

Научная статья

Original article

УДК 339.133.017

doi: 10.55186/2413046X_2022_7_6_352

**ИССЛЕДОВАНИЕ ОСОБЕННОСТЕЙ РОССИЙСКОГО РЫНКА
НОСОЧНЫХ ИЗДЕЛИЙ
RESEARCH OF THE PECULIARITIES OF THE RUSSIAN MARKET OF
SOCKS**



Султанова Алина Анатольевна, старший преподаватель, Департамента менеджмента и предпринимательства, Школы экономики и менеджмента ФГАОУ ВО Дальневосточный федеральный университет, E-mail: sultanova.aa@dvfu.ru

Денисевич Елена Ивановна, к.ист.н., доцент Департамента менеджмента и предпринимательства, Школы экономики и менеджмента ФГАОУ ВО Дальневосточный федеральный университет, E-mail: denisevich.ei@dvfu.ru

Столярчук Татьяна Геннадьевна, студент, Департамента менеджмента и предпринимательства, Школы экономики и менеджмента ФГАОУ ВО Дальневосточный федеральный университет, E-mail: stat88088@mail.ru

Sultanova Alina Anatolyevna, Senior Lecturer, Department of Management and Entrepreneurship, School of Economics and Management, Far Eastern Federal University, E-mail: sultanova.aa@dvfu.ru

Denisevich Elena Ivanovna, Candidate of History, Associate Professor of the Department of Management and Entrepreneurship, School of Economics and Management, Far Eastern Federal University, E-mail: denisevich.ei@dvfu.ru

Stolyarchuk Tatyana Gennadievna, student, Department of Management and Entrepreneurship, School of Economics and Management, Far Eastern Federal University, E-mail: stat88088@mail.ru

Аннотация. В статье рассматриваются особенности рынка чулочно-носочных изделий в России. Произведен анализ научных статей, которые затрагивают в своих исследованиях рынок носочных изделий. Выявлены особенности реализации продаж и рассмотрен ассортимент производимых изделий на территории России. По итогам исследования выявлена категория носочных изделий, которая пользуется спросом у российских потребителей, но представлена на рынке лишь импортными производителями. В статье также изучено отечественное производство носочных изделий, на примере научных статей и анализа существующих производителей. В ходе исследования был проведен опрос среди жителей Приморского края, с целью изучения потребительского спроса на носочные изделия. Полученные результаты необходимы для изучения возможности запуска линии по производству носочных изделий с целью импортозамещения, с учетом существующих трендов в России.

Abstract. The article examines the features of the hosiery market in Russia. The analysis of scientific articles, which touch on the market of hosiery in their research. The peculiarities of sales realization and the range of manufactured products in Russia are revealed. As a result of the study revealed the category of socks, which is in demand among Russian consumers, but represented in the market only by imported manufacturers. The article also studied the domestic production of sock products, on the example of scientific articles and analysis of existing manufacturers. During the study, a survey was conducted among the residents of Primorsky Krai, in order to study consumer demand for sock products. The results obtained are necessary to study the possibility of launching a line for the production of sock products for the purpose of import substitution, taking into account existing trends in Russia.

Ключевые слова: чулочно-носочные изделия, производство носков, рынок, товар, предложение

Keywords: hosiery, manufacture of socks, market, product, offer

Чулочно-носочные изделия являются одними из самых популярных на рынке трикотажных изделий. Данная товарная категория самая разнообразная по изготовлению товаров из нитей, пряжи и тканей ручным или машинным способом. Изучив официальное издание Федеральной службы государственной статистики «Промышленное производство в России», было выявлено, число организаций в России, занимающихся производством текстильных изделий. На 2018 год число предприятий и организаций составило 6740 (по данным государственной регистрации). Лидирующие позиции в производстве основных видов одежды занимают чулочно-носочные изделия. В 2018 году было произведено 200 млн.пар, в том числе чулки – 900 000, колготки – 29,8 млн., носки – 115 млн.пар и другие [1].

Производство классических чулочно-носочных изделий становится популярным на территории России, однако, создание производства более уникальной продукции, не замечается. Хотя подчеркнуть свою индивидуальность с помощью чулочно-носочных изделий всегда хотели не только женщины, но и мужчины.

В статье «The new rules of socks: novelty ones are out – but yes you can wear them with sandals» британской газеты The Guardian, говорится о том, что носки – это новое заявление моды. И если раньше они были чем-то, что люди использовали чтобы прикрыть ноги, то теперь носки являются важной частью одежды, а иногда и созданием образа многих людей [2]. Многие мировые Дома моды в презентациях своих коллекций дополняют образы чулочно-носочными изделиями, создавая особый стиль. Именно это сформировало у покупателей потребность в уникальных, необычных носках, которые могут являться частью образа и подчеркивать индивидуальность человека.

Сейчас на рынке России представлены, в основном, зарубежные производители уникальных носков и колгот. Местные же, ориентируются на производство более простого и недорогого продукта. Этот рынок быстро

расширяется, но, несмотря на это, производить что-то уникальное пока никто не решается.

Для того чтобы подтвердить растущий спрос на уникальные носочные изделия, был составлен и проведен опрос при помощи сервиса Google Forms. Всего в данном опросе приняли участие 105 жителей Приморского края, из которых 20 человек – мужчины и 85 – женщины. Вопросы были направлены на изучение потребительского спроса на носочные изделия.

Среди опрошенных потребителей носочных изделий в Приморском крае 40 человек указали свои любимые бренды носочных изделий, среди которых оказались Calzedonia, Adidas, Calvin Klein, Falke, Nike и другие. Подавляющее большинство брендов приходится на европейские компании. На рисунке 1 показаны самые популярные, которые были выбраны российскими потребителями носочных изделий. Из них 17% и 11% пришлось на такие бренды как Calzedonia и Falke соответственно. Остальные марки были выбраны меньшим числом опрошенных и составляют в общем 72% от общего числа указанных брендов.

Есть ли у вас любимые бренды носков/колгот? Если да, перечислите, пожалуйста.

55 ответов

The image shows a screenshot of a Google Forms survey result. The question is 'Есть ли у вас любимые бренды носков/колгот? Если да, перечислите, пожалуйста.' (Do you have your favorite sock brands? If yes, please list them). There are 55 responses. The results are displayed in a list of text boxes, each representing a respondent's answer. The most common brands listed are Calzedonia, Falke, and others. The list includes: Gulia, Calzedonia, Conte, Calzedonia, incanto, minimi, Innamore, Calzedonia, Levi's, Calzedonia, Giulia, Gatta, MiNiMi, -, MiNiMi, Sisi, conte, filodoro, and Фальке.

Gulia
Calzedonia, Conte
Calzedonia, incanto, minimi
Innamore
Calzedonia, Levi's
Calzedonia, Giulia, Gatta, MiNiMi
-
MiNiMi, Sisi, conte, filodoro
Фальке

Источник: составлено авторами

Рисунок 1. Результаты опроса

В ходе исследования было установлено, что в современных условиях чулочно-носочные изделия пользуются такой популярностью не только из-за своих свойств, которые делают их удобными в повседневном ношении, ведущие дома моды трансформировали привычные всем чулочно-носочные изделия в трендовый аксессуар и представили свои коллекции миллионам потенциальных потребителей, задав новый тренд в индустрии моды. Сейчас многие люди приобретают их как модный аксессуар, подбирая наряд под носки и колготы, а не наоборот. Самая лояльная в мире аудитория потребителей – женщины любят следовать последним тенденциям в мире моды и дополнять свои образы интересными фактурами и цветами, создавая свой особенный неповторимый стиль.

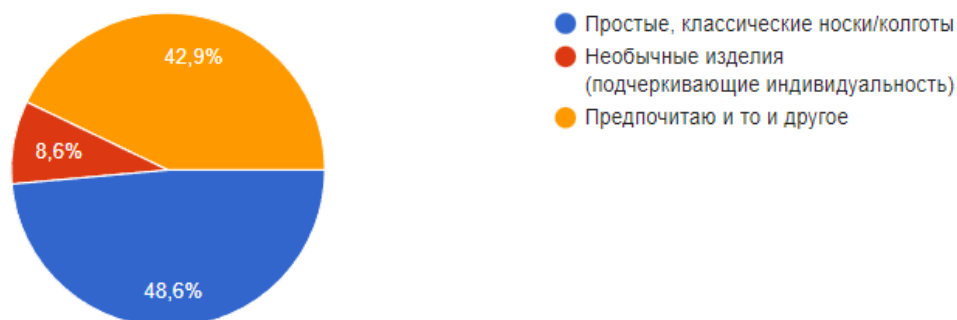
Наряду с этим мода имеет одну главную ценность – современность, каждая одежда должна соответствовать новому времени. В своём исследовании Прочаковская Д. В. [2021], определила значение и влияние моды в современном мире. В статье говорится о том, что мода является не только формой массового поведения, но и раскрывает возможности для выражения индивидуальности человека, позволяет воплощать в одежде свои ценности. Она представляет собой механизм общения между людьми, в котором проявляется стремление человека к единению с членами своей группы [3].

В современных реалиях людям все больше и больше нравятся необычные вещи. Людей все чаще интересует индивидуальный дизайн, мода и бренды. Последние становятся особенно востребованными в условиях развития креативного потребления. Покупатели рассчитывают на приобретение не столько вещи, сколько чего-то «новенького», индивидуального, возможно даже революционного, противостоящего тенденциям массовой культуры. Именно с помощью брендов покупатели показывают не только то, что они собой представляют и что ценят, но также и уровень своей современности и креативности [4].

Однако, многие модные тренды, которые существуют в мире, не представлены в России. Хотя спрос на данную продукцию есть, с каждым годом все больше людей предпочитают соответствовать модным трендам и покупать вещи подчеркивающие индивидуальность. Что подтверждается результатами опроса, которые представлены на рисунке 2. Среди 105 опрошенных человек почти 9% предпочитают покупать исключительно необычные носочные изделия, которые могут подчеркнуть их индивидуальность. Практически 43% опрошенных предпочитают приобретать как уникальные изделия, так и простые.

Какие изделия Вы предпочитаете?

105 ответов



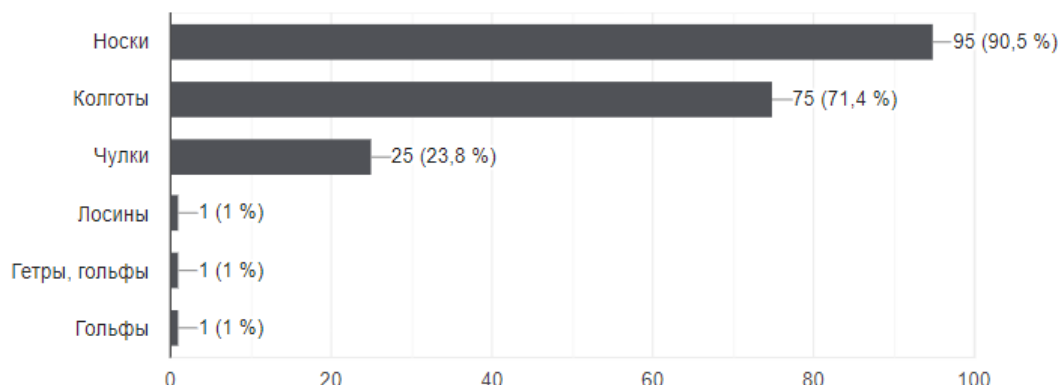
Источник: составлено авторами

Рисунок 2. Результаты опроса предпочтений покупателей

По данным онлайн-издания Fashionnetwork.com отмечается, что 59% всех произведенных чулочно-носочных изделий в России приходится на носки. На рисунке 3 представлены результаты опроса, которые показывают, что 95 человек (90,5% опрошенных) чаще всего приобретают именно носки, на втором месте колготы, реже покупают чулки, лосины, гольфы.

Какие виды чулочно-носочных изделий Вы приобретаете?

105 ответов



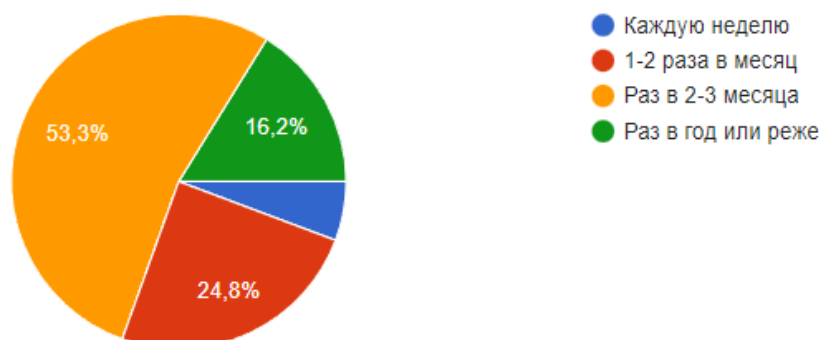
Источник: составлено авторами

Рисунок 3. Результаты опроса ассортиментного предпочтения

Несмотря на высокий спрос, которым пользуются уникальные носочные изделия, их приобретение затруднено высокими ценами за счет импорта из других стран. Люди вынуждены покупать простую продукцию с простыми рисунками и дизайном чаще просто не находя в магазинах нужный товар. А потребность в покупке носков и колгот постоянна. Это подтверждают результаты опроса. 6% опрошенных ответили, что приобретают носочную продукцию каждую неделю и более 70% почти каждые 2 месяца.

Как часто Вы покупаете носки/колготы?

105 ответов



Источник: составлено авторами

Рисунок 4. Результаты опроса частоты приобретения колгот

Из результатов проведенного исследования на территории Приморского края, наблюдается постоянно растущий спрос на носочные изделия, также было установлено, что брендовые и уникальные товары пользуются большой популярностью среди жителей, так как многие хотят идти в ногу со временем.

Анализ товарного ассортимента оптовых продавцов показал, что данный ассортимент возможно приобрести только у поставщиков из Германии, Италии, Польши и других стран Европы, при этом цена с учетом логистики для конечного потребителя выходит неприемлемой. Последние несколько лет доступ импортных товаров ограничивался условиями пандемии: увеличились сроки и цены доставки, растаможивание груза, также сюда можно добавить и волатильность курсов валют, которая создает дополнительные риски для предпринимателя и сильно отражается на стоимости импортных носочных изделий в России.

На территории Приморского Края была выявлена потребность в уникальных носочных изделиях. Люди, которые придерживаются модных трендов, любят подчеркивать свою индивидуальность, не имеют возможности приобретать такие товары в местных магазинах по доступным ценам. Основным сегментом потребителей таких носочных изделий—являются женщины, с различным образом жизни, которых объединяет одно важное отличие – это следование модным тенденциям. Для покупательниц очень важен их особенный стиль, который подчеркивает индивидуальность. Возрастной диапазон составляет 25-45 лет, на период исследования 43,9% покупателей находятся в диапазоне 25-34 года, 41,9% в диапазоне 35-44 года. У данного сегмента потребителей существует потребность в покупке трендовых позиций носочных и чулочных изделий, которые соответствуют трендам ведущих домов моды мира, и которые тяжело купить не только во Владивостоке, но и в России в целом.

На Российском рынке все еще остается доля импорта Китайской продукции среднего и низкого качества, а также доля теневого рынка. В статье 2020 года Виноградова А.В. «Оценка ассортимента и экспертиза качества чулочно-носочных изделий в розничном торговом предприятии» проведена оценка

ассортимента чулочно-носочных изделий в розничном торговом предприятии торговой сети «Кашемир и Шелк». По результатам исследования было выявлено, что качество носочных изделий на предприятии низкое. Это связано с фальсификацией волокнистого состава и низким контролем качества выпускаемой продукции, а также с неправильным выбором поставщиков сырья. По данным проведённого анализа литературы можно сделать вывод, что отечественные производители, не всегда предоставляют товары хорошего качества [5].

Проведя анализ производителей носочных изделий на территории России было выявлено, что в настоящее время производство носочных изделий не распространено на территории России. Основной процент сосредоточен в центральной части страны. Центральный федеральный округ является лидером производства носков от общего произведенного объема за 2019 год с долей около 58,0%. Но этого объёма не достаточно для того, чтобы отказаться от импортных изделий.

В сформировавшихся условиях импортозамещения многие существующие производители чулочно-носочных изделий начинают задумываться над расширением своего производства. О том, какие результаты получают предприятия при анализе рынка, говорится в статье Сыцко В.Е. «К вопросу конкурентоспособности чулочно-носочных изделий». В ней упоминается проявление динамичности рынка в обновлении ассортимента и создании новых видов носочных изделий. В республике Беларусь в 2018 году был проведен социологический опрос по результатам которого было установлено, что основными потребительскими свойствами при выборе чулочно-носочных изделий являются волокнистый состав, формоустойчивость, гигроскопичность, колористическое оформление, устойчивость к истиранию, оригинальность.[6]

В научной статье Соловьева А.Г. «Исследование рынка чулочно-носочной продукции для инновации отрасли» говорится о росте доли теневого рынка носочных изделий в России. По этой причине места для легальных

производителей не остается, из-за чего предприятия показывают неустойчивую разнонаправленную динамику производства чулочно-носочных изделий. По данным за 2016 год и оценкам специалистов Indexbox, процесс импортозамещения в легкой промышленности не имеет предпосылок, так как производство одежды в РФ лишено сырьевой базы.

Однако в статье отмечается сохранение устойчивого спроса на носочные изделия. А также говорится о важном аспекте развития отечественного производства – создании совершенно новых технологий для производства высококачественных изделий [7].

Стоит отметить, что многие люди привыкли покупать импортные товары. Для некоторых отечественные производители не являются показателем качества и уникальности. Брендовые товары зарубежных поставщиков, которые уже давно завоевали доверие российских потребителей, не уступят отечественным производителям так просто. Популярность импортных изделий на фоне российского производства прослеживается на протяжении многих лет. Даже в 90-е годы такая тенденция существовала, что доказывает научная статья Смолейчук И.М. «Легкая промышленность: состояние, проблемы, перспективы». Отрасли легкой промышленности (в том числе и чулочно-носочное производство), помимо хлопчатобумажных тканей, терпели убытки на протяжении пяти лет из-за значительной конкуренции на отечественном потребительском рынке импортной продукции. Отечественная продукция имела низкую конкурентоспособность, за счет высокой себестоимости и низкого качества, из-за чего за пять лет производство чулочно-носочных изделий снизилось более чем в два раза.

В данной статье также говорится о высоком потенциале Дальнего востока (в том числе Приморского края). Наличие природных ресурсов, экономико-географического положения и близость к странам АТР, делают регион привлекательным для создания на его территории производства носочных изделий.[8]

Для того чтобы понять отношение российских потребителей к европейским чулочно-носочным изделиям, была проанализирована научная статья Новиковой Т.В. «Популярность отечественных и зарубежных производителей на рынке чулочно-носочных изделий». В ней рассматривается группа чулочно-носочных изделий для женщин (колготки, чулки, носки летнего сезона). В ходе исследования было выявлено, что данный вид изделий представлен марками зарубежных производителей, в основном итальянских. Это такие марки как: «LEVANTE», «GOLDEN LADY», «OMSA», «SISI», «FILODORO», «FRANZONI», «GLAMOUR», «Sanpellegrino». Изделия данных марок пользуются высоким спросом у потребителей, т.к. обладают оптимальной пропорцией цена-качество. Колготы, чулки, носки зарубежных производителей востребованы на рынке чулочно-носочных изделий России, т.к. данный вид продукции производится по новым технологиям и имеет широкий ассортимент по цвету, плотности, дизайну. Отечественная продукция не имеет такого же высокого спроса, потому что ассортимент ее весьма узкий, однотипный, и по эксплуатационным свойствам она отстает от продукции зарубежных конкурентов.

Для того чтобы практически определить популярность зарубежных и отечественных чулочно-носочных изделий было проведено анкетирование потребителей данной группы товаров. Было опрошено 50 человек. Респондентами являлись мужчины и женщины разных возрастов. Для наиболее полного и расширенного анализа предпочтений потребителей с разным уровнем дохода и составом семьи.

Подавляющее большинство опрошенных – 76%, предпочитают покупать чулочно-носочные изделия зарубежных производителей. Остальные 24% склонны приобретать марки отечественных изготовителей.

Исходя из полученной информации, 46% респондентов утверждают, что продукция зарубежных производителей высокого качества, 12% считают, что импортные изделия преимущественно среднего качества, 4% потенциальных покупателей думают, что изделия зарубежных производителей низкого качества.

Оценивая продукцию отечественного происхождения, выяснилось, что 10% опрошенных утверждают, что российские производители выпускают продукцию высокого качества, 16% - среднего, 12% - низкого.[9]

Исходя из представленных результатов опроса, а также анализа научных статей, можно говорить о существовании потребности в уникальных носочных изделиях на рынке России и ограниченности его предложения.

Список источников

1. Масакова И.Д. Промышленное производство в России 2019 / И.Д. Масакова, И.В. Акимова // Статистический сборник – 2019. – С. 1–288. – Режим доступа: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/Prom_proiz-vo2019.pdf
2. Прочаковская, Д В. Мода, стиль и цвет /. Д.В Прочаковская // Инновационный потенциал развития общества: взгляд молодых ученых. – 2021.. – С. 308–311. – Режим доступа: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=47409425&>
3. Василенко, И В. Практика потребления брендов как процесс самореализации личности: социологический анализ /. И.В Василенко, О.В. Ткаченко // *Теория и практика общественного развития*. – 2020. – № 2. – С. 13–17. – Режим доступа: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=42444006>
4. Виноградова А.В. Оценка ассортимента и экспертиза качества чулочно-носочных изделий в розничном торговом предприятии / Виноградова А.В., Лорелли В.А.// Вестник сибирского университета потребительской кооперации – 2020. – С. 31–34. – Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=42596298&>
5. Сыцко В.Е. К вопросу конкурентоспособности чулочно-носочных изделий / В.Е. Сыцко, Н.В. Кузьменкова // Тезисы докладов 53-й международной научно-технической конференции преподавателей и студентов. – 2020. – С. 241-242. . – Режим доступа: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=43899657&>
6. Соловьева, А.Г. *Исследование рынка чулочно-носочной продукции для инновации отрасли* /. А.Г Соловьева, К.В. Илларионова // *Неделя науки СПбГУ*. – 2017. – С. 389–392. – Режим доступа: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=32343929>

7. Смолейчук, И.М. Легкая промышленность: состояние, проблемы, перспективы / И.М. Смолейчук // Известия Дальневосточного федерального университета. Экономика и управление. – 1999. – С. 48–57. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/>

8. Новикова Т.В. Популярность отечественных и зарубежных производителей на рынке чулочно-носочных изделий / Новикова Т.В., Меньшикова В.К // IX Всероссийская конференция «Молодёжь и наука» – 2013. – С. 1–2. – Режим доступа: <http://elib.sfu-kras.ru/bitstream>

9. Газета The Guardian, The new rules of socks: novelty ones are out – but yes you can wear them with sandals [Электронный ресурс]: официальный сайт. – Режим доступа: <https://www.theguardian.com>

References

1. Masakova I.D. Industrial production in Russia 2019 / I.D. Masakova, I.V. Akimova // Statistical Collection – 2019. – pp. 1-288. – Access mode: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/Prom_proiz-vo2019.pdf

2. Prochakovskaya, D. V. Fashion, style and color /. D.V. Prochakovskaya // Innovative potential of society development: the view of young scientists. – 2021.. – p. 308-311. – Access mode: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=-47409425&>

3. Vasilenko, I.V. The practice of brand consumption as a process of personal self-realization: a sociological analysis /. I.V. Vasilenko, O.V. Tkachenko // Theory and practice of social development. – 2020. – No. 2. – pp. 13-17. – Access mode: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=42-444006>

4. Vinogradova A.V. Evaluation of the assortment and examination of the quality of hosiery in a retail trade enterprise / Vinogradova A.V., Lorelli V.A.// Bulletin of the Siberian University of Consumer Cooperation - 2020. – pp. 31-34. – Access mode: <https://elibrary.ru/ite-m.asp?id=42596298&>

5. Sytsko V.E. On the issue of competitiveness of hosiery / V.E. Sytsko, N.V. Kuzmenkova // Abstracts of the 53rd International Scientific and Technical Conference

of Teachers and Students. – 2020. – pp. 241-242. . – Access mode:
<https://www.elibrary.-ru/item.asp?id=43899657&>

6. Solovyova, A.G. Market research of hosiery products for industry innovation /. A.G. Solovyova, K.V. Illarionova // St. Petersburg State University Science Week. – 2017. – pp. 389-392. – Access mode: <https://www.elibrary.r-u/item.asp?id=32343929>

7. Smoleychuk, I. M. Light industry: state, problems, prospects / I.M. Smoleychuk // Proceedings of the Far Eastern Federal University. Economics and management. - 1999. – pp. 48-57. – Access mode: <https://cyberleninka.ru/article/n/>

8. Novikova T.V. Popularity of domestic and foreign manufacturers in the market of hosiery / Novikova T.V., Menshikova V.K. // IX All-Russian Conference "Youth and Science" – 2013. – pp. 1-2. - Access mode: <http://elib.sfu-kras.ru/bitstream>

9. The Guardian newspaper, The new rules of socks: novelty ones are out – but yes you can wear them with sandals [Electronic resource]: official website. – Access mode: <https://www.theguardian.com>

Для цитирования: Султанова А.А., Денисевич Е.И., Столярчук Т.Г. Исследование особенностей российского рынка носочных изделий // Московский экономический журнал. 2022. № 6. URL: <https://qje.su/ekonomicheskaya-teoriya/moskovskij-ekonomicheskij-zhurnal-6-2022-22/>

© Султанова А.А., Денисевич Е.И., Столярчук Т.Г. Московский экономический журнал. 2022. № 6.