

СУЧАСНІ ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ СВІТОВОГО РИНКУ ОДЯГУ

І. А. Іваненко, кандидат економічних наук; О. В. Пенчева

Сьогодні продукція текстильної промисловості, така як одяг, є не тільки стратегічним товаром першої необхідності для населення країн світу, але й засобом задоволення їх естетичних потреб і соціальної ідентифікації. Поглиблення глобалізаційних процесів, розвиток світової економіки та зростання чисельності населення зумовило не тільки збільшення виробництва одягу, але й стрімке підвищення та перерозподіл обсягів світової торгівлі цим товаром між країнами світу.

Текстильний сектор і легка промисловість у цілому в усьому світі є однією із провідних галузей економіки, що значною мірою забезпечують формування державного бюджету та є важливим фактором розвитку сільського господарства, хімічної та машинобудівної промисловості тощо [1].

За останні роки значно змінилася кон'юнктура світового ринку одягу, що зумовлено стрімким нарощуванням виробництва різноманітних видів одягу, впливом індустрії моди, зміною смаків і вподобань споживачів. В умовах глобалізації текстильний сектор є одним із найбільш швидкозростаючих секторів економіки, тому виникає необхідність постійно моніторити його структуру та динаміку.

Дослідження діяльності найбільших країн-виробників одягу в світі, вивчення тенденцій у виробництві одягу є дуже актуальним для сьогоденного економічного становища та для світового ринку товарів загалом. Також актуальність обраної теми пов'язана з важливістю перспектив розвитку української зовнішньої торгівлі одягом.

Розвиток світового ринку одягу є предметом досліджень українських науковців О. В. Нікітіної, Н. І. Носової, Л. В. Мурованої, О. В. Орленко, А. О. Семенчука, І. О. Тарасенко та ін. Однак необхідно більш глибоко

дослідити загальносвітові тенденції в розвитку ринку одягу та їх вплив на діяльність вітчизняних виробників одягу.

Метою статті є дослідження загальної динаміки та географічної структури експортно-імпортних операцій на світовому ринку одягу, а також визначення місця України на цьому ринку.

Одяг виробляють майже всі країни світу. За даними Міжнародного торгового центра, найбільшими експортерами одягу є Китай, Італія, Німеччина, Франція та Туреччина.

З табл. 1 видно, що динаміка експорту одягу з п'яти найбільших країн-експортерів протягом 2007–2011 рр. характеризується відносною стабільністю. В середньому темп зростання у світі становив 117 %. Найбільшою динамікою вирізняється Китай, у 2007 р. китайський експорт становив 27,57 % від загального світового експорту, а 2011 р. цей показник становив уже 31,36 %.

Найбільш високих показників 2011 р. досягли виробники Китаю, Італії з 6,55 % та Німеччини – 5,23 %. Інші країни-експортери одягу, що увійшли до п'ятірки лідерів – Франція та Туреччина з експортом одягу 2,9 і 2,55 % відповідно (рис. 1).

Найбільшими світовими імпортерами одягу є США, Німеччина, Великобританія, Японія та Франція (табл. 2).

Динаміка імпорту одягу в п'ять найбільших країн-імпортерів протягом 2007–2011 рр. характеризується тенденцією збільшення залежності від імпорту. Значний спад в імпорті одягу спостерігається в США у 2009 р., імпорт одягу в цьому році знизився майже на 5 млн дол. США. З табл. 2 видно, що обсяги імпорту США, яка є найбільшим світовим імпортером, в 2011 р. становили 19,54 % і зменшилися на 3,29 % порівняно з 2007 р.

Таблиця 1

Обсяг експорту одягу країнами світу у 2007–2011 рр. (млн дол. США) [2]

Країна	Рік					Темп зростання у 2011 р. порівняно з 2007 р., %
	2007	2008	2009	2010	2011	
Китай	47371,752	52490,143	46716,321	54361,478	63073,873	133
Італія	13553,614	14611,724	11302,898	11205,166	13187,699	97
Німеччина	9429,681	10436,957	9049,019	9117,104	10530,662	111
Франція	5947,539	6383,557	5433,285	5299,764	5851,258	98
Туреччина	5445,286	5326,794	4295,307	4639,898	5129,525	94
Індія	5243,923	5883,940	6124,697	6038,004	7584,318	144
Бангладеш	4588,550	5807,414	6161,749	6936,863	9363,982	204
В'єтнам	4168,867	4605,473	4354,375	5746,968	7611,178	182
Бельгія	4099,677	4731,956	3850,584	3455,880	3922,268	95
Нідерланди	3524,131	4035,123	3460,040	3722,604	4582,974	130
Інші	68388,772	69399,938	56935,896	59315,378	70274,402	103
Разом	171761,792	183713,019	157684,171	169839,107	201112,139	117

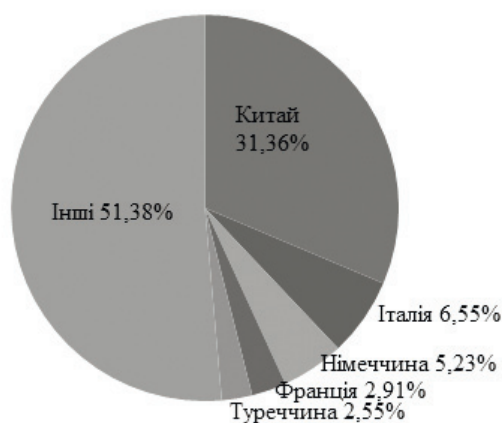


Рис. 1. Географічна структура експорту одягу на світовому ринку 2011 р., % (складено та розраховано автором за даними [2])

Таблиця 2

Обсяг імпорту одягу країнами світу у 2007–2011 рр. (млн дол. США) [2]

Країна	Рік					Темп зростання у 2011 р. порівняно з 2007 р., %
	2007	2008	2009	2010	2011	
США	39269,256	37335,435	32127,205	35694,143	38237,474	97
Німеччина	15905,655	17158,282	15826,644	16272,680	19333,190	121
Великобританія	12358,667	12149,463	10524,844	10816,249	12425,132	100
Японія	11842,215	12473,169	12095,315	12618,824	15879,839	134
Франція	10523,052	11693,967	10408,539	10365,117	11623,204	110
Італія	7843,420	8433,108	7468,038	7749,121	8738,032	111
Іспанія	6887,658	8117,920	6917,550	7042,940	8231,744	119
Нідерланди	4886,835	5332,622	4821,085	4917,882	5770,986	118
Бельгія	4565,549	5139,409	4356,583	3765,379	4393,694	96
Канада	3560,945	3725,293	3426,354	3677,132	4242,413	119
Інші	54342,78	58952,15	57690,61	57814,826	66744,201	123
Разом	171986,032	180510,818	158811,392	170734,293	195619,909	113

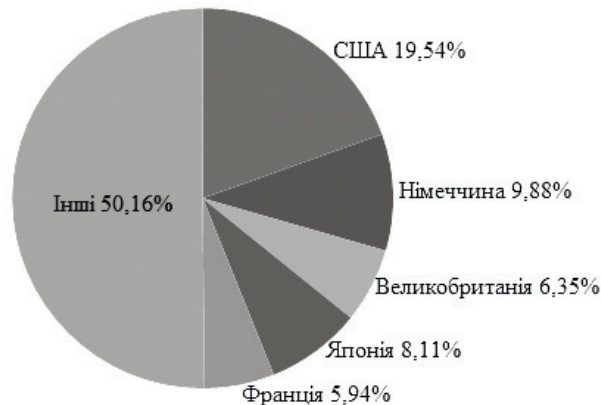


Рис. 2. Географічна структура імпорту одягу на світовому ринку 2011 р., %
(складено та розраховано автором за даними [2])

З рис. 2 видно, що найбільшим світовим імпортером є США. Друге місце за обсягом імпорту посідає Німеччина, чий показник упродовж 2010 р. досягли 9,88 % і зменшилися на 0,64 % порівняно з базовим роком. Третє місце належить Японії, яка має частку 8,11 % у світовому імпорті. На четвертому місці за обсягами імпорту одягу Великобританія, частка якої становить 6,35 % світового імпорту. П'яте місце за обсягами імпорту одягу у світі посідає Франція, їй належить 5,94 %.

Розглянемо окремо ринки найбільших країн-виробників одягу. Найбільшим актором на світовому ринку одягу є Китай. Він бере участь практично в усіх видах діяльності в текстильній і швейній промисловості, тому активно експортує текстильну продукцію, починаючи від сировини, волокон (природних і техногенних) і тканин.

У цілому, на внутрішньому ринку одягу високого класу в Китаї домінують бренди європейського походження та інші імпортні товари, такі, як «Giorgio Armani», «Cerruti 1881», «Hugo Boss», «Dunhill», «Chanel», «Dior», «Ermenegildo Zegna» і «Salvatore Ferragamo». На ринку одягу середнього та низького цінного сегмента представлена продукція зарубіжних і вітчизняних марок, причому значну частину яких виробляє Китай. Невелика частина цих продуктів поставляється з країн, що розвиваються, і найменш розвинених країн [3].

Світова фінансова криза 2008–2009 рр. призвела до зниження експорту текстилю та одягу. Проте внутрішні роздрібні продажі одягу зросли за останні роки, і споживання одягу на душу населення постійно зростає, демонструючи значний потенціал внутрішнього ринку Китаю [3].

Швейна промисловість Китаю, як і раніше, має значні конкурентні переваги з погляду вартості робочої сили, строків, вертикальної інтеграції галузі, асортименту продукції і політичної стабільності.

Туреччина посідає 8-ме місце у світі за виробництвом бавовни. Турецька швейна промисловість є п'ятою серед найбільших постачальників у світі, і другою серед найбільших постачальників до ЄС у 2011 р. Швейна промисловість має частку 4,2 % в експорті трикотажного одягу – 5-те місце серед країн-експортерів [4].

Текстиль і одяг є одними з найбільш важливих секторів економіки Туреччини. Ці виробництва становлять близько 8–10 % ВВП. Ці два сектори є ядром турецької економіки, вони становлять 18,5 % у загальному обсязі експорту в 2011 р. У Туреччині діє більш ніж 40 тис. текстильних і швейних компаній, у яких зайнято 750 тис. співробітників [4].

Турецький експорт одягу на світовий ринок продовжує зростати навіть після закінчення терміну глобальної текстильної системи квот у кінці 2004 р., як це було погоджено в рамках Світової організації торгівлі.

Загальний обсяг експорту одягу 2011 р. становив 5,3 млрд дол. США. Близько 80 % експортного одягу – одяг із бавовни [5].

У 2009 р. швейна промисловість Південної Африки становила 2,3 % загального виробництва і 0,4 % загального валового внутрішнього продукту ПАР [6].

Промисловість випускає близько 130 млн предметів одягу в рік і вартість виробництва продажів 2009 р. становила 1,7 млрд дол. США. Виробництво було досить застійним з 2000 р. упродовж 2009 р. спостерігався значний спад виробництва. Згідно з даними, опублікованими StatsSA в червні 2010 р., обсяг виробництва скоротився на 13,7 % [6].

Українська легка промисловість сьогодні є потужним багатогалузевим комплексом з виробництва товарів народного споживання. Потенціальні можливості підприємств легкої промисловості дозволяють виробляти широкий спектр товарів, здатних задовольнити увесь попит внутрішнього ринку.

На підприємствах галузі, розташованих в усіх регіонах України, зосереджено близько 7 % загальної чисельності промислово-виробничого потенціалу промисловості і 2,4 % виробничих фондів. У галузі легкої промисловості функціонує понад 10 тис. підприємств, з них у текстильній промисловості – близько 2,5 тис., з виробництва готового одягу і хутра – близько 6 тис., шкіри та шкіряного взуття – близько 1,5 тис. Практично всі підприємства легкої промисловості приватизовані, а ті, що знаходяться у державній власності, становлять менше 1 % [7].

Серед підгалузей легкої промисловості в 2011 р. з найвищими позитивними результатами працює текстильна промисловість.

Виробництво швейної галузі представлено різноманітним випуском продукції: різні текстильні та шкіряні головні убори, головні убори зі штучного й натурального хутра, верхній одяг – пальта, куртки, кожушки зі штучного хутра й текстилю, піджаки, костюми, одяг для дітей, нижня білизна, рукавиці.

Покращення показників роботи трикотажної галузі пов'язано зі стабілізацією роботи підприємств із виробництва тканин. Список лідерів внутрішнього ринку очолює багато-

профільний торгово-виробничий концерн «Текстиль-Контакт», основним видом діяльності якого є виробництво й реалізація всіх видів тканин, штучного хутра, трикотажних полотен, прикладних матеріалів, фурнітури (більше 20 тис. найменувань).

Ще одним лідером є корпорація підприємств «Текстиль-Україна», до складу якої входять 27 підприємств по всій території України, вони виробляють практично весь асортимент продукції легкої промисловості.

Виробничий асортимент трикотажної галузі протягом 2010 р. був представлений такими видами одягу, як нижній трикотаж (футболки, теніски, близько 2417 тис. шт.), верхній трикотаж (светри, кофти, пуловери, близько 847 тис. шт.) і панчішно-шкарпеткові вироби (50606 тис. пар).

Спад виробництва зафіксований у групі «светри, джемperi, пуловери, та інша трикотажна продукція» – на 56 тис. шт., або на 6,2 %, за аналізований період, що зумовило структурні зміни в асортиментній пропозиції [7].

Основними вітчизняними виробниками трикотажного одягу є [8]:

- ВАТ «Софія» (м. Бровари) – одне з найбільших в Україні підприємств з виробництва верхніх трикотажних виробів, випускає близько 1,5 млн од. за шт., з них понад 80 % експортує в країни ЄС, а саме в Францію, Іспанію, Канаду та Німеччину. Асортимент продукції широкий: жіночі, чоловічі та дитячі джемperi, жилети, жакети, пальта, шарфи, шапки тощо.

- ЗАТ «Роза» – найкрупніший виробник трикотажних полотен на Україні, обсяги виробництва трикотажних полотен становлять близько 26 т на рік, швейних виробів – близько 24 млн виробів на рік, штучного хутра – близько 15,5 млн шт. на рік. Асортимент продукції такий: жіночий, чоловічий і дитячий білизняний трикотаж, спортивні трикотажні костюми і джемperi, блузи, спідниці, брюки та жакети з легкої і щільної тканини. Постійно розробляються нові колекції жіночого й дитячого одягу, а також одяг для найменших: кофтини, повзунки, комбінезони. Сьогодні партнерами фабрики є такі відомі фірми: «S.A. Artex»

(Франція), «ORDIPOL Sp.Z.o.o.» (Польща), «H Weidemann Fashion AG & Co.KgaA» (Німеччина), «EURODIS SPRL» (Бельгія).

- Трикотажна фабрика «Киянка» пропонує виготовлення верхнього трикотажу, жіночого, чоловічого й корпоративного одягу на замовлення. На сьогодні асортиментна пропозиція фабрики складається з таких видів одягу: джемperi, гольфи, жакети, жилети, сукні, спідниці, палантини, пуловери, шапки, шарфи й ін.

- ВАР «Мукачівська трикотажна фабрика «Мрія» випускає практично всі види трикотажного одягу для дітей і дорослих, які залюбки носять у Швейцарії, Фінляндії, Данії, Польщі, Німеччині, Франції, Іспанії, Португалії, Великобританії, Швейцарії та Бельгії. На фабриці відшивається трикотаж продукція під торговими марками «ZARA», «JENNIFER», «PROMOD, IC «DECATHLON», «FRENCH CONNECTION» та ін.

- ВАР «Рута» (м. Кременчук) спеціалізується на пошитті трикотажних виробів (білизни чоловічого, жіночого та дитячого асортименту), швейних (зокрема чоловічих костюмів), а також одягу для спорту, відпочинку та спеціального. Успішно співпрацює за дзвальноницькою схемою з «RABE» (Німеччина) – виробництво трикотажних виробів: майки, блузи і джемperi жіночі та «Buikema Fashion» (Голландія) – виробництво швейних виробів: костюми чоловічі й жіночі.

Світовий ринок одягу характеризується високою динамікою розвитку, відсутністю монополізації, наявністю сприятливої конкурентного середовища та економічної кон'юнктури, що свідчить про подальше його становлення і безперервний розвиток. Ринок одягу України ще не може характеризуватися значним рівнем розвитку. Незважаючи на досить прогресивні результати в розвитку легкої промисловості, залишається багато проблемних моментів, які негативно позначаються на подальшому функціонуванні галузі. Основними чинниками, що стримують ефективний розвиток галузі залишаються – тінізація внутрішнього ринку та насичення його імпортними товарами, завезеними товарами із зниженням митної вартості та контрабандою, «секонд-хендом»; нерівни-

ми умовами роботи та реалізації продукції для великих і малих підприємств; недостатністю банківських кредитів на розвиток бізнесу та зниження купівельної спроможності населення тощо. Тому важливим завданням сьогодні є нарощування обсягів виробництва одягу, підвищення конкурентоспроможності вітчизняної продукції за рахунок оновлення основних фондів, технологічного переозброєння текстильних виробництв, розширення власної сировинної бази, створення спільних підприємств з провідними зарубіжними виробниками тощо. Також перспективними напрямками інтеграції України до світового ринку одягу є, по-перше, створення та підтримка власних конкурентоспроможних брендів одягу шляхом залучення талановитих дизайнерів, використання провідних технологій виробництва та нових матеріалів, створення зарубіжних торговельних мереж тощо; по-друге, розширення участі у аутсорсинг-моделях виробництва одягу – шиття на замовлення зарубіжних компаній.

ЛІТЕРАТУРА

1. Орленко О. В. Фінансово-економічна складова відродження сировинної бази текстильної галузі / International Scientific Analytical Project [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://gisap.eu/ru/node/1136>. – Назва з екрана.
2. Офіційний сайт Міжнародного торгового центру [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.intracen.org>. – Назва з екрана.
3. Survey on Chinese market for clothing 2011 [Електронний ресурс] : офіц. веб-сайт International Trade Centre (ITC). – Режим доступу: <http://www.intracen.org>. – Назва з екрана.
4. Асоціація експортерів текстильної і швейної промисловості Стамбула [Електронний ресурс] : офіц. веб-сайт. – Режим доступу: <http://www.itkib.org.tr>. – Назва з екрана.
5. Асоціація виробників одягу Туреччини [Електронний ресурс] : офіц. веб-сайт. – Режим доступу: <http://www.tgsd.org>. – Назва з екрана.
6. South Africa: A Market for Clothing from Africa. 2010 [Електронний ресурс] : офіц. веб-сайт International Trade Centre (ITC). – Режим доступу: <http://www.intracen.org>. – Назва з екрана.
7. Аналіз роботи легкої промисловості Укра-

- їни за 2010 р. // Легка промисловість. – № 3. – 2010. – С. 6–8.
8. Україна сьогодні [Електронний ресурс] : офіц. веб-каталог провідних підприємств в Україні. – Режим доступу:

<http://www.rada.com.ua>. – Назва з екрана.

9. Мурована Л. В. Маркетингові підходи до формування асортименту товарів легкої промисловості / Л. В. Мурована // Вісник КНУТД. – 2010. – Т. 5. – № 5. – С. 108–112.

УДК 338.439(100)

СУТНІСНИЙ ЗМІСТ ПОНЯТТЯ «ПРОДОВОЛЬЧА БЕЗПЕКА»

Є. Ю. Новіков

На початку ХХІ ст. проблема забезпечення глобальної продовольчої безпеки набула світового масштабу. Темпи збільшення обсягів виробництва продуктів харчування не встигають за темпами зростання населення планети. Свідченням існування проблеми є продовольчі кризи 1972–1973 рр., 1990–1992 рр., 2008–2009 рр., переважно спричинені об'єктивними факторами, такими як зростання населення планети, аномальні кліматичні умови (спека, екстремально низькі температури, повені тощо), збільшення виробництва біопалива за рахунок сільськогосподарських угідь, зменшення родючості землі внаслідок екстенсивного та не екологічного її використання, заболочування ґрунтів і будівництво доріг, промислових зон. Накопичення проблем вимагає формування ефективної стратегії підвищення рівня світової продовольчої безпеки, в тому числі розробки теоретичних заходів управління продовольчою безпекою.

Дефініцію «продовольча безпека» використовують у працях зарубіжні та вітчизняні науковці, серед яких С. Г. Афанасьєв, Ю. Д. Білик, В. І. Бойко, О. І. Гойдук, С. М. Кваша, І. Н. Топіха, А. А. Фесини, П. Т. Саблук, М. С. Оглуздин, О. В. Чернова, А. А. Бабенко та ін.

Серед зарубіжних учених питанням управління продовольчою безпекою займалися: М. Аміті, О. Бодіан, Н. Белінгер, К. Мабсс-Зено, П. Ютінг, С. Барраклот, М. Скот, С. Бенсон, Р. Грін, Д. Клей, Д. Бігмен, Х. Брандт, Д. Бріссон, С. Маквел, М. Калон, Х. Дік, А. Чісхолм, Р. Тейрс, І. Клей, Д. Корбетт,

Д. Кертіс, О. Девіс та ін. Однак досі немає одностайної думки відносно визначення поняття «продовольча безпека».

Мета статті – дослідити трансформації підходів до розуміння поняття «продовольча безпека» та визначити її складові елементи.

Незважаючи на те, що проблема продовольчої безпеки офіційно була визначена як проблема світового масштабу на Всесвітній продовольчій конференції 1974 р., з того часу чимало дослідників займалися розробкою методичних підходів до оцінки рівня продовольчої безпеки, й досі відсутнє усталене визначення самого поняття «продовольча безпека». Це пов'язано з тим, що упродовж існування проблеми недостатнього продовольчого забезпечення у деяких регіонах світу визначення терміна доповнювалося новими складовими елементами через зміну умов, тобто відбувалося перманентне оновлення відповідно до нових викликів сучасності.

Проблема трактування поняття «продовольча безпека» пов'язана з існуванням різних рівнів її розв'язання. На глобальному рівні питання вирішують міжнародні організації: ООН, ФАО, ВТО, Комітет продовольчої безпеки, Всесвітній Банк, Всесвітня продовольча програма та ін. Головним напрямом діяльності міжнародних організацій є створення довгострокових програм з подолання голоду та недоїдання у світі, створення запасів продовольства на випадок надзвичайних ситуацій. Субрегіональний рівень характеризується діяльністю міжрегіональних утворень, фору-