

МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ УКРАЇНСЬКОГО РИНКУ ТЕКСТИЛЬНИХ ВИРОБІВ: СУЧАСНИЙ СТАН, ПРОБЛЕМИ, ПЕРСПЕКТИВИ

Досліджено особливості визначення категорії «позиціонування». Узагальнено її зв'язок з іншими маркетинговими поняттями. Розкрито зміст факторів, що впливають на процес позиціонування, а також сутність основних категорій, що входять до їх складу.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: позиціонування, диференціація, конкурентна перевага, споживча цінність.

Текстильна та легка промисловості в усьому світі є одними з провідних галузей економіки, що значною мірою забезпечують формування державного бюджету та виступають важливим фактором розвитку сільського господарства, хімічної та машинобудівної промисловості тощо. Проте в Україні ці сфери діяльності вже багато років перебувають у стані перманентної системної кризи. Для з'ясування причин, що перешкоджають виходу з кризи, та обґрунтування напрямів подальшого розвитку секторів поряд з вивченням статистичної інформації та проведенням ситуаційного аналізу доцільно використовувати й маркетингові дослідження.

Варто зазначити, що досвід проведення маркетингових досліджень на ринках товарів текстильної і легкої промисловості майже відсутній. Нечисленні публікації, що характеризують ситуацію на цих ринках (наприклад, [1—4]), ґрунтуються насамперед на аналізі вторинної маркетингової інформації. Тому результати проведення анкетного опитування керівників підприємств сектора текстильних виробів, на наш погляд, можуть являти інтерес для науковців та фахівців-практиків.

Метою даної статті є викладення результатів застосування маркетингових досліджень для загальної діагностики стану, проблем та перспектив розвитку вітчизняного ринку текстильних виробів.

Ринок текстильних виробів має складну й неоднорідну внутрішню структуру. На ньому представлені такі товарні групи, як волокна, пряжа, нитки та тканини текстильні, вироби з текстилю (крім одягу), матеріали текстильні інші, тканини та вироби трикотажні, в тому числі панчішно-шкарпеткові вироби, светри, пуловери та подібна продукція.

Характеристику *сучасного стану* українського ринку текстильних виробів доцільно розпочати зі стислої історичної довідки. Як відомо, протягом 1991—1999 рр. вітчизняна текстильна галузь пережила глибоку кризу, внаслідок якої фізичні обсяги виробництва продукції скоротилися на 92 % (рис. 1). Починаючи з 2000 р., від'ємні темпи приросту обсягів виробництва змінилися додатними, проте про відновлення колишніх масштабів діяльності поки що не може бути й мови.

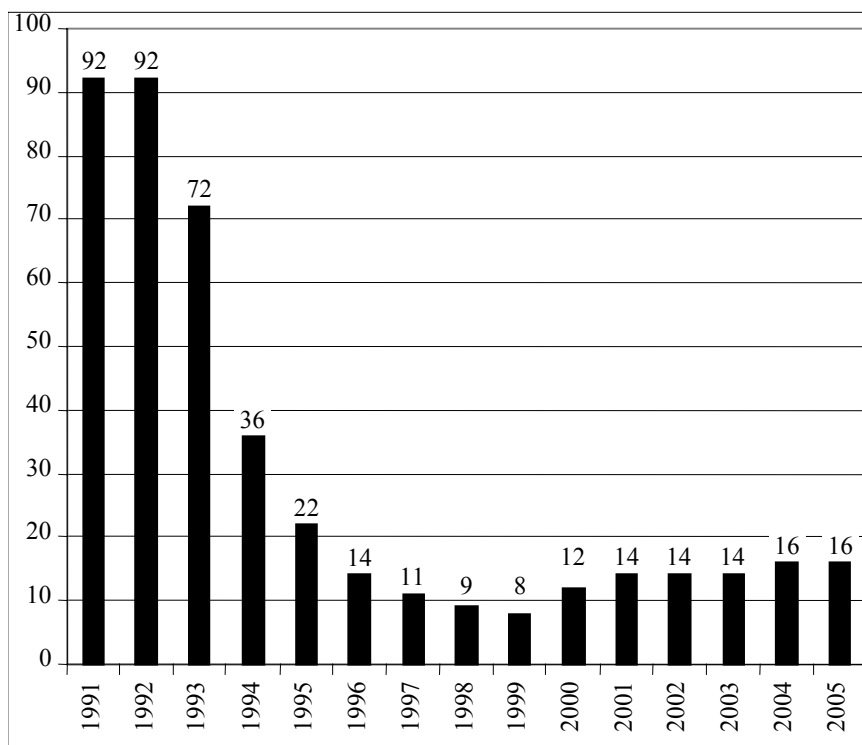


Рис. 1. Індеси фізичних обсягів продукції текстильної галузі протягом 1991—2005 років (1990 = 100 %)

Офіційна статистика свідчить, що помірне зростання обсягів виробництва у 2000—2005 рр. супроводжувалося суттєвими структурними змінами. Зростання відбувалося насамперед за такими товарними позиціями, як волокна лляні, тканини бавовняні та з хімічних волокон, білизна постільна, мішки та пакети пакувальні,

брезент, матеріали неткані, тканина кордна для шин, вата та вироби з неї. Навпаки, скорочувалося виробництво вовняної пряжі, вовняних та лляних тканин, тканин з натурального шовку, покривал для ліжок, мішків спальних, речей постільних, килимів, тюлегардинних виробів та верхнього трикотажу. За даними 2004 р., 50 % обсягів виробництва сектора забезпечували лише 7 з 34 товарних позицій, серед яких — тканини вовняні, брезент, килими, тканина кордна для шин, білизна постільна, тканини бавовняні, мішки та пакети поліетиленові ткани.

Наведені дані дають підстави стверджувати, що замість орієнтації на випуск високоякісної продукції споживчого призначення, здатної привертати увагу покупців на внутрішньому і світовому ринках, вітчизняні текстильники все більше концентруються на виготовленні суто технічної продукції, яка потребує мінімальної якості вихідної сировини, мінімальної творчості в процесі розробки та мінімальних витрат праці. До того ж, значна частина цієї продукції призначена для експорту. Прямі порівняння обсягів виробництва та експорту ускладнені внаслідок різних систем обліку; проте після відповідних перерахунків встановлено, що у 2004 р. обсяг експорту перевищив обсяг внутрішнього виробництва по таких товарних групах, як пряжа та нитки текстильні, матеріали текстильні та вироби трикотажні (відповідно, у 3,4, 1,1 та 1,7 раза). На думку експертів, перевищення експорту над виробництвом може бути зумовлене реекспортом або наявністю неофіційного внутрішнього виробництва. Щодо тканин текстильних та полотен трикотажних, то експортувалося, відповідно, 34,8 та 20,0 % від загального обсягу їх виробництва.

Тим часом внутрішній ринок текстильних виробів вельми успішно заповнюється імпоротною продукцією. По основних товарних групах у 2004 р. офіційний імпорт у вартісному вимірі перевищував виробництво у кілька разів, наприклад, по пряжі та нитках текстильних — у 11,9 раза, по тканинах текстильних — у 5,9 раза, по матеріалах текстильних інших — у 3,1 раза, по полотнах трикотажних — у 5,1 разу. По трикотажних виробах вартість імпорту становила 69,1 % від внутрішнього виробництва.

Експортно-імпортне сальдо текстильного сектору протягом 2000—2005 рр. залишалося від'ємним і стрімко збільшувалося в абсолютному вимірі: у тис. тонн — у середньому на 23,6 % за рік, у млн дол. США — на 18,4 % за рік (рис. 2). І це лише за офіційною статистикою. Фактично ж, наприклад, порівняння даних Торговельно-економічної місії у складі Посольства України у Китаї та Держмитслужби України свідчить, що по основних номенкла-

турних позиціях текстильного сектора у 2004 р. неофіційний імпорт лише з Китаю перевищив офіційний у 9,81 раза, а за 6 місяців 2005 р. — у 2,74 раза. Подібна ситуація спостерігається і щодо інших країн — Польщі, Італії, Туреччини тощо. Таким чином, у 2000—2005 рр. процес втрати вітчизняними текстильниками власного внутрішнього ринку не лише не зупинився, а й продовжував набирати обертів.

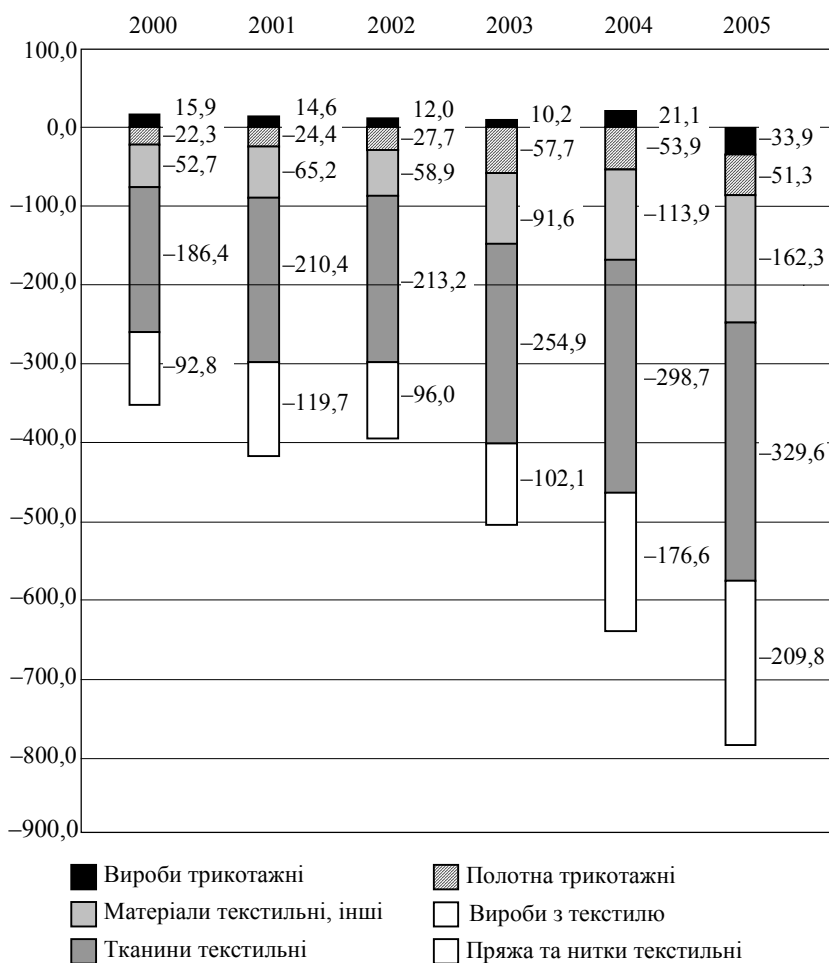


Рис. 2. Експортно-імпортне сальдо текстильного сектора у 2000—2005 рр., млн дол. США

Для з'ясування факторів, що спричиняють погіршення конкурентних позицій вітчизняних виробників на українському ринку текстильних виробів і створюють проблеми для подальшого розвитку сектора, в рамках Проекту USAID|БІЗПРО у 2006 р. проведене анкетне опитування керівників виробничих підприємств — юридичних осіб. Метод опитування — особисте структуроване інтерв'ю. Обсяг вибіркової сукупності — 100 підприємств; 50 з них займаються експортною діяльністю; співвідношення великих, середніх та малих підприємств таке ж, як у генеральній сукупності — приблизно 20, 30, 50. Забезпечене репрезентативне представництво всіх регіонів України.

При розробці опитувального листа прийнято гіпотезу, що найбільш актуальні **проблеми** розвитку сектора текстильних виробів можна структурувати відповідно до схеми, поданої на рис. 3. Результати опитування в цілому підтвердили цю гіпотезу й дозволили з'ясувати деякі деталі.



Рис. 3. Проблеми розвитку вітчизняного сектора текстильних виробів

На **макрорівні** найбільше проблем для українських виробників текстильних виробів створює недосконалість вітчизняного зако-

нодавства, насамперед у митній, податковій, інвестиційній сферах та сфері стандартизації і сертифікації продукції.

Так, у митній сфері у 2005 р. прийнято Державну програму «Контрабанді — стоп!», яка, за відгуками підприємців, досить ефективно спрацьовувала у першій половині року. У рамках цієї програми митною службою України було встановлено так звані «індикатори ризику» — мінімальні межі митної вартості по товарних позиціях. Проте, оскільки межі без узгодження з виробниками були встановлені на нереально низькому рівні, це призвело фактично до легалізації потоків контрабанди. Разом із послабленням у другій половині 2005 р. митного контролю це зумовило значне погіршення ситуації на ринку порівняно з 2004 р.

У податковій сфері товаровиробників найбільше хвилює паралельне існування трьох систем оподаткування: сплата ПДВ і податку на прибуток на загальних підставах; єдиний податок для більшості малих підприємств; відмова від сплати будь-яких податків підприємствами «тіньової сфери», причому найчастіше — без настання відповідальності. Це погіршує конкурентні позиції законослухняних виробників.

Головною проблемою в інвестиційній сфері визнано те, що деякі прогресивні положення Закону України «Про інноваційну діяльність» не набувають фактичної чинності внаслідок їх тимчасового зупинення.

Важливе значення для виробників текстильної продукції має законодавство, що регулює правовідносини у сфері стандартизації та сертифікації. За даними опитувань, обов'язковій стандартизації підлягає приблизно половина продукції сектора: для 43,0 % підприємств — уся продукція, для 16,1 % — частина. Обов'язкову сертифікацію всієї продукції здійснюють 29,3 % підприємств, частини продукції — 25,0 %. У галузі поступово запроваджується система міжнародної сертифікації: 22,5 % опитаних підприємств мають міжнародні сертифікати на продукцію, 14,6 % — сертифікати ISO на систему управління якістю (певна частина з них має обидва види стандартів), але 76,4 % не запроваджували сертифікацію за міжнародними стандартами. З тих, хто на момент опитування не мало міжнародних сертифікатів, 5,1 % розпочали процес сертифікації продукції та 3,8 % — процес сертифікації системи якості. Близько чверті підприємств (23,1 %) планує розпочати процеси сертифікації за міжнародними стандартами в майбутньому. Узагалі не планують сертифікувати продукцію 71,8 %, систему якості — 73,1 % респондентів.

Проведений аналіз свідчить, що національна система стандартів у галузі є досить розвинутою, але складною і громіздкою. Хоча значна частина виробників не вважає нинішні стандарти застарілими та такими, що створюють перешкоди для їхньої діяльності, проте об'єктивно ці стандарти не повністю узгоджені із міжнародними, реально ускладнюють здійснення зовнішньоторговельних операцій і нерідко слугують підставою для адміністративного тиску на виробників з боку організацій, що здійснюють сертифікацію. Той факт, що сертифікація значної частки продукції за національними стандартами в Україні є обов'язковою, а для виходу на зовнішній ринок потрібна сертифікація за системою ISO, призводить до необхідності подвійної сертифікації, що не сприяє ефективній зовнішньоекономічній діяльності підприємств сектора.

Проблема захисту прав на промислові зразки є менш актуальною для текстильного сектора порівняно, наприклад, з пошиттям одягу. 79,5 % підприємств сектора вважають, що проблема незаконного копіювання промислових зразків у секторі не поширена; 59,3 % вважають, що випадків незаконного копіювання промислових зразків у секторі взагалі не буває.

Потрібно зазначити, що суттєві нарікання з боку підприємців викликають не так самі закони України, що регулюють економічну діяльність, як механізм їх практичної реалізації, а саме значна кількість і непрозорість підзаконних актів, численність і складність адміністративних процедур, бюрократичні перешкоди їх проходженню, і насамперед — незацікавленість держави у створенні справді ефективних систем контролю за дотриманням законності.

За даними опитувань підприємців, у 2005 р. їм доводилося проходити види адміністративних процедур, що подані в табл. 1.

Отже, найбільш розповсюдженими адміністративними процедурами є нескінченні перевірки підприємств контролюючими органами, а найбільше проблем мають виробники, що працюють з іноземними партнерами.

З твердженням про поширення у текстильному секторі практики сплати неофіційних платежів чиновникам цілком погоджуються 21,3 % опитаних, швидше погоджуються — 18,7 %, швидше не погоджуються — 22,7 % та зовсім не погоджуються — 37,3 %. Отже, явище безумовно має місце, хоча й не поширюється на всі без винятку суб'єкти господарювання.

Рівень залученості вітчизняного товаровиробника у процес формування регуляторного середовища діяльності бізнесу зали-

шається вкрай низьким. Лише 9,7% опитаних підприємств брали у 2005 р. участь в обговоренні проектів рішень, що регулюють ведення підприємницької діяльності. Ступінь залученості до обговорення рішень місцевої влади є дещо вищим (22,9 %).

Таблиця 1

**ЧАСТОТА ТА ОЦІНКА ПРОБЛЕМНОСТІ ПРОХОДЖЕННЯ
АДМІНІСТРАТИВНИХ ПРОЦЕДУР**

Види процедур	Частка респондентів, які проходили процедуру, %	Середній бал проблемності
Перевірки контролюючими органами	85,2	2,63
Реєстрація / перереєстрація	47,7	2,10
Сертифікація та стандартизація	29,5	2,64
Процедури, пов'язані з імпортом	23,9	2,67
Процедури, пов'язані з експортом	21,6	3,00
Ліцензування	13,6	1,92

Перейдемо до розгляду проблем, що виникають у товаровиробників текстильного сектору на *мікрорівні*.

Однією з найбільш актуальних проблем є забезпечення виробництва сировиною необхідної якості. Сировинна база у секторі текстильних виробів на сьогодні в Україні майже відсутня. Бавовна та натуральний шовк є цілком імпортованими видами сировини; виробництво натурального шовку фактично припинено. Протягом 1991—2000 рр. виробництво вовни скоротилося у 8,8 раза, льону — у 13,5 раза, хімічних волокон — майже у 5 разів. Зростання ж обсягів виробництва у 2000—2005 рр. було незначним.

Якість вітчизняної сировини — як натуральних, так і хімічних волокон — у переважній більшості не влаштовує виробників пряжі, готових тканин та трикотажу. Як наслідок, значна частина сировини імпортується. У 2004 р. частка імпорту волокон становила: для бавовни — 100 %, для льону — 6 %, для вовни — 73 %, для хімічних волокон — 48,5 %. Найперспективнішою сировиною вітчизняного походження вважається льон, але навіть після прийняття у 2005 р. проекту концепції загальнодержавної інноваційної програми відродження та розвитку лляної промисловості України на 2006—2010 роки відродження льонарства здійснюється дуже повільно.

Частка імпортованої пряжі в 2004 р. в цілому становила 42,1 %, у тому числі бавовняної 47,5 %, лляної 0,7 %, вовняної 17,0 %, з хімічних волокон — 34,7 %. Для тканин оцінити частку імпорту у сировинній базі сектора текстильних виробів складно, оскільки вони, окрім експорту та використання для виготовлення виробів з текстилю, використовуються і для інших цілей — пошиття одягу та безпосередньої реалізації роздрібним споживачам.

У зв'язку з досить високою енергомісткістю вітчизняних текстильних виробів спостерігається суттєва залежність конкурентоспроможності продукції сектора від вартості енергоносіїв. Тенденції до подорожчання газу та нафти створюють серйозні проблеми для текстильників. Респонденти стверджують, що подорожчання електроенергії в середньому на 14,6 % здатне призвести до помітного зниження конкурентоспроможності продукції.

Українські виробники текстильної продукції використовують на внутрішньому ринку змішану систему дистрибуції та канали збуту різної довжини. Характерною рисою системи збуту у секторі є її переважно ділова спрямованість (схема «В-2-В»), оскільки значна частина продукції використовується як сировина, або як матеріальний ресурс іншими підприємницькими чи бюджетними організаціями. За даними опитування, 62,9 % підприємств сектора здійснюють продажі безпосередньо кінцевим споживачам-підприємствам, 46,4 % — через посередників-гуртових торговців; 38,1 % — через посередників-роздрібних торговців, 37,1 % — через власну роздрібну мережу, 3,1 % — іншими каналами.

Співвідношення часток продукції, що реалізується через зазначені канали, свідчить про нерозвиненість оптово-посередницької ланки системи дистрибуції. Так, безпосередньо кінцевим споживачам продається 5 % продукції, через оптових посередників — 8 %, через роздрібних посередників та власну роздрібну мережу — по 2 %, іншими каналами — 20 %.

Щоправда, останнім часом на ринку текстилю та текстильних виробів починають формуватися вертикально-інтегровані системи дистрибуції, через які здійснюється як забезпечення сировиною, так і збут готової продукції (наприклад, торговельно-виробничий концерн «Текстиль-Контакт»).

Рівень конкуренції на внутрішньому ринку текстильних виробів близько 70 % респондентів оцінює як «високий» та «дуже високий». При цьому найбільш небезпечним є конкурентний тиск з боку офіційного та неофіційного імпорту; вітчизняна продукція неофіційного походження на ринку текстилю менш поширена, ніж, скажімо, на ринках одягу чи взуття. Конкурентних проблем

один для одного офіційні вітчизняні виробники майже не створюють.

Складною залишається ситуація із залученням зовнішніх інвестицій. За даними опитувань, 62,4 % текстильних підприємств у 2005 р. не здійснювали жодних інвестицій; 28,0 % інвестували власні кошти, по 4 % залучали кошти інших підприємств об'єднання, засновників або інвесторів з України і лише 2,2 % — кошти інвесторів з інших країн, крім СНД (інвестицій з країн СНД не було). Отже, зовнішні інвестиції залучали в цілому 10,8 % підприємств.

До 50 % підприємств до інвесторів з України звернулися самі, ще по 25 % знайшли інвесторів через знайомих підприємств або іншими шляхами. Контакти з інвесторами з інших (крім СНД) країн з однаковою частотою 50 % встановлювалися через бізнес-асоціації, на семінарах, ділових форумах, конференціях та через знайомих-підприємців.

Серед проблем, з якими стикалися підприємства у процесі залучення зовнішніх інвестицій, — відсутність або необґрунтованість бізнес-плану та низька прибутковість бізнесу. Інвесторів з інших країн (крім СНД) турбувала в основному низька прибутковість бізнесу.

Низьким залишається рівень самоорганізації товаровиробників сектора текстильних виробів. В Україні на сьогодні відсутні професійні бізнес-об'єднання текстильників, проте підприємства сектора беруть участь у кількох бізнес-об'єднаннях більш високого рівня. Серед них — Український союз промисловців і підприємців (УСПП); Українська спілка товаровиробників і підприємців (УСТП); Федерація роботодавців України (ФРУ); Комітет підприємців легкої промисловості при Торгово-промисловій палаті України; Українська асоціація підприємств легкої промисловості («Укрлегпром»). Діяльність асоціацій у більшості випадків не відповідає сучасній світовій практиці, а можливості їх впливу на формування регуляторного середовища діяльності та захист інтересів національного товаровиробника є вкрай обмеженими.

За даними опитувань, лише 15 % текстильних підприємств підтверджують своє членство у будь-яких бізнес-асоціаціях, з них більше половини — у галузевій Асоціації «Укрлегпром», решта — у міжгалузевих об'єднаннях роботодавців, промисловців, підприємців та ін. Переважна більшість підприємств (46,2 %) залучена до національних бізнес-асоціацій, по 23,1 % — до обласних та місцевих осередків. Лише 15,4 % підприємств із тих, що взагалі є членами асоціацій, тобто 2,3 % від загальної кількості

обстежених підприємств є членами міжнародних бізнес-асоціацій.

Розглянемо проблеми, що виникають у виробників текстильної продукції безпосередньо на *рівні підприємства*.

Традиційно однією з провідних причин недостатньої конкурентоспроможності вітчизняних підприємств-виробників вважається низький рівень інноваційної активності — впровадження нової техніки, технологій, нових видів продукції. Ситуація у секторі текстильних виробів не є винятком.

Рівень технічного оснащення підприємств є неоднорідним. Провідні текстильні комбінати оснащені за останнім словом техніки і здатні виготовляти продукцію на рівні світових вимог, що засвідчується міжнародними сертифікатами системи ISO; водночас зношеність обладнання численних невеликих підприємств сектора сягає 50—70 %.

Купували обладнання у 2005 р. 44,8 % опитаних підприємств. З їх числа обладнання, вироблене в Україні, купували 51,2 %; обладнання, вироблене в інших країнах — 62,8 %. При придбанні обладнання вітчизняного виробництва частка власних коштів становить 95,2 %, для обладнання іноземного походження — 59,3 %. Серед країн походження обладнання лідирує Німеччина (42,3 %), Італія (19,2 %), Японія (15,4 %), Чехія та Китай (по 11,5 %), а також Туреччина (7,7 %). Нові технології купували у 2003–2005 рр. лише 17,5 % підприємств.

Дослідно-конструкторську діяльність у 2003—2005 рр. здійснювали 64,2 % підприємств сектора: 56,8 % вдавалися до вдосконалення продукції, 28,4 % здійснювали розробку принципово нових продуктів.

Наведені цифри свідчать про не дуже високу інноваційну активність. Проте гіпотеза про те, що основним обмеженням для здійснення інновацій виступає нестача фінансових ресурсів, не підтверджується. З одного боку, основним джерелом фінансування здійснених інновацій, як показано вище, були власні кошти. З іншого боку, більшість підприємств текстильного сектора, які не залучали зовнішніх інвестицій у 2005 р., вважає, що потреби у зовнішніх інвестиціях просто не було, оскільки для розвитку їм цілком достатньо власних ресурсів (50 %). Отже, суттєвіше стримує розвиток відсутність достатнього попиту на продукцію.

Недосконалість виробничих технологій спричиняє відносно високу енергомісткість вітчизняної продукції. На сьогодні цей показник в Україні перевищує відповідні показники Польщі й

США більше ніж утричі, Німеччини — більше ніж у п'ятеро, Китаю — більше ніж у 6 разів. За даними опитувань, відсоток вартості енергоносіїв у собівартості виробленої у 2005 р. продукції текстильних підприємств варіює від 0,5 до 60,0 % і в середньому становить 12,7 %. Практично всі підприємства сектора активно працюють у напрямі зменшення енергомісткості виробів.

Підбиваючи підсумок, можна твердити, що основними причинами відносно високої собівартості вітчизняних текстильних виробів є:

- високі умовно-постійні витрати внаслідок низької завантаженості виробничих потужностей в умовах відсутності попиту;
- нижча продуктивність праці порівняно з розвинутими західними країнами та вищий рівень оплати праці порівняно зі східними;
- відносно високий рівень нарахунків на заробітну плату;
- висока енергомісткість виробництва текстильної продукції;
- високі витрати, пов'язані з організацією та управлінням виробництвом;
- необхідність сплачувати значні митні збори та інші податки при ввезенні сировини та обладнання.

На думку самих виробників, їм вдасться витримувати конкуренцію на внутрішньому ринку передусім завдяки факторам, що подані на рис. 4.

Погіршення конкурентних позицій вітчизняних виробників під тиском офіційного та неофіційного імпорту призвело до того, що рівень рентабельності сектора текстильних виробів у цілому у 2000—2005 рр. залишався від'ємним. Пік збитковості припадає на 2002 р., а в 2003—2004 рр. збитки були меншими, ніж у 2000—2001 рр. За даними опитувань, у 2005 р. 38,5 % підприємств були прибутковими, 36,3 % — беззбитковими і 25,3 % — збитковими, причому серед збиткових найбільша частка великих виробників.

Отже, середнім та малим підприємствам легше пристосуватися до зміни умов ринкового середовища, ніж великим комбінатам. Суттєвої залежності між наявністю іноземних інвестицій у підприємство та рівнем його прибутковості не виявлено.

Перспективи розвитку вітчизняної текстильної промисловості пов'язані з необхідністю виведення сектора із системної кризи за допомогою комплексу невідкладних радикальних заходів, спрямованих як на стабілізацію та розвиток національної легкої промисловості в цілому, так і на коригування стратегії розвитку власне сектора текстильних виробів.



Рис. 4. Конкурентні переваги текстильних підприємств на внутрішньому ринку

Заходи першої групи визначені у Державній програмі розвитку легкої промисловості на період 2005—2011 рр. Напрямами реалізації Програми передбачено: удосконалення державного управління; вдосконалення структури виробництва; інноваційний розвиток; підвищення конкурентоспроможності продукції і підприємств галузі; розвиток підгалузей; удосконалення маркетингової і кадрової роботи; співробітництво з регіонами; фінансове забезпечення. Загострення кризових явищ у галузі у 2005 р. виводить на перший план завдання посилення митного контролю з метою недопущення неофіційного імпорту та пом'якшення надто жорсткої податкової політики щодо національних виробників.

Заходи другої групи передбачають такі пріоритетні напрями розвитку сектора текстильних виробів:

- оптимізація балансу волокнистих матеріалів шляхом зменшення частки бавовни і підвищення частки лляних та сучасних хімічних волокон;

- розвиток замість великих комбінатів підприємств середнього розміру з гнучкою технологією, орієнтованою на швидку зміну асортименту;
- масштабну технічну модернізацію текстильних виробництв;
- широке впровадження сертифікації за міжнародними стандартами ISO;
- відродження науково-дослідної діяльності.

Важливим напрямом розвитку галузі варто вважати також розширення експортної діяльності. За даними опитування, у 2006 р. експортують продукцію 28,9 % підприємств сектора текстильних виробів; 67,9 % підприємств працює на ринках СНД, 53,6 % — на ринках країн Європи, 14,3 % — на ринках США та Канади, 10,7 % — на ринках інших країн. Частка продукції, призначеної для експорту, на підприємствах сектора текстильних виробів у середньому становить 48,3 %. Експортують переважно готову продукцію (96,4 %), частка сировини — лише 3,6 %, напівфабрикатів не зазначив ніхто. Для виготовлення експортної продукції використовується переважно сировина та матеріали українського походження (53,6 %), далі — імпортована сировина і матеріали (50,0 %), і лише 39,3 % сировини надається за давальницькими схемами.

На думку підприємців, найбільше перешкоджають експорту адміністративні і бюрократичні перешкоди в Україні (60,7 %), далі — високий рівень конкуренції на зовнішніх ринках (33,6 %), адміністративний опір у країні, що приймає (30,1 %), неконкурентоспроможність за ціною (22,2 %). 15,4 % опитаних вважають, що для експорту немає ніяких перешкод.

Підприємства, які не експортують продукцію, головними перешкодами для здійснення експортної діяльності вважають: недостатній обсяг виробництва для виходу на зовнішні ринки (32,3 %); високий рівень конкуренції на зовнішніх ринках (30,6 %); задоволеність прибутком від реалізації продукції підприємства на внутрішньому ринку (21 %) — і це при тому, що сектор протягом останніх 5 років є збитковим. Згадані також: складність проходження експортних процедур (17,7 %); складність пошуку партнерів (14,5 %); відсутність попиту на продукцію підприємства (12,9 %); неконкурентоспроможність продукції за ціною (11,3 %) та якістю (9,7 %); відсутність інформації про попит на зовнішніх ринках, висока вартість експортних процедур та інші причини — по 8,1 %; відсутність міжнародного сертифіката якості — 6,5 %.

У цілому складається враження, що причинами низької експортної активності є більшою мірою незацікавленість і відсут-

ність будь-яких спроб налагодити міжнародне співробітництво, ніж негативний досвід боротьби з реальними перешкодами на цьому шляху. Проте наміри щодо розширення масштабів експортної діяльності викликають оптимізм: якщо на момент опитування (2006 р.) експортують продукцію лише 28,9 % опитаних, то у 2007 р. планують це робити 48,3 % — майже вдвічі більше.

Активність експортної діяльності значною мірою залежить від ступеня інтеграції держави до міжнародних торгових структур. У ході опитування встановлено рівень підтримки підприємцями сектора текстильних виробів вступу України до СОТ, ЄС та ЄП. Близько 70 % опитаних не заперечують проти вступу до цих організацій, причому рівень підтримки всіх структур є практично однаковим. Найбільш оптимістично оцінюються результати вступу до ЄП (34,7 % — ситуація покращиться, 41,7 % — не зміниться, 23,6 % — погіршиться), трохи менш оптимістично — до СОТ (відповідно, 32,9 %, 39,5 % та 27,6 %), а ось від вступу до ЄС очікують радше погіршення ситуації (29,9 %, 33,8 % та 36,4 %). Водночас 60—70 % опитаних засвідчують свою недостатню поінформованість про наслідки вступу до СОТ для економіки України в цілому, для текстильного сектора та для власного підприємства (точніше: дуже добре поінформовані 3—8 %, добре поінформовані 29—33 %, недостатньо поінформовані 52—59 %, зовсім не поінформовані 7—10 %).

У ході якісного аналізу з'ясувалося, що від вступу до СОТ та ЄС очікують як позитивних результатів (розширення можливостей експорту, вдосконалення національного законодавства тощо), так і негативних (загострення конкуренції, дискримінація вітчизняних виробників). Виявлено два майже діаметрально протилежні погляди щодо співвідношення цих результатів. Міністерство економіки та з питань європейської інтеграції стверджує, що легка промисловість є прикладом галузі, яка зазнає виключно позитивного впливу від вступу до СОТ; у той же час виробники сектора текстильних виробів, навпаки, схильні помічати насамперед потенційні небезпеки, а отже, вимагають від держави дієвих заходів щодо захисту вітчизняного товаровиробника. Наслідки вступу до ЄП не викликають дискусій і оцінюються майже всіма експертами з помірним оптимізмом.

На нашу думку, результати проведеного маркетингового дослідження можуть бути використані фахівцями для розробки конкретних заходів щодо виведення текстильної промисловості України з тривалої системної кризи.

Література

1. *Бородыня О. Г.* ВТО — зона ризика // Текстиль плюс. — 2006. — № 5. — С. 8—10.
2. *Капкаев А.* Легкая промышленность Украины // ЛегПромБизнес-Директор. — 2005. — № 7. — С. 12—14.
3. *Малиш О. М.* Стан легкої промисловості та ринку вовняної продукції в Україні // Маркетинг в Україні. — 2003. — № 2. — С. 40—45.
4. *Омельченко В. Д.* Проблеми щодо конкурентоспроможності продукції української легкої промисловості // Легка промисловість. — 2002. — № 3. — С. 51—52.

Стаття надійшла до редакції 31.01.2007

УДК 339.138

І. Лилик, канд. екон. наук,
генеральний директор УАМ,
докторант кафедри маркетингу КНЕУ

АДАПТАЦІЯ В УКРАЇНІ СВІТОВОГО ДОСВІДУ ДІЯЛЬНОСТІ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДНИЦЬКИХ АГЕНЦІЙ

В цій статті зроблено спробу проаналізувати основні проблеми при запозиченні прогресивного досвіду західних компаній для українських операторів, а також, зокрема увагу зосереджено на питаннях формування бізнес-середовища для проведення досліджень.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: маркетинг, маркетингові дослідження, професійні норми та стандарти.

Основною тенденцією розвитку економіки в колишніх республіках Радянського Союзу є активні інтеграційні процеси з економіками ринкових країн та формування міжнародних контактів. Ринок країн СНД швидко розвивається, тут постійно з'являються нові оператори на так званих «старих ринках» і нові ринки. Все це приводить до того, що різко росте попит на проведення маркетингових досліджень. Для такої галузі, як дослідження актуальним є встановлення партнерських відносин між усіма суб'єктами, запровадження цивілізованих правил ведення досліджень з дотриманням усіх вимог щодо прав людини та суб'єктів господарювання.

Формування довіри до галузі завжди було в центрі уваги дослідників та їх професійних асоціацій. Теоретично розвиток рин-