полиэфира обеспечивает Китай, Индия и Юго-Восточной Азией. На долю Китая приходится 69 процентов всего производства полиэфирного волокна во всем мире [46] если добавить Индию и Юго-Восточную Азию то получится 86 процентов мирового производства.

За последние 10 лет целлюлоза прочно укрепилась на рынке, а спрос на неё начал расти, в первую очередь за счет использования вискозного и штапельного волокна.. После неуклонного снижения доли и объема рынка в период с 1980 по 2000 год потребление целлюлозы удвоилось за последние 10 лет до 5,2 млн. тонн. Значительная часть этого повышенного спроса приходится на Китай. В 2010-11 гг. в результате высокой цены на хлопок штапель получил значительное повышение спроса.

б) Изменение потребительских трендов: персонализация, диджитализация, рациональное потребление.

На смену общества потребления, благодаря которому сегмент «быстрой моды» смог занять львиную долю рынка, приходит новая модель – рациональное потребление. На рисунке 3.5 видно, что наибольший рост

потребления швейных изделий на человека в развитых странах приходился на 92-01 годы, затем, в 2006 было достигнуто максимальное значение – 68 шт. После, рост прекратился, и даже, началось снижение. Динамика связана с более осознанным подходом к потреблению, изменением приоритетов расходов в пользу образования и путешествий.

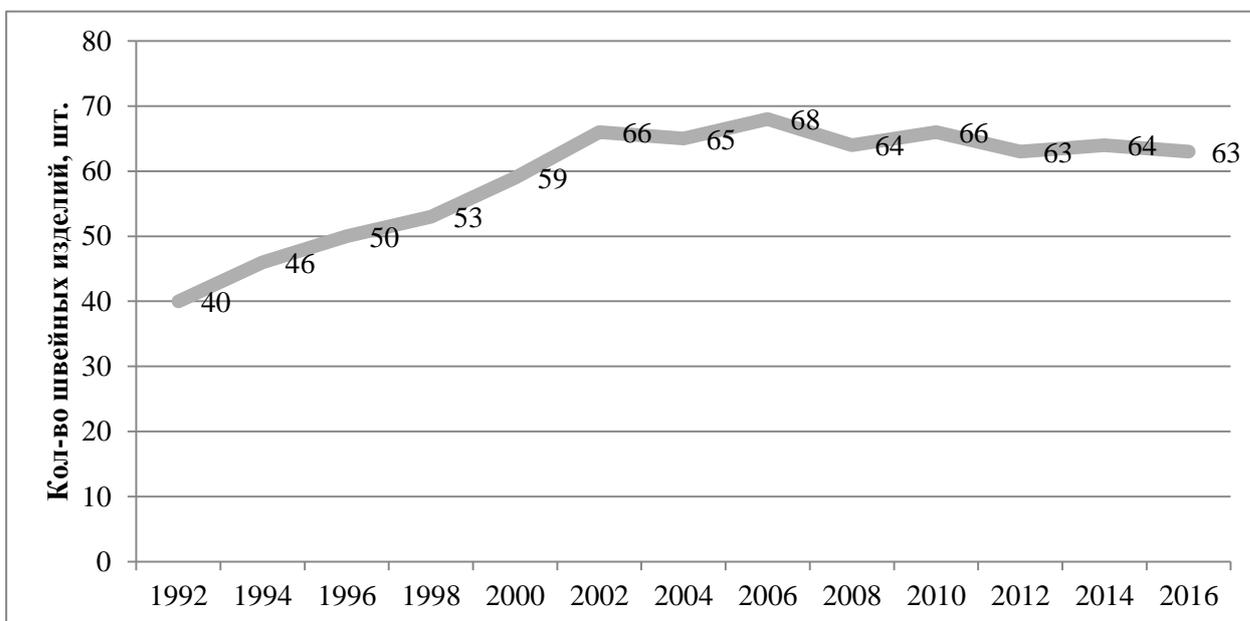


Рисунок 3.5 – Годовое потребление одежды на 1 человека в развитых странах
Источник:[23, с. 11]

Еще один немаловажный фактор – рост интереса к экологии, т. к. модная индустрия является второй по уровню загрязнения окружающей среды, после нефтехимической промышленности, поэтому сокращение потребления многими воспринимается как способ поддержать экологию. Крупнейшая доля загрязнения приходится на текстильную промышленность, которая выполняет окраску тканей, используя при этом огромное количество воды, и на сельское хозяйство, которая выращивает сырье для изготовления тканей. При выращивании хлопка используют пестициды, которые со временем делают почву абсолютно неплодоносной. В связи с этим растёт спрос на органические ткани, выращенные без пестицидов и окрашенные щадящими для природы красителями.

Еще один важный тренд – диджитализация. Одно из его проявлений – онлайн торговли одеждой. Хотя в России доля онайна составляет только 3-

4%, в развитых странах, таких как Великобритания доля достигает 20% [32]. Около трети оборота e-commerce одежды и обуви уходит «за рубеж». Трансграничные покупки россиян оцениваются как 130 млрд. руб. Суммарный объём покупок у российских и зарубежных операторов, учитывая трансграничные покупки, - это потенциальная емкость fashion e-commerce, которая составляет 331 млн руб. и в ближайшей перспективе может достичь 14% от всего рынка [23, с . 15].

Диджитализация проявляется не только в виде появления новых площадок продаж, но и в приложениях, в том числе и мобильных, например, бот, который ежедневно подбирает для пользователя образ с учетом погоды и дает рекомендации о цветах, обуви и аксессуарах, 3D-сканер и специальное ПО, позволяющие получать точные 3D-модели фигуры человека. Эта система по примерке электронных лекал демонстрирует посадку одежды на фигуре. Тенденция проявляется и в производстве, например, в производстве тканей с электронной системой обогрева, 3D принтерах, на котором можно печатать одежду и пр.

Основной причиной появления персонализация является насыщенность рынка с жёсткой конкуренцией, а так же перенасыщенностью потребителей ассортиментом и желанием обладать уникальным продуктом, выразить свой творческий потенциал через одежду. Желание человека участвовать в создании своих вещей - успешно монетизируется. Возрастает рост спроса на одежду сделанную индивидуально, либо малыми тиражами. Даже существуют интернет-магазины, на которых можно самостоятельно сконструировать вещь: выбрать ткань и цвет, фасон, степень облегания, длину рукава и форму выреза. Такая одежда шьется по параметрам покупателя, которые он ввёл на сайте.

Анализ тенденций и оценка факторов конкурентоспособности, проведенный в главе 2, помогли выдвинуть ряд направлений развития швейной промышленности России и повышения международной конкурентоспособности, которые мы рассмотрим ниже.

Основные направления развития лёгкой промышленности РФ были определены в «Стратегии развития лёгкой промышленности Российской Федерации на период до 2025 года». Стратегия направлена на реализацию Указа Президента РФ от 7 мая 2012 г. № 596 «О долгосрочной государственной экономической политике», Указа Президента РФ от 31 декабря 2015 г. № 683 «О Стратегии национальной безопасности Российской Федерации», а также на решение задач, поставленных в посланиях Президента Российской Федерации Федеральному Собранию Российской Федерации.

В базовом сценарии реализация Стратегии обеспечит увеличение вклада легкой промышленности в ВВП вдвое – с 188 до 360–370 млрд руб., увеличит долю локализации с 19% до 20–25% (с учетом влияния «теневое» импорта), а также предусмотрит рост экспорта с 78 млрд руб. в 2017 г. до 140–150 млрд руб. в 2025 году в текущих ценах.

В консервативном сценарии к 2025 году ожидается незначительный рост доли вклада легкой промышленности в ВВП с 0,2% в 2017 году до 0,21% в 2025 г., что означает рост в денежном выражении в 1,8 раз (с 188 до 330–340 млрд руб.). Доля локализации в 19% в 2017 году вырастет до 23% к 2025 году (с учетом «теневое» импорта). Также ожидается рост объема экспорта с 78 млрд руб. в 2017 году до 110 млрд руб. в 2025 году.

В стратегии выделены приоритетные направления развития легкой промышленности РФ до 2025 года:

1. Развитие производства готовой продукции, включая крупные и средние контрактные производства, и развитие национальных брендов в области одежды и обуви.
2. Развитие интегрированной производственной цепочки синтетических материалов, включая развитие производства технического текстиля.

3. Развитие интегрированной производственной цепочки натуральных волокон (лен, шерсть, хлопок), включая развитие производства технического текстиля и нетканых материалов.

Определенная стадия производства конечного продукта имеет разную добавленную стоимость. На рисунке представлено соотношение этапа производства и добавленной стоимости.

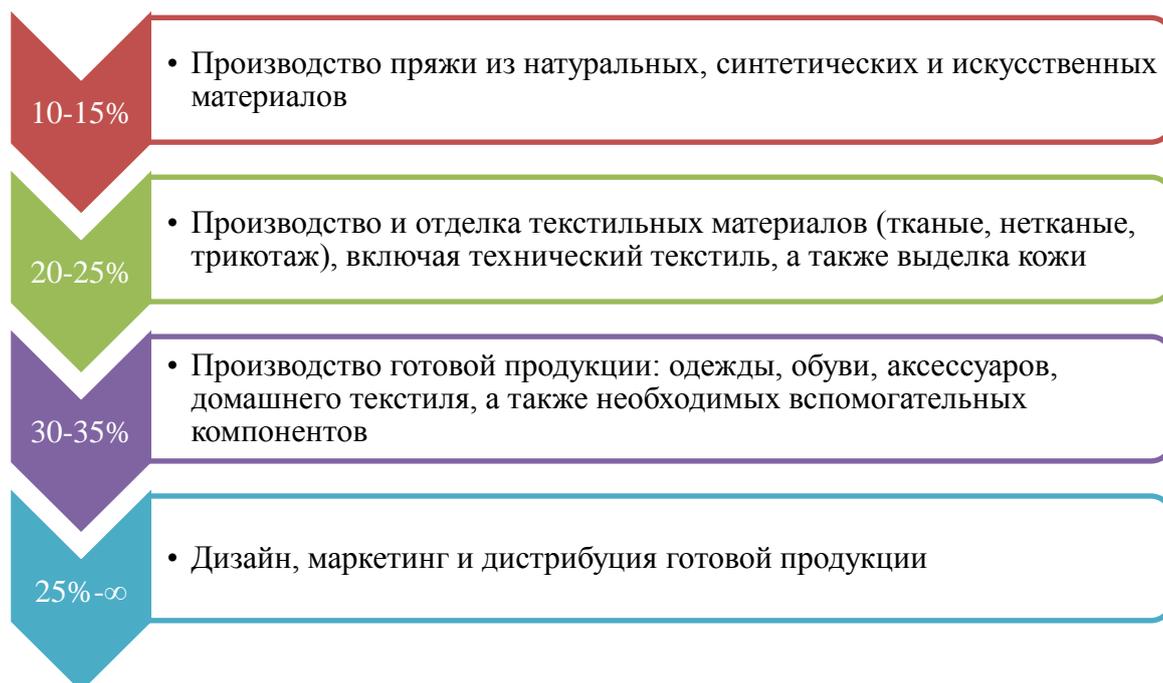


Рисунок 3.6- Четыре основных этапа создания добавленной стоимости
Источник: [1]

Наибольший вклад в экономику России смогут обеспечить сегменты с высокой добавленной стоимостью – швейная продукция (до 30-35%) в совокупности с дизайном, маркетингом и дистрибуцией (ДС не ограничена), но по мнению автора, именно это направление повышение конкурентоспособности швейной промышленности рассмотрено не полно, а главный упор в Стратегии делается на производство синтетического и технического текстиля и на обеспечение загрузки производственных мощностей стратегическими партнерами – отечественными и международными брендами для реализации продукции в России и за рубежом.

Рассмотрим эти три направления подробнее.

Направление 1 - Локализация швейных фабрик иностранных компаний. Производство швейных изделий – одно из самых трудоёмких производств в структуре лёгкой промышленности. Крупные мировые бренды, пытаясь сэкономить на издержках, переносят этап пошива одежды в страны с низкой стоимостью оплаты труда. Стоимость труда в азиатских странах варьируется от 130 (Вьетнам) до 240 (Китай) долл. США в месяц. В этом направлении на фоне ослабления рубля Россия имеет конкурентное преимущество – заработная плата швеи составляет 17000 р. или 270\$, при этом существуют регионы, в которых стоимость труда швеи значительно ниже среднего значения по России и находится на уровне МРОТ, например, Саратовская область – 115 долл. США/месяц, Кемеровская область – 141 долл. США/месяц. В целом, стоимость труда в РФ выше, чем в азиатских странах, но меньше чем в Румынии и Польше. И пожалуй, на этом конкурентные преимущества для развития данного направления заканчиваются.

Как правило, производство переносят бренды, осуществляющий массовый выпуск продукции, которые работают в сфере fast-fashion, либо серийное производство, работающие в сегменте middle и middle-up. Для первых на передний план выходит фактор сокращения издержек, а для вторых – уровень качества. При этом, эти обе ниши уже заняты азиатскими странами, выпускающими продукции в сегменте массового производства и странами, которые находятся географической близости к местам сбыта – Румыния, Турция и Марокко. Для наглядности приведем схему (рисунок 3.7) развития этого направления.

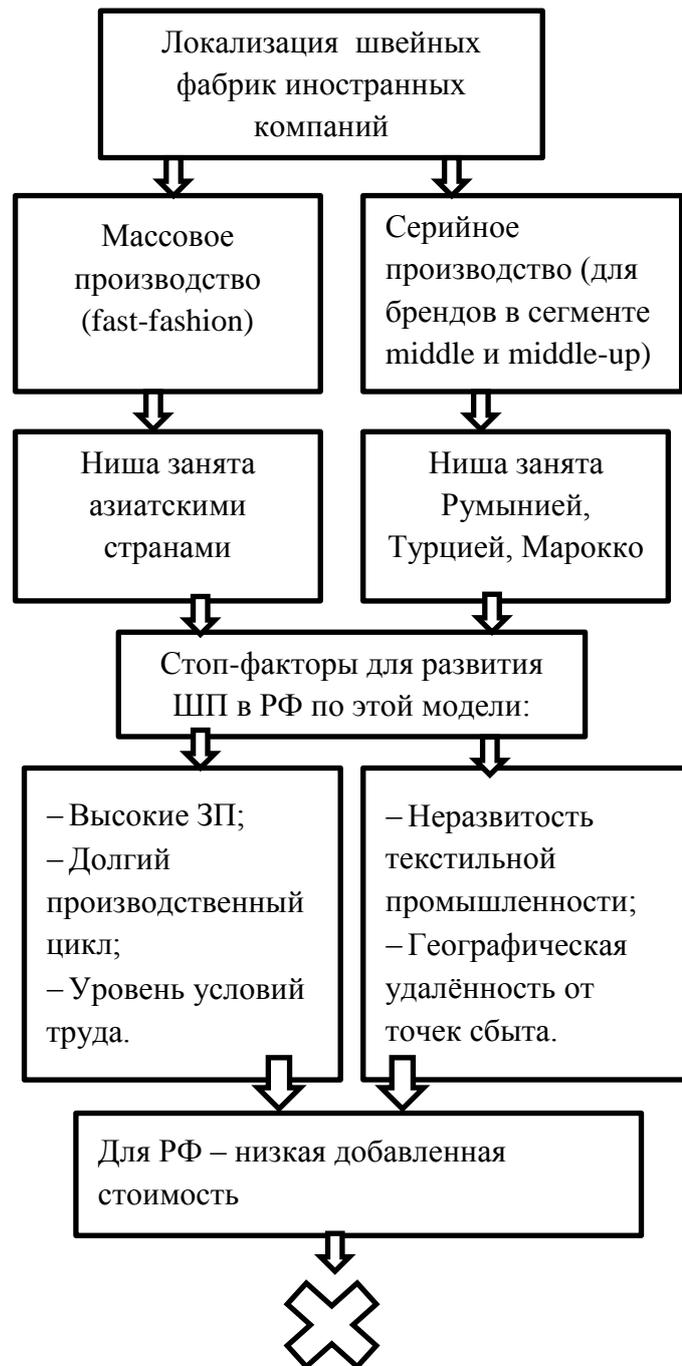


Рисунок 3.7 – Локализация швейных фабрик иностранными компаниями
Источник: составлено автором.

Для размещения массового производства в РФ высокие заработные платы и низкая производительность труда. А для размещения брендов среднего сегмента не хватает развитой текстильной отрасли, технической и технологической базы.

России может быть невыгодна подобное направление из-за потерь в добавленной стоимости. Получается, что ДС за маркетинг, дизайн и

дистрибуцию будут забирать зарубежные компании, а Россия будет только лишь «швейной машинкой». В связи с этим, можно сказать, что это направление не перспективно.

Направление 2 – Развитие собственных брендов.

Согласно этому направлению удастся захватить все этапы создания добавленной стоимости. Объем рынка готовой продукции потребительского сегмента в ценах брендовых поставщиков и дистрибуторов составляет 1,3–1,4 трлн руб. Он формируется за счет надбавки поставщиками добавленной стоимости за брендинг и дистрибуцию продукции от производителя до розничного канала продаж. В розничных компаниях данная добавленная стоимость неразрывно связана с розничной надбавкой и не выделяется в отчетности компаний. Оценочно на данном этапе стоимость продукции увеличивается на 10–15% к стоимости производителя. Так, объем добавленной стоимости составляет 150–200 млрд руб. 90% этого рынка приходится на российских поставщиков, включая официально зарегистрированных в Российской Федерации представителей западных брендов. Однако часть добавленной стоимости через иностранные юридические лица покидает Российскую Федерацию, не осуществляя вклада в бюджет и национальные счета Российской Федерации.

Россия заметно отстает от развитых стран с точки зрения доли брендированной одежды и обуви на рынке. Основной причиной является значительная доля неорганизованного формата розницы и низкого дохода населения в регионах. Доля международных брендов составляет около 10%, отечественные бренды занимают около 8% рынка [1, с. 16].

В рамках Стратегии формируется масштабная производственная база и дополнительные предпосылки для развития новых брендированных производителей на базе отечественных мощностей. Благодаря созданию сравнительно большей добавленной стоимости на производимую продукцию создание новых российских брендов позволит максимизировать вклад в ВВП от легкой промышленности, а также будет способствовать развитию моделей

контрактных производств и развитию малого и среднего предпринимательства в целом.

Для развития новых национальных брендов необходимо создать системную среду для обучения и формирования условий для развития дизайнеров в области моды.

Ключевыми приоритетами для данного сегмента являются:

- создание 2–3 кластеров для российских дизайнеров в крупных мегаполисах, включая систему подготовки и поддержки молодых дизайнеров одежды, а также систему налоговых льгот;

- создание системы продвижения отечественных брендов на зарубежных рынках, включая поддержку продвижения и экспорта;

- снижение доли незаконного импорта и контрафакта продукции;

- внедрение системы контроля качества для повышения конкурентоспособности отечественной продукции на российском и международном рынке.

Не стоит забывать про тенденцию к персонализации и диджитализации. Мировая легкая промышленность в перспективе следующих 10–15 лет может претерпеть значительные технологические преобразования с внедрением различных инновационных технологий, таких как 3D-печать, технология сканирования корпуса, автоматизация проектирования (CAD) и производства, технология производства «умных изделий» (например, создание обуви / одежды, дополненной электронными и цифровыми возможностями: с датчиками, которые показывают состояние здоровья и измеряют пройденные расстояния), цифровая печать по ткани, экологически чистые технологии производства (которые позволяют сократить количество потребляемой воды, использованные химикаты и произведенные отходы), нанотехнология (например, для выпуска одежды, которая является водонепроницаемой, устойчивой к пятнам, с УФ-защитой и / или без запаха). Подобные процессы необходимо учитывать компаниям для выбора ниши и конкурентных преимуществ на рынке готовой одежды.

Направление 3 – Развитие текстильной промышленности.

Как показал анализ во 2ой главе, одним из важнейших факторов, влияющим на показатели конкурентоспособности швейной промышленности, является развитость всего комплекса лёгкой промышленности. Так как эти отрасли созависимы, успешное развитие швейной промышленности без развития текстильной невозможно.

В этом направлении совпала возможность и сильная сторона: рост потребления синтетических тканей и наличие природных ресурсов и развитость нефтехимической промышленности.

В настоящий момент 90–95% рынка состоит из импортной продукции – 45–50 млрд руб. Российское производство – 2–4 млрд руб. Это связано с низкой рентабельностью производства, большой вариативностью требуемых для производства номенклатур и отсутствием доступа к экономически привлекательному локальному сырью. Существующие производители текстиля из синтетических и искусственных волокон ориентированы на производство тканей со специальными характеристиками и свойствами – технического текстиля, как более рентабельной и востребованной продукции.

За счет ориентации швейных предприятий в первую очередь на натуральные ткани, синтетические и искусственные остаются мало востребованными и для развития производства требуют активного роста швейных производств для создания «вытягивающего» спроса.

Развитая целлюлозно-бумажная промышленность может обеспечить производителей выгодным доступом к сырью (стоимость целлюлозы в 2 раза ниже, чем в Азии) для производства вискозы и штапеля, спрос на который так же растёт (рисунок 3.4)

При этом, синтетический текстиль используется для производства спецодежды - одного из самых высоко локализованных сегментов готовой продукции: объем отечественного производства (без учета экспорта) составляет 32 млрд руб. от рынка в 120 млрд руб., т.е. 26% от потребления (с

учетом экспорта 3 млрд руб.). Спортивная одежда – еще одно из направлений использования синтетического текстиля.

Очень важно сохранять полный цикл создания конечного продукта из-за высокого содержания добавленной стоимости.

По оценкам Митнпромторга, экспорт в этом сегменте достигнет 200-250 тыс. тонн и прибавит 0,12% ВВП

Еще одним перспективным направлением в производстве текстиля – производство тканей из органического сырья. Органическое сырье – хлопок, лён, выращенный естественным образом, без использования химикатов. При производстве одежды из органик-тканей можно сделать очень удачный брендинг, опирающийся на ценности экологичности. Потенциальным потребителем такой продукции могут быть страны ЕС, где давно существует тенденция рационального потребления. В 2017 году Фонд развития промышленности выделил 200 млн. руб. предприятию ООО «Мануфактура Балина» на развитие производства высококачественного котонина для изготовления экологически чистых «зеленых» тканей [35].

Таким образом, удалось выделить два направления развития по повышению международной конкурентоспособности швейной промышленности в комплексе с текстильной.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Итак, проанализировав теоретические источники, можно прийти к выводу, что конкурентоспособность отрасли промышленности – это многогранное понятие, которое характеризует величину и эффективность использования всех конкурентных преимуществ и зависит как от внутренних, так и от внешних факторов. А анализ состояния швейной промышленности РФ показал, что отрасль находится в глубочайшем кризисе.

Существующие методы оценки конкурентоспособности промышленности носят общий характер, в связи с чем возникла необходимость разработать собственную модель оценки конкурентоспособности стран мира, выявив наиболее важные факторы. В соответствии с этой моделью швейная промышленность РФ была оценена и на основе этой оценки были выявлены проблемы и точки роста, например, конкурентоспособная стоимость труда, обеспеченность собственным сырьем для производства синтетических тканей и выгодное географическое положение.

На основе слабых, сильных сторон и тенденций удалось определить два основных направления повышения конкурентоспособности швейной промышленности РФ: развитие собственной брендированной продукции, с учётом глобальных трендов – рациональное потребление, диджитализация и кастомизация, и развитие текстильной отрасли с упором на синтетические ткани в связи и создание полного цикла производства в связи с мировым ростом потребления синтетических волокон.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Приказ Минпромторга РФ "Об утверждении Стратегии развития легкой промышленности России на период до 2020 года и Плана мероприятий по ее реализации" от 24.09.2009 N 853. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/document/> (дата обращения: 20.05.2018).
2. Белый, Е.М., Семантический анализ понятия конкурентоспособности / Е. М. Белый. – Ульяновск: Изд-во УлГУ, 2015.– 99 с.
3. Воронов, А.А., Рубанов С.Ю., Любофеев В.Д. Проблемы повышения промышленной конкурентоспособности в Краснодарском крае / А. А. Воронов, С. Ю. Рубанов, В.Д. Любофеев. - Краснодар, КубГУ, 2008 – 252 с.
4. Губанова, Л. В. География Тюменского Приишимья: учеб. пособие под общ. ред. Л. В. Губановой. – Ишим: Изд-во ИГИП им. П. П. Ершова, 2012 – 128 с.
5. Долинская, М. Г., Маркетинг и конкурентоспособность промышленной продукции / М. Г. Долинская. – М.: Экономика, 2017. – 214 с.
6. Моисеева, Н. К. Международный маркетинг / Н. К. Моисеева – М.: Центр экономики и маркетинга, 2009. – 450 с.
7. Осипов, Э. А. Легкая и пищевая промышленность Тюменской области за пятьдесят лет Советской власти / Э. А. Осипов, В. Л. Мальчевский. – Тюмень: [б. и.], 1967. – 24 с.
8. Портер, М. Конкуренция.: Перевод с англ./ М. Портер. – М: Издательский дом «Вильямс» - 2012. – С. 221
9. Симонян, Р. Х. Коллектив, соревнование, личность / Р. Х. Симонян. – М.: Просвещение – 2011. – С. 153-156
10. Смолейчук, И. М. Конкурентоспособность легкой промышленности: методология и опыт / И. М. Смолейчук. – Владивосток: Дальнаука, 2009, - 120 с.

11. Суринов, А. Е. Россия в цифрах: статистический сборник / А. Е. Суринов – М: Росстат, 2017. –511 с.
12. Фатхутдинов, Р. А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление / Р. А. Фатхутдинов. – М.: ИНФРА-М. – 2013. – 312 с.
13. Чайникова, Л.Н. Чайноиков, В. Н. Конкурентоспособность предприятия: учеб. пособие / Л.Н Чайникова, В. Н. Чайноиков. – Тамбов : Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2016. – С. 19-47
14. Акулич, О. В. Методологическая аргументация определения конкурентоспособности отрасли / О. В. Акулич // Известия Иркутской государственной экономической академии. – 2015. – № 3. – С. 88.
15. Баранова, Н. А. Анализ подходов к определению сущности и содержания понятия «конкурентоспособности организации» / Н. А. Баранова // Российское предпринимательство. – 2014. – № 2. – С. 28
16. Беляева, С. А., Бабаджанов С. Г. Швейная промышленность России: состояние и перспективы развития / С. А. Беляева, С. Г. Бабаджанов // Швейная промышленность. – 2007. – №4. – С. 8-9.
17. Васильева, З. А. Иерархия понятий конкурентоспособности субъектов рынка / З. А. Васильева // Маркетинг в России и за рубежом. – 2006. – № 2. – С. 18.
18. Гельваковский М. И. Конкурентоспособность: микро-, мезо- и макроуровни / Вопросы методологии // Высшее образование в России. – 2013. - № 10. – С. 32-40
19. Муржинов, Н. В. Методы оценки конкурентоспособности хозяйствующих субъектов / Н. В. Муржинов // Маркетинг в России и за рубежом. – 2014. – № 4. – С. 49-53.
20. Deborah Drew The Apparel Industry’s Environmental Impact // World resources institute. – 2017. - № 2. – С. 15.
21. Kaoru Natsuda, Md. Samsul Alam The Competitive Factors of the Bangladeshi Garment Industry in the Post-MFA Era // Center for Asia Pacific Studies. – 2016. - № 5. – С. 24-56.

22. Савельева, Н. А. Формирование конкурентоспособности в отраслях промышленного производства: теория и методология : диссертация на соискание учёной степени доктора экономических наук : 08.00.05 / Савельева Нелли Александровна. – Ростовский государственный университет. – Ростов-на-Дону, 2005. – 248 с.
23. Актуальная ситуация на рынке российского fashion-ритейла: результаты 2017 года, прогноз на 2018: Отчёт / Fashion Consulting Group. – Москва, 2018. – 24 с.
24. Рынок продукции текстильного производства [Текст]: обзор / А. М. Бутов. – Москва: Национальный исследовательский университет Высшая школа экономики , 2016. – 154 с.
25. Текущее состояние и перспективы развития легкой промышленности в России [Текст]: докл. к XV Апр. междунар.науч. конф. по проблемам развития экономики и общества / В. В. Радаев. – Москва: 2014. – 96 с.
26. Business Opportunities and Challenges in The Textile and Apparel Market in China: Centre Market Access Guide / Beatriz Irun. – Berlin: - 34 с.
27. Readymade Garment & Textile Industry in Bangladesh: World Textile Conference II – Mumbai: 2016. – 38 с.
28. Wages and working hours in the textiles, clothing, leather and footwear industries: Issues Paper for discussion at the Global Dialogue Forum on Wages and Working Hours in the Textiles, Clothing, Leather and Footwear Industries / Geneva, International Labour Office, Sectoral Activities Department: 2014. - 42 с.
29. Запольских, А. Тяжёлый случай лёгкой промышленности [Электронный ресурс] / А. Запольских // Сонар 2050. – 2018. – Режим доступа: <https://www.sonar2050.org/publications/nelegkie-perspektivy-legkoj-promyshlennosti/> (дата обращения 30.04.18)
30. Мягченко, О. Российская текстильная и швейная промышленность не сможет выжить без поддержки правительства [Электронный ресурс] / О. Мягченко // Деловой Петербург. – 2015. – Режим доступа:

- https://www.dp.ru/a/2015/05/21/Proizvoditeli_zashivajutsja/ (дата обращения: 18.04.2018).
31. China, the garment king: a portrait [Электронный ресурс] / Simone Preuss // FashionUnited / - 2017. - Режим доступа: <https://fashionunited.uk/v1/fashion/china-the-garment-king-a-portrait/2013102312794> (дата обращения: 21.04.2018).
 32. Обзоры российского рынка продуктовой розницы 2016-2017 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://marketing.rbc.ru/landings/32/> (дата обращения 20.06.2018).
 33. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gks.ru/> (дата обращения 15.04.2018).
 34. Федеральная таможенная служба [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.customs.ru/> (дата обращения 22.04.2018).
 35. Фонд развития промышленности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://frprf.ru/proekty-i-zayavki/proekty/ooo-manufaktura-balina/> (дата обращения 22.06.2018).
 36. Bangladesh Bureau of Statistics [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.bbs.gov.bd/> (дата обращения 18.06.2018).
 37. Eurostat [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ec.europa.eu/eurostat> (дата обращения 04.06.2018).
 38. Foreign Direct Investment in Romania in 2016 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.bnr.ro/files/d/Pubs_en/FDI/eFDI2015.pdf (дата обращения 27.05.2018).
 39. Guangdong province Garment Association [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://rustm.net/catalog/article/1568.html> (дата обращения 20.05.2018).
 40. Istituto nazionale di Statistica [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.istat.it/en/> (дата обращения 20.06.2018)/
 41. National Bureau of Statistics of China [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.stats.gov.cn/english/> (дата обращения 17.06.2018).

42. National institute of statistics in Romania [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.insse.ro/cms/en> (дата обращения 24.06.2018).
43. Romania - Clean Clothes Campaign [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cleanclothes.org/livingwage/europe/country-profiles/Romania> (дата обращения: 06.06.2018).
44. TradingEconomics [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://tradingeconomics.com/countries> (дата обращения: 18.06.2018).
45. United Nations Committee for Development Policy Development Policy and Analysis Division Department of Economic and Social Affairs [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.un.org/development/desa/dpad/wp-content/uploads/sites/45/publication/ldc_list.pdf (дата обращения: 31.05.2018).
46. Wood Mackenzie [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.un.org/development/desa/dpad/wp-content/uploads/sites/45/publication/ldc_list.pdf (дата обращения: 17.06.2018).
47. <https://www.pciwoodmac.com/fibres-research/synthetic-fibres-index/>
48. World integrated trade solution [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://wits.worldbank.org/Default.aspx?lang=en> (дата обращения 10.05.2018).
49. World Trade Statistical Review 2017 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/wts2017_e/wts17_toc_e.htm (дата обращения 22.05.2018).
50. World Trade Statistical Review 2016 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/wts2017_e/wts17_toc_e.htm (дата обращения 25.05.2018).

Прогнозные модели для построения регрессионно-корреляционного анализа

Бангладеш								
Период	Y	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7
1996	2 221 874 432	13,23	30	4379,78	40,94	25	8	1 314 617 888
1997	2 688 465 012	16,7	30	4437,71	42,45	25	9	1 365 841 132
1998	3 791 088 384	18,34	30	4525,62	43,65	25	10	1 528 364 580
1999	4 162 205 433	20,45	30	4593,45	46,30	25	11	1 630 393 664
2000	4 079 950 689	22,17	30	4692,42	48,50	25	10	1 602 531 312
2001	4 083 095 981	29,82	30	4801,75	51,15	25	12	1 860 812 128
2002	5 080 479 376	29,82	30	4858,81	57,15	25	12	1 745 645 131
2003	6 314 822 630	29,82	30	4996,67	57,90	25	13	1 941 943 359
2004	6 932 433 813	29,82	30	5132,28	59,10	25	15	1 749 584 523
2005	8 339 431 146	29,82	30	5336,41	65,85	25	17	2 146 431 768
2006	9 421 708 325	29,82	30	5553,21	68,48	25	20	2 277 011 637
2007	12 057 166 356	35,7	30	5865,20	68,40	25	20	2 237 147 270
2008	12 352 210 682	37,59	30	6139,36	68,53	25	21	2 512 234 067
2009	14 943 445 117	44,1	27,5	6398,00	68,88	25	24	2 390 924 742
2010	19 277 275 728	46,2	27,5	6535,10	69,68	25	25	5 210 160 465
2011	19 422 427 520	49,35	27,5	6852,21	74,41	25	26	4 512 540 570
2012	19 707 655 248	53,34	27,5	7189,13	81,76	25	27	6 703 987 047
2013	24 491 358 920	55,86	27,5	7527,51	78,13	25	25	9 323 636 999
2014	25 491 617 311	57,33	27,5	7844,40	77,61	30	25	8 292 758 577
2015	26 722 189 928	58,24	27,5	8215,16	77,90	30	26	8 636 594 266
2016	28 458 132 715	59,38	25	8648,80	78,49	30	28	10 944 501 267
Китай								
Период	Y	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7
1996	25034467328,00	54,81	33	4949,75	8,29	5	24	4211700
1997	31803250688,00	61,96	33	5353,07	8,30	5	29	5068900
1998	30048075776,00	62,90	33	5736,77	8,29	5	35	5420000
1999	30078051481,00	73,43	33	6120,72	8,28	5	34	5670000
2000	36070930365,00	84,29	33	6553,76	8,28	5	31	6570000
2001	36650213286,00	93,28	33	7053,38	8,28	5	35	7606800
2002	41301516417,00	101,15	33	7624,65	8,28	5	35	8500000
2003	52060761313,00	111,32	33	8304,69	8,28	5	34	9835800
2004	61856414228,00	123,89	33	9067,95	8,28	5	34	12913400

2005	74162523252,00	137,7 2	33	10012,6 1	8,28	5	32	14505400
2006	95387773150,00	158,4 6	33	11209,3 9	7,97	5	33	17429600
2007	115520128268,0 0	183,5 8	33	12703,7 9	7,65	5	35	19584200
2008	120404747603,0 0	217,5 0	25	13951,9 9	6,85	5	36	20557200
2009	107263731362,0 0	243,2 0	25	15201,9 3	6,83	5	36	22664500
2010	129820286391,0 0	266,9 9	25	16777,5 8	6,78	5	35	25728200
2011	153773607747,0 0	298,1 4	25	18326,9 4	6,36	3	39	27178600
2012	159613703204,0 0	345,1 5	25	19730,3 6	6,30	3	40	29840000
2013	177434933844,0 0	428,8 8	25	21230,3 8	6,14	3	36	32000000
2014	186612934804,0 0	446,1 1	25	22763,4 3	6,15	3	37	33792000
2015	174572922667,0 0	476,9 1	25	24324,4 2	6,20	3	40	35380000
2016	158179545734,0 0	495,0 8	25	25987,5 8	6,58	3	41	37326000
Румыния								
Период	Y	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7
1996	1 559 021 056	32,0	38	22182,1 6	0,1774	40	32	134517320
1997	1 752 615 936	34,0	38	20845,8 9	0,2605	40	35	141 860 000
1998	1 979 330 944	35,0	25	20835,1 3	0,3407	47	34	157 750 000
1999	2 044 345 984	38,0	25	20995,0 7	0,7075	40	33	219 820 000
2000	2 327 862 016	39,0	25	21915,2 5	0,869	40	29	339 470 000
2001	2 779 793 920	54,5	25	23590,6 6	1,6052	40	28	503 300 000
2002	3 250 544 128	73,0	25	27677,6 2	2,5373	40	26	630 685 000
2003	4 068 518 912	95,0	25	29680,2 9	3,1538	40	28	854 032 500
2004	4 717 344 981	136,3	25	32654,0 6	3,3118	40	29	1 062 055 000
2005	4 627 022 405	148,0	16	34924,6 4	3,3374	16	30	1 097 875 000
2006	4 423 017 110	159,5	16	37309,7 0	2,9707	16	31	969 150 000
2007	4 315 153 820	194,3	16	40030,8 6	2,3067	16	37	964 900 000

2008	4 090 721 140	243,8	16	43854,1 8	2,8843	16	38	1 101 350 000
2009	3 041 578 292	254,5	16	41809,5 0	2,9571	16	38	915 500 000
2010	3 020 310 542	272,3	16	40977,1 0	3,3672	16	44	807 100 000
2011	3 639 258 831	308,0	16	42444,8 4	2,9201	16	44	963 625 000
2012	3 339 105 383	327,3	16	42401,1 3	3,5138	16	43	1 151 650 000
2013	3 440 593 337	338,8	16	44348,9 2	3,3518	16	43	1293883422
2014	3 628 763 122	372,3	16	45510,8 3	3,4924	16	46	1 359 121 189
2015	2 997 349 453	421,3	16	47820,9 1	4,0431	16	48	1 224 358 956
2016	2 991 954 170	469,0	16	50516,3 9	3,9306	16	48	1 122 898 683
Италия								
Период	Y	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7
1996	16 171 987 968	962	53,2	93666,8 0	0,7919	51	34	40 186 107 000,0
1997	14 857 163 776	1032, 8	37,2 5	95492,7 0	0,8998	51	50	43 403 607 000,0
1998	14 743 702 528	1067, 4	37,2 5	96625,2 3	0,8963	46	46	44 000 307 000,0
1999	13 673 668 244	1117, 3	37,2 5	97030,6 7	0,9466	46	47	44 624 619 000,0
2000	13 351 367 699	1170, 7	37,2 5	99380,4 6	1,0796	46	46	41 613 273 000,0
2001	14 206 095 090	1226, 8	37,2 5	98927,7 7	1,1113	46	55	44 763 732 000,0
2002	14 630 663 173	1270, 8	37,2 5	97309,5 9	1,1108	46	52	46 823 634 000,0
2003	16 629 816 616	1324, 3	37,2 5	95693,6 0	0,8939	46	53	44 120 934 000,0
2004	18 266 820 727	1409, 4	37,2 5	94106,1 5	0,8005	45	48	41 848 677 000,0
2005	18 646 640 759	1469, 7	37,2 5	95432,7 0	0,7768	43	50	41 843 061 000,0
2006	20 048 712 015	1539, 9	37,2 5	96054,7 3	0,7809	43	49	38 678 679 000,0
2007	23 264 151 167	1588, 1	37,2 5	96942,0 9	0,7433	43	52	37 275 147 000,0
2008	25 212 206 259	1657, 9	31,4	95678,6 3	0,6815	43	48	37 144 341 000,0
2009	19 617 089 673	1662, 3	31,4	92453,0 0	0,7017	43	43	34 894 548 000,0
2010	20 024 596 649	1716, 9	31,4	95043,8 5	0,7336	43	39	37 393 413 428,6

2011	23 273 080 924	1750, 6	31,4	95756,4 3	0,6894	43	42	36 843 766 971,4
2012	22 063 217 090	1735, 3	31,4	93733,9 6	0,7714	43	43	36 294 120 514,3
2013	23 612 586 759	1768, 5	31,4	94494,9 8	0,7562	43	43	35 744 474 057,1
2014	25 047 273 118	1786	31,4	94854,9 0	0,7414	43	44	35 194 827 600,0
2015	21 116 217 429	1808	31,4	95073,1 4	0,9101	43	47	34 645 181 142,9
2016	21 605 676 043	1826, 2	31,4	94729,4 8	0,8983	43	50	34 095 534 685,7
Россия								
Перио д	Y	X1	X2	X3	X4	X 5	X 6	X7
1996	293 651 360	3,8	35	28297,7 3	5278	12	26	253 440 000
1997	264 429 216	8,6	35	29887,0 6	5783	12	23	223 960 000
1998	271 246 861	9,9	35	29136,6 5	6,206	12	24	464 440 000
1999	343 876 904	13,3	35	29358,3 0	24,55	12	24	573 020 000
2000	233 602 208	19,4	35	31068,9 2	28,03	12	21	656 760 000
2001	228 017 804	28,2	35	32650,8 1	29,16	13	23	767 440 000
2002	223 430 361	35,8	24	33362,5 0	31,475 8	13	27	844 280 000
2003	215 131 513	44,7	24	35971,5 3	30,554 7	13	27	938 920 000
2004	192 977 202	53,5	24	37998,3 7	28,964 1	13	28	1 031 680 000
2005	188 879 254	63,6	24	39839,5 6	28,424 4	13	24	1 111 000 000
2006	129 804 014	79,2	24	42887,3 5	26,942 3	13	25	1 441 000 000
2007	143 730 397	105,1	24	45404,4 3	25,729 7	13	23	1 507 000 000
2008	116 097 928	134,9	24	47578,1 3	24,426 2	13	21	1 727 000 000
2009	98 864 634	143,9	20	44835,4 3	31,373 3	13	22	1 716 000 000
2010	89 107 427	164,4	20	46425,7 0	30,476 9	13	21	2 255 000 000
2011	112 059 706	175,6	20	47747,5 9	29,007 5	13	28	2 332 000 000
2012	246 566 043	193,0	20	48984,1 6	31,140 8	13	28	2 332 000 000
2013	336 781 583	215,2	20	49847,0 7	32,156 1	13	27	2 673 000 000

2014	405 806 834	230,6	20	50217,3 0	35,989	13	29	2 904 000 000
2015	321 244 852	251,4	20	49099,4 3	62,547 2	13	29	3 113 000 000
2016	309 866 760	272,2	20	49084,6 6	65,053 9	13	29	3 256 000 000

Источник: составлено автором на основе сбора статистических данных

Матрица коэффициентов корреляции

Бангладеш								
	Y	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7
Y	1,000							
X1	0,973	1,000						
X2	-0,905	-0,871	1,000					
X3	0,993	0,973	-0,901	1,000				
X4	0,903	0,941	-0,737	0,909	1,000			
X5	0,687	0,615	-0,633	0,717	0,468	1,000		
X6	0,939	0,949	-0,833	0,937	0,966	0,483	1,000	
X7	0,941	0,895	-0,889	0,939	0,776	0,745	0,797	1,000
Китай								
	Y	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7
Y	1,000							
X1	0,952	1,000						
X2	-0,878	-0,867	1,000					
X3	0,968	0,993	-0,885	1,000				
X4	-0,957	-0,930	0,965	-0,941	1,000			
X5	-0,826	-0,885	0,730	-0,860	0,831	1,000		
X6	0,728	0,748	-0,683	0,776	-0,714	-0,676	1,000	
X7	0,982	0,979	-0,883	0,995	-0,942	-0,829	0,765	1,000
Румыния								
	y	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7
y	1							
X1	0,330	1,000						
X2	-0,628	-0,751	1,000					
X3	0,535	0,958	-0,834	1,000				
X4	0,727	0,810	-0,799	0,877	1,000			
X5	-0,508	-0,835	0,840	-0,913	-0,744	1,000		
X6	-0,022	0,894	-0,549	0,786	0,502	-0,713	1,000	
X7	0,768	0,827	-0,822	0,908	0,946	-0,808	0,541	1,000
Италия								
	Y	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7
Y	1							
X1	0,880	1,000						
X2	-0,567	-0,781	1,000					
X3	-0,486	-0,427	0,125	1,000				
X4	-0,769	-0,557	0,250	0,708	1,000			
X5	-0,712	-0,875	0,766	0,159	0,434	1,000		
X6	-0,217	-0,112	-0,155	0,536	0,499	-0,067	1,000	
X7	-0,848	-0,849	0,523	0,576	0,669	0,627	0,427	1,000

Россия								
	y	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7
y	1							
X1	0,126	1,000						
X2	0,228	-0,824	1,000					
X3	-0,141	0,931	-0,908	1,000				
X4	0,192	-0,369	0,490	-0,458	1,000			
X5	-0,347	0,615	-0,850	0,766	-0,577	1,000		
X6	0,514	0,471	-0,442	0,334	-0,086	0,323	1,000	
X7	0,112	0,993	-0,838	0,934	-0,441	0,651	0,485	1,000

Источник: составлено автором