

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
Учреждение образования
«Витебский государственный технологический университет»

В. В. Квасникова, О. О. Герасимова

**МИРОВОЙ РЫНОК ЛЬНЯНОЙ ТКАНИ:
СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ**

МОНОГРАФИЯ

Витебск
2022

УДК 677.074:339
ББК 65.304.9
К32

Рецензенты:

доктор экономических наук, доцент, профессор кафедры учёта, финансов, логистики и менеджмента УО «ПГУ» Слонимская М. А.;

кандидат экономических наук, доцент, заведующий кафедрой коммерческой деятельности и рынка недвижимости УО «БГЭУ»
Климченя Л. С.

Рекомендовано к изданию редакционно-издательским советом УО «ВГТУ», протокол № 8 от 29.04.2022.

Рекомендовано к изданию научно-техническим советом УО «ВГТУ», протокол № 2 от 05.04.2022.

Квасникова, В. В.

К 32 Мировой рынок льняной ткани: состояние и перспективы развития : монография / В. В. Квасникова, О. О. Герасимова. – Витебск : УО «ВГТУ», 2022. – 98 с.

ISBN 978-985-481-713-2

В монографии проведено маркетинговое исследование рынка льняной ткани и одежды. Определены общие тенденции развития этого рынка и на основе изучения геополитических и экономических факторов сделан прогноз относительно мирового производства, экспорта и импорта льняных тканей, экспортных и импортных цен, в том числе отдельно по странам. Выявлены предпочтения отечественных, российских и зарубежных потребителей на льняную одежду.

Монография предназначена для руководителей и специалистов организаций легкой промышленности, органов государственного и регионального управления, преподавателей, аспирантов, магистрантов и студентов, осуществляющих маркетинговые исследования рынков.

УДК 677.074:339
ББК 65.304.9

ISBN 978-985-481-713-2

© УО «ВГТУ», 2022

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	4
Глава 1. Мировой рынок льняной ткани	6
1.1 Общая характеристика мировых рынков одежды и ткани	6
1.2 Анализ производства, экспорта и импорта льняных тканей	13
Глава 2. Анализ цен экспорта и импорта льняных тканей на мировом рынке	29
2.1 Анализ цен экспорта льняных тканей	29
2.2 Анализ цен импорта льняных тканей	38
Глава 3. Исследование потребительских предпочтений на льняную одежду	51
3.1 Потребительские предпочтения на рынке льняной одежды России	51
3.2 Потребительские предпочтения на рынке льняной одежды Беларуси	67
3.3 Исследование модных тенденций и потребительских предпочтений на мировом рынке льняной одежды	81
Заключение	88
Список использованных источников	92
Приложение А. Гайд для выявления потребительских предпочтений на одежду из льняных и льносодержащих тканей жителей России	94

ВВЕДЕНИЕ

Основой для принятия обоснованных бизнес-решений, касающихся разработки новых видов продукции с учетом потребностей потребителей, представляющих различные сегменты, является изучение состояния и тенденций развития рынка. Особое значение данные исследования имеют для легкой промышленности и ее отдельных подотраслей, которые в современных условиях испытывают серьезное конкурентное давление со стороны юго-восточных, европейских и других производителей. Республике Беларусь принадлежит незначительная доля в мировом производстве товаров легкой промышленности, за исключением льняной ткани. Согласно статистическим данным, наша страна входит в ТОП-10 производителей льняной ткани с долей около 8 % в мировом производстве.

На сегодняшний день единственным производителем льняной ткани в Республике Беларусь является РУПТП «Оршанский льнокомбинат», выпускающий ткани для изготовления одежды и ткани бытового назначения (свыше 2400 артикулов). Более 80 % продукции предприятие экспортирует на рынки 43 стран мира.

Монография является результатом исследования мирового рынка льняных тканей и одежды, проводимого в рамках отраслевой научно-технической программы «Технологии и материалы легкой промышленности» по теме: «Провести исследование рынка и разработать технологию производства тканей костюмного назначения с фактурными эффектами из льносодержащей пряжи с различными физико-механическими показателями».

Цель исследования конъюнктуры мирового рынка льняной ткани состояла в подтверждении следующих гипотез:

1. Наличие и рост спроса на льняные и льносодержащие ткани на мировом рынке.
2. Наличие спроса и повышение популярности льняной одежды среди конечных потребителей на внешних и внутреннем рынках.

Цель исследования предопределила структуру монографии, включающую 3 раздела.

В первом разделе представлена общая характеристика мировых рынков одежды и ткани, а именно выявлены общие тенденции мирового производства и реализации этих товаров, определены ключевые страны-экспортеры и страны-импортеры. Проанализированы показатели мирового производства, экспорта и импорта льняной ткани за 2016–2020 годы, в том числе по странам, а также представлены прогнозные значения этих показателей.

Во втором разделе проведен подробный анализ мировых экспортных и импортных цен на льняные ткани, в том числе по странам представлены прогнозные цены на 2021–2025 годы.

Третий раздел включает исследования предпочтений отечественных, российских и зарубежных потребителей на льняную одежду.

Авторы проводили исследование в 2021 году, когда главным негативным фактором, который оказывал влияние на состояние и тенденции мировых рынков льняной ткани и одежды, являлся Covid-19. На фоне сегодняшних геополитических событий сделанные прогнозы очень оптимистичны. При благоприятном исходе событий (при завершении спецоперации) в лучшем случае прекращение негативных тенденций можно ожидать не раньше весны 2023 года, а возобновление позитивных тенденций – не раньше 2025 года. При этом Республика Беларусь, Россия и Китай, в отличие от стран ЕС, не будут испытывать дефицит в энергоресурсах и удобрениях, поэтому они имеют все возможности нарастить объемы производства льнотресты, льняной ткани и льняных изделий.

Разделы монографии подготовили:

В. В. Квасникова, доцент, к. э. н., доцент кафедры «Финансы и коммерческая деятельность» Витебского государственного технологического университета – общая редакция, введение, разделы 1, 3, заключение;

О. О. Герасимова, старший преподаватель кафедры «Финансы и коммерческая деятельность» Витебского государственного технологического университета – раздел 2.

Огромную благодарность авторы выражают к. т. н., профессору кафедры «Дизайн и мода» Витебского государственного технологического университета **Галине Васильевне Казарновской** за предоставленную возможность участия в столь актуальном и интересном научном исследовании.

ГЛАВА 1. МИРОВОЙ РЫНОК ЛЬНЯНОЙ ТКАНИ

1.1 Общая характеристика мировых рынков одежды и ткани

Экспортный рынок текстиля (ткани) и одежды всегда был на подъеме (является растущим рынком). Текстильная промышленность, преодолевая проблемы, является одной из устойчивых отраслей на мировом рынке. Страны стремятся увеличивать экспорт текстиля (ткани) и одежды для получения таких преимуществ, как стимулирование местной экономики, экономики регионов и страны, повышения их конкурентоспособности, диверсификации экспорта и увеличения доли экспорта на мировом рынке. В ТОП-10 ведущих мировых экспортеров ткани и одежды входят такие страны, как Китай, Германия, Бангладеш, Вьетнам, Индия, Италия, Турция, Соединенные Штаты Америки, Гонконг, Испания [1].

Текстильная промышленность **Китая** является крупнейшим производителем и экспортером в мире. Экспорт за 2018 год составил 266,41 млрд долл. США. Конкурентными преимуществами отрасли являются: низкокзатратное производство, хорошее качество сырья, современное высокотехнологичное оборудование. Объем производства текстильной промышленности Китая составляет более половины мирового рынка.

Германия – один из крупнейших экспортеров трикотажной одежды, искусственного волокна, синтетической пряжи и оборудования. Экспорт за 2018 год составил 38,99 млрд долл. США. Промышленность Германии производит высококачественные изделия и аксессуары из текстиля (ткани) и одежду.

В последние десятилетия **Бангладеш** превратился в центр производства одежды. Сильные стороны текстильной и швейной промышленности страны – доступная дешевая рабочая сила, использование передовых технологий и высокое качество продукции. Страна является ведущим экспортером текстиля и одежды, объем экспорта за 2018 год составил 38,73 млрд долл. США. Быстрый рост текстильной промышленности Бангладеш обеспечивается за счет заказов продукции с высокой добавленной стоимостью от крупных мировых брендов.

Преимущества текстильной промышленности **Вьетнама** состоят в низкой стоимости рабочей силы и ориентации отрасли на специализацию, модернизацию и повышение добавленной стоимости. В 2018 году экспорт тканей и одежды составил 37,93 млрд долл. США. Во Вьетнаме особое внимание уделяется производству изделий с высокой конкурентоспособностью на мировом рынке и совершенствованию цепочки поставок продукции.

Индия входит в число крупнейших мировых производителей и экспортеров. Индийская текстильная и швейная промышленность подразделяется на два сектора: первый – неорганизованный сектор, представленный ручным ткацким оборудованием, кустарным промыслом и шелководством. В первом секторе используются традиционные инструменты и методы. Второй сектор – организованный, использующий современное оборудование и имеющий большие масштабы производства. Дорогостоящая продукция увеличивает давление на про-

изводственно-сбытовую цепочку, делая экспорт пряжи, ткани и одежды менее конкурентоспособным. В 2018 году экспорт тканей и одежды составил 37,11 млрд долл. США.

Итальянская текстильная промышленность занимает ведущее место в мире одежды и моды. Текстильная промышленность производит весь спектр тканей, включая хлопок, лен, шелк и шерсть. Текстильная промышленность Италии является экспортоориентированной. Объем экспорта за 2018 год составил 36,57 млрд долл. США. В промышленности широко используются инновационные технологии, особое внимание уделяется свойствам тканей и пряжи с целью расширения областей их применения. Италия производит широкий ассортимент электронной («умной») ткани с использованием новых технологий.

Текстильная и швейная промышленность **Турции** играет важную роль в мировой торговле, поскольку ее продукция соответствует высоким стандартам и имеет широкий ассортимент. Текстильная и швейная промышленность Турции перестроили свое производство, в результате страна стала экспортировать модную продукцию с высокой добавленной стоимостью. Объем экспорта за 2018 год составил 27,56 млрд долл. США. В настоящее время текстильная и швейная промышленность Турции находится на подъеме благодаря широким конструкторским возможностям, высокотехнологичным решениям, динамичным и гибким производственным мощностям, заботе о качестве, здоровье и окружающей среде.

Соединенные Штаты Америки являются конкурентоспособным в мировом масштабе производителем и экспортером текстильного сырья, тканей, пряжи, одежды, предметов домашнего обихода и других текстильных изделий. Объем экспорта за 2018 год составил 27,14 млрд долл. США. Среди выпускаемой продукции наиболее высокий уровень конкурентоспособности имеют нетканые материалы, специальные и промышленные ткани, медицинский текстиль и защитная одежда.

Текстильная промышленность **Гонконга** известна своими крашеными и набивными тканями. Кроме того, страна является одним из крупнейших производителей и экспортеров хлопчатобумажной и джинсовой тканей, трикотажного полотна по заданной форме и тонкого трикотажа из хлопка. Объем экспорта в 2018 году составил 20,43 млрд долл. США. Конкурентные преимущества промышленности Гонконга состоят в оригинальном дизайне и уникальном технологическом оборудовании.

Производство ткани и текстильных машин – одна из крупнейших отраслей в **Испании**. В стране производятся все виды технологического оборудования для производства ткани, начиная от прядения и ткачества, заканчивая крашением и отделкой. Объем экспорта текстильной промышленности Испании в 2018 году составил 20,20 млрд долл. США. Испания является центром продажи тканей и моды.

Объем мирового рынка волокон, предназначенных для производства ткани для одежды, в 2019 году оценивался в 190,59 млрд долл. США, ожидается, что с 2020 по 2027 годы он будет ежегодно прирастать на 3,7 %. Объем мирово-

го текстильного рынка оценивался в 2020 году на уровне 1000,3 млрд долл. США, по прогнозным оценкам в 2021–2028 годах его среднегодовой темп прироста составит 4,4 % [2].

В таблице 1.1 представлена динамика выручки от реализации одежды на мировом рынке за 2012–2020 годы и прогнозные значения показателя на 2021–2025 годы.

Таблица 1.1 – Выручка от реализации одежды на мировом рынке
В млрд долл. США

Показатель	Фактические значения									Прогнозные значения				
	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Выручка от реализации	1328,19	1391,13	1453,27	1511,64	1570,36	1636,69	1719,41	1802,59	1460,06	1705,53	1883,79	2028,63	2145,38	2246,62
Темп роста, %	–	104,7	104,5	104,0	103,9	104,2	105,1	104,8	81,0	116,8	110,5	107,7	105,8	104,7

Источник: [3].

Данные таблицы 1.1 свидетельствуют о том, что фактическая выручка от реализации одежды на мировом рынке имеет положительную динамику на протяжении 2012–2019 гг. В рассматриваемом периоде рынок одежды ежегодно прирастал на 3,9–5,1 %, и в 2019 году выручка от реализации одежды составила 1802,59 млрд долл. США. В 2020 году наблюдается снижение выручки от реализации одежды на 19 % по сравнению с 2019 годом до 1460,06 млрд долл. США, что является следствием негативного влияния Covid-19. Несмотря на это, эксперты прогнозируют положительную динамику показателя, начиная с 2021 года, и согласно прогнозу, в 2022 году показатель достигнет уровня 2019 года. Необходимо отметить, что представленный прогноз, безусловно, не учитывал новые вызовы, которые по своему негативному влиянию превосходят Covid-19.

На рисунке 1.1 представлено распределение потребителей одежды и обуви по ценовым сегментам (мир).

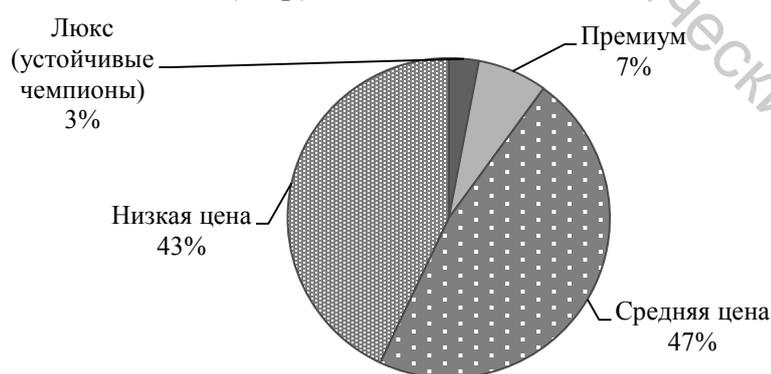


Рисунок 1.1 – Распределение потребителей одежды и обуви по ценовым сегментам

Источник: [3].

Из рисунка видно, что подавляющее число мировых потребителей одежды и обуви относятся к среднему и низкому ценовым сегментам, доля этих сег-

ментов составляет соответственно 47 % и 43 %. Потребители, которые приобретают одежду и обувь по высоким и очень высоким ценам, занимают в общей сложности 10 %.

В таблице 1.2 представлена структура мирового экспорта одежды в разрезе стран за 2019 год.

Таблица 1.2 – Структура экспорта одежды на мировом рынке по странам за 2019 год

Наименование страны	Доля в мировом экспорте, %
1 Китай	30,8
2 ЕС (28 стран)	22,6
3 Бангладеш	6,8
4 Вьетнам	6,2
5 Индия	3,5
6 Турция	3,2
7 Великобритания	1,8
8 Индонезия	1,7
9 Камбоджа	1,7
10 Прочие страны	21,7
Всего	100

Источник: [3].

Как видно из данных таблицы 1.2, практически 80 % одежды экспортируется 9 странами. Наибольшую долю в экспорте одежды занимает Китай, его доля в 2019 году составила 30,8 %, второе место принадлежит странам ЕС, их доля в мировом экспорте одежды составляет 22,6 %. Следует отметить, что экспорт одежды таких стран, как Китай, Бангладеш, Вьетнам, включает заказы, размещаемые американскими и европейскими брендами.

В таблице 1.3 представлена структура производства ткани по странам за 2019 год (по натуральному показателю).

Таблица 1.3 – Структура производства ткани по странам за 2019 год

Наименование страны	Доля, %
1 Китай	52,2
2 Индия	6,9
3 США	5,3
4 Пакистан	3,6
5 Бразилия	2,4
6 Индонезия	2,4
7 Турция	1,9
8 Южная Корея	1,8
9 Таиланд	1,1
10 Мексика	0,9
11 Прочие страны	21,5
Всего	100

Источник: [3].

Данные таблицы 1.3 показывают, что мировое производство тканей сосредоточено в 10 странах, на их долю приходится порядка 80 %. Безусловным лидером в производстве тканей является Китай, его доля в мировом производстве составляет 52,2 %. Второе место занимает Индия (6,9 %), а на третьем месте находятся США (5,3 %).

В таблице 1.4 представлены ТОП-10 ведущих экспортеров ткани на мировом рынке за 2018–2019 годы.

Таблица 1.4 – ТОП-10 ведущих экспортеров ткани на мировом рынке за 2018–2019 годы

			В млрд долл. США
Наименование страны	2018 г.	2019 г.	Абсолютное изменение
1 Китай	118,5	120	1,5
2 ЕС (28 стран)	74	66	-8
3 Индия	18,1	17	-1,1
4 США	13,8	13	-0,8
5 Турция	11,9	12	0,1
6 Южная Корея	9,8	9	-0,8
7 Тайвань	9,2	9	-0,2
8 Вьетнам	8,3	9	0,7
9 Пакистан	8,0	7	-1
10 Гонконг	7,4	6	-1,4

Источник: собственная разработка на основе [2, 3].

Как видно из данных таблицы, ведущим экспортером ткани в мире является Китай, объем экспорта ткани этой страны в 2019 году составил 120 млрд долл. США, что на 1,5 млрд долл. США больше, чем в 2018 году. Объем экспорта ткани стран ЕС за 2019 год составил 66 млрд долл. США, что на 8 млрд долл. США меньше, чем в 2018 году.

Экспорт остальных 8 стран, вошедших в ТОП-10 экспортеров ткани, находится в диапазоне от 6 до 18 млрд долл. США. Кроме того, следует отметить, что в 2019 году только у трех стран из десяти наблюдается увеличение экспорта (Китай, Вьетнам и Турция), у остальных стран происходит уменьшение экспорта, наиболее значительно экспорт ткани сократился у стран ЕС.

В таблице 1.5 представлены ТОП-10 ведущих мировых импортеров ткани за 2019 год.

Таблица 1.5 – ТОП-10 ведущих мировых импортеров ткани за 2019 год

		В млрд долл. США
Наименование страны	2019 г.	
1	2	
1 ЕС (28 стран)	67	
2 США	31	

Окончание таблицы 1.5

1	2
3 Вьетнам	16
4 Китай	16
5 Бангладеш	10
6 Япония	9
7 Великобритания	7
8 Индонезия	7
9 Гонконг	6
10 Мексика	6

Источник: [3].

Данные таблицы 1.5 свидетельствуют о том, что больше всего ткани в стоимостном выражении в мире импортируют страны ЕС – 67 млрд долл. США, второе место занимают США. В 2019 году страна импортировала ткани на сумму 31 млрд долл. США. Вьетнам и Китай в 2019 году ввезли тканей на сумму 16 млрд долл. США.

В таблице 1.6 представлены показатели функционирования отрасли легкой промышленности Республики Беларусь за 2015–2020 годы.

Таблица 1.6 – Показатели функционирования легкой промышленности Республики Беларусь за 2015–2020 годы

Показатель	Годы					
	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Количество организаций отрасли, ед.	1936	1889	1927	1933	1952	н/д
Производство товаров легкой промышленности, млн долл. США	1624,2	1628,4	1906,0	1955,7	1895,6	1571,2
Доля производства товаров отрасли в ВВП, %	2,87	3,41	3,48	3,28	3,00	2,61
Темп роста объема производства товаров отрасли, %	-	100,3	117,0	102,6	96,9	82,9

Источник: [4].

Объем производства товаров легкой промышленности в Республике Беларусь не превышает 2 млрд долл. США, причем в 2019 году относительно 2018 года произошло снижение объемов производства этих товаров на 4,1 %, а в 2020 году снижение составило 17,1 %. Доля производства товаров легкой промышленности в ВВП страны на протяжении рассматриваемого периода составляла от 2,6 до 3,5 %, что на 0,6–1,5 п. п. превышает мировой показатель. Однако, начиная с 2018 года, наблюдается снижение вклада легкой промышленности в ВВП страны. Доля производства товаров отрасли в ВВП страны в 2020 году относительно 2018 года снизилась на 0,67 п. п. и составила 2,61 п. п. Такая ситуация обусловлена сокращением физических объемов производства по большинству товаров легкой промышленности в Республике Беларусь (табл. 1.7), несмотря на то, что в мире за последние десять лет производство и реализация товаров легкой промышленности увеличились.

Таблица 1.7 – Динамика производства товаров легкой промышленности в Республике Беларусь за 2012–2019 годы

Показатель	Годы								Темп роста 2019/2012, %
	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	
Ткани, млн м ²	184	181	166	155	160	177	177	166	90,2
Белье постельное, тыс. шт.	8052	8 374	7103	5 569	5 523	6 206	6 015	6 419	79,7
Ковры и ковровые изделия, млн м ²	12,9	15,4	18,7	18,6	20,0	22,6	24,0	22,0	170,5
Ткань кордная для шин, млн м ²	70,0	58,0	46,8	39,4	51,2	50,4	47,4	37,6	53,7
Трикотажные изделия, млн шт.	63	61	51	43	46	46	48	51	81,0
Пальто, плащи, куртки, ветровки и аналогичные изделия, кроме трикотажных, тыс. шт.	2 341	2 042	2 003	1 803	1 817	1 695	1 557	1 456	62,2
Костюмы и комплекты, кроме трикотажных, тыс. шт.	2 017	1 760	1 510	1 229	1 134	1 155	1 066	963	47,7
Брюки, комбинезоны, бриджи и шорты, кроме трикотажных, тыс. шт.	2 049	1 736	2 195	1 787	2 071	1 848	2 078	2 303	112,4
Корсетные изделия и их части (включая трикотажные), млн шт.	20,0	21,8	19,2	12,6	13,7	19,5	18,9	16,9	84,5
Перчатки, варежки и митенки кожаные, тыс. пар	371	257	214	140	84	86	134	90	24,3
Шляпы, береты и прочие головные уборы фетровые, тыс. шт.	53	27	33	13	16	29	38	53	100,0
Предметы, аксессуары одежды и прочие изделия из натурального меха (кроме головных уборов), тыс. шт.	87,1	78,1	78,1	30,4	25,3	26,5	18,0	22,0	25,3
Чулочно-носочные изделия, млн пар	134	137	140	139	155	172	168	168	125,4
Кожа дубленая и выделанная, млн дм ²	520,2	461,0	499,3	519,4	502,0	494,6	444,5	430,7	82,8
Сумки женские и мужские, тыс. шт.	700	776	672	491	546	540	561	622	88,9
Обувь, млн пар	16,2	15,9	14,0	10,7	10,0	10,7	11,4	9,3	57,4

Источник: собственная разработка на основе [4].

Как видно из таблицы, в стране в 2019 году относительно 2012 года сокращение производства произошло практически по всем товарам легкой промышленности, за исключением ковров и ковровых изделий, брюк, комбинезонов, бридж, шорт и чулочно-носочных изделий. В 2,09 раза сократилось производство костюмов и комплектов, в 1,74 раза – производство обуви, в 1,6 раз –

производство пальто, плащей, курток, ветровок и аналогичных изделий, в 3,9 раза – производство предметов, аксессуаров одежды и прочих изделий из натурального меха, на 19 % – производство трикотажных изделий и на 9,8 % – производство тканей.

Такая ситуация обусловлена тем, что отечественные производители не выдерживают конкуренцию на внутреннем и внешних рынках со стороны зарубежных производителей по качественным и ценовым характеристикам. Опросы руководителей и специалистов организаций легкой промышленности показали, что отечественные производители сталкиваются с рядом сложностей, вызванных комплексом внутренних и внешних причин, таких как дефицит качественного сырья отечественного производства, высокая зависимость от импорта; существенное техническое и технологическое отставание от ведущих мировых производителей; неэффективный менеджмент и маркетинговая деятельность, колебания рыночной конъюнктуры и др.

1.2 Анализ производства, экспорта и импорта льняных тканей

По составу сырья и способам обработки выделяются следующие виды льняных тканей (российская классификация) [5]:

- льняные ткани, содержащие по массе 85 % или более льняных волокон неотбеленные или отбеленные;
- льняные ткани, содержащие по массе 85 % или более льняных волокон прочие;
- льняные ткани, содержащие по массе менее 85 % льняных волокон неотбеленные или отбеленные;
- льняные ткани, содержащие по массе менее 85 % льняных волокон прочие.

В зарубежных исследованиях льняные ткани классифицируют следующим образом: дамаст лен; обычное тканое льняное полотно; слаботканое льняное полотно; покрытие из льняной ткани [6, 7, 8].

По оценкам экспертов, лен составляет около 1–1,5 % всех текстильных волокон, потребляемых в мире [7, 9]. Из льняной ткани изготавливаются такие виды продукции, как одежда, столовые и кухонные принадлежности, полотенца и другие предметы для ванной, постельное белье и другие предметы для спальни, шторы, одеяла и подушки, др. Для производства одежды применяется гладкая и легкая льняная ткань, грубое и толстое льняное полотно в основном используется для изготовления полотенец, сумок и скатертей. В настоящее время более 70 % льняной ткани используется для производства одежды.

Преимущества льняной ткани:

- 1) со временем становится более мягкой;
- 2) прочнее в два-три раза, чем хлопчатобумажная ткань;
- 3) легко окрашивается и лучше сохраняет цвет по сравнению с хлопчатобумажной тканью (имеет лучшую впитывающую способность);

- 4) гладкость и отсутствие ворса;
- 5) пористость;
- 6) антибактериальные дезодорирующие свойства (льняное волокно имеет особый вкус, который может препятствовать размножению грибков);
- 7) прохладность на ощупь;
- 8) способность регулировать температуру человеческого тела на 3–5 градусов по Цельсию;
- 9) способность к поглощению ультрафиолетовых лучей, обладает УФ-эффектом.

Недостатки льняной ткани:

- 1) плохая эластичность;
- 2) склонность к появлению складок;
- 3) высокая цена (опасность со стороны тканей-заменителей, в частности хлопчатобумажных).

Лен выращивают во всех странах мира, но большая его часть (80–85 %) производится в Западной Европе. Самые большие посевы льна в Европе расположены вдоль широкой прибрежной полосы, простирающейся от юга Нормандии в Северной Франции через Бельгию и Нидерланды. Также такие страны, как Испания, Египет, Россия и Китай, являются крупными производителями льняной ткани.

Посевные площади льна в десяти европейских странах относительно стабильны, а годовой объем производства льна сохраняется на уровне около 250 000 тонн. Площадь пахотных земель и высокой уровень жизни в Европе способствуют тому, что посевы льна и производство льняного волокна и ткани в Европе не изменятся. В льняной промышленности задействовано 10 000 компаний в 14 странах Европейского Союза. Выращивание льна играет уникальную роль в агропромышленной отрасли. 80 % мирового производства трепанного льняного волокна поступает из Европы, и Франция является мировым лидером. По данным European Confederation of Flax and Hemp (CELC), около 0,5 % льна, выращиваемого в Европе, является органическим. Экологический тест Made-By для волокон дает неорганическому льну оценку «С», а органическому льну – высшую оценку «А».

Отрасль по переработке льна Китая развивается чрезвычайно высокими темпами. В 2008 году Китай вышел на первое место в мире по объему засеваемых площадей, производству льняного волокна, ткани и изделий текстильной промышленности [9].

Производство льна в Китае сильно колебалось в течение последних 10 лет. В 2015 и 2016 годах цены на лен и льняное волокно достигли самых низких значений за всю историю. Вследствие этого фермеры сократили посевные площади льна в пользу сои. Сокращение посева льна быстро истощило запасы льна, накопленные в предыдущие годы, это стало основной причиной непрерывного роста цен на лен в 2017 и 2018 годах (табл. 1.8).

Таблица 1.8 – Импортная цена 1 кг льняного волокна и экспортная цена 1 кг льняной пряжи в Китае по месяцам 2018–2019 гг.

Месяц	Импортная цена 1 кг льняного волокна		Экспортная цена 1 кг льняной пряжи	
	долл. США	темп роста, %	долл. США	темп роста, %
Март 2018 г.	2,33	–	7,98	–
Апрель 2018 г.	2,31	99,1	8,87	111,2
Май 2018 г.	2,53	109,5	9,11	102,7
Июнь 2018 г.	2,54	100,4	9,05	99,3
Июль 2018 г.	2,51	98,8	9,49	104,9
Август 2018 г.	2,67	106,4	9,28	97,8
Сентябрь 2018 г.	2,68	100,4	10,03	108,1
Октябрь 2018 г.	2,50	93,3	9,87	98,4
Ноябрь 2018 г.	2,76	110,4	10,13	102,6
Декабрь 2018 г.	2,75	99,6	9,82	96,9
Январь 2019 г.	3,03	110,2	9,72	99,0
Февраль 2019 г.	2,81	92,7	8,73	89,8
Март 2019 г.	3,18	113,2	9,84	112,7
Март 2019 г./Март 2018 г.	X	136,48	X	123,31

Источник: [10].

Как видно из таблицы 1.8, импортная цена 1 кг льняного волокна в Китае за год выросла на 36,48 % и в марте 2019 года составила 3,18 долл. США. Экспортная цена за 1 кг льняной пряжи за этот же период выросла на 23,31 % и в марте 2019 года составила 9,84 долл. США.

В настоящее время Китай способен покрыть своими силами не более 40 % реально существующих потребностей льняной промышленности страны. Строгий лимит доступных посевных площадей ограничивает работу сельхозпроизводителей. Недостаток собственного сырья компенсируется ввозом значительных объемов льноволокна и соответствующих тканей из-за рубежа.

Что касается льняного волокна и жгута объем их производства за 2020 год составил почти 875,50 тыс. тонн. Эксперты прогнозируют, что в период с 2021 по 2025 годы среднегодовой темп прироста этой продукции составит 3,0 %.

В таблице 1.9 представлены фактические и прогнозные объемы производства льняной ткани за 2016–2025 гг. в натуральном выражении.

Таблица 1.9 – Производство льняных тканей в мире за 2016–2025 гг.

Показатель	Фактические значения					Прогнозные значения				
	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Объем производства, тыс. т	73,1	78,8	91,7	90,9	72,0	73,8	76,0	78,8	82,0	85,7
Темп прироста, %	-	7,8	16,3	-0,9	-20,8	2,5	3,1	3,6	4,1	4,4

Источник: собственная разработка на основе [11].

Данные таблицы свидетельствуют, что в период 2016–2020 гг. объем производства льняной ткани находился в пределах 73,1–91,7 тыс. т. С 2016 года

по 2018 год включительно наблюдалось увеличение объемов производства льняной ткани в натуральном выражении. Причем темпы прироста были существенными. Так, относительно 2016 года в 2017 году объем производства льняной ткани увеличился на 7,8 %, а в 2018 году относительно 2017 года – на 16,3 % и составил максимальное за данный период значение – 91,7 тыс. т. В 2019 году произошло незначительное (на 0,9 %) снижение объемов производства льняной ткани, а в 2020 году, прежде всего, в результате негативного влияния пандемии объем производства сократился на 20,8 % и составил 72 тыс. т.

Несмотря на негативное влияние пандемии, по прогнозам экспертов, объем производства льняной ткани в период с 2021–2025 гг. будет иметь позитивную динамику со среднегодовым темпом прироста 3,5 %. При такой динамике показателя объем производства льняной ткани составит 85,7 тыс. т, что превысит значение показателя в 2017 году, но не достигнет уровня показателя 2018 года.

Основными региональными рынками льняной ткани являются: Северная Америка, Европа, Азиатско-Тихоокеанский регион, Латинская Америка, Ближний Восток и Африка. В таблице 1.10 представлены фактические и прогнозные объемы производства льняной ткани в странах-лидерах за 2016–2025 гг. в натуральном выражении.

Таблица 1.10 – Производство льняных тканей в странах-лидерах за 2016–2025 гг.

В тыс. т

Страна	Фактические значения					Прогнозные значения				
	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Беларусь	5,29	5,50	6,21	6,15	5,75	5,78	5,84	5,92	6,03	6,15
Бельгия	2,88	3,12	3,03	3,10	2,98	2,99	3,02	3,05	3,08	3,11
Великобритания	2,33	3,54	2,94	3,82	3,20	3,27	3,37	3,47	3,60	3,76
Германия	2,19	2,37	3,67	4,12	3,55	3,61	3,70	3,84	4,00	4,17
Гонконг	0,30	0,30	0,30	0,30	0,30	0,30	0,31	0,32	0,33	0,34
Индия	1,04	0,95	0,86	0,87	0,82	0,82	0,84	0,85	0,87	0,90
Испания	1,38	1,29	1,02	1,31	1,05	1,11	1,17	1,22	1,27	1,31
Италия	6,46	6,56	3,22	3,91	3,15	3,32	3,53	3,77	4,04	4,34
Китай	25,64	30,58	43,25	38,78	27,15	27,80	28,71	29,87	31,25	32,83
Литва	0,72	0,77	0,82	0,87	0,78	0,79	0,81	0,83	0,86	0,88
Нидерланды	2,63	2,06	1,88	3,03	2,02	2,16	2,31	2,49	2,68	2,90
Польша	0,74	0,88	0,76	0,75	0,70	0,71	0,72	0,73	0,74	0,76
Россия	6,39	6,67	6,72	7,54	6,26	6,37	6,50	6,68	6,90	7,13
США	0,76	0,77	0,78	0,79	0,77	0,77	0,78	0,78	0,79	0,79
Турция	0,79	0,79	0,80	0,80	0,79	0,79	0,79	0,80	0,80	0,81
Франция	8,44	7,76	10,33	9,35	7,68	7,96	8,27	8,63	9,04	9,51
Эстония	0,03	0,03	0,03	0,03	0,03	0,03	0,03	0,03	0,03	0,03
Прочие страны	5,10	4,90	5,09	5,33	5,01	5,16	5,32	5,50	5,72	5,96
ВСЕГО	73,12	78,83	91,71	90,85	71,98	73,75	76,00	78,77	82,02	85,67

Источник: собственная разработка на основе [11].

Исходя из информации, представленной в таблице 1.10, производство льняных тканей сосредоточено в 17 странах. В исследуемом периоде тройка лидеров-производителей представлена Китаем, Францией и Россией. Республика Беларусь по объему производства льняной ткани в натуральном выражении находится на 4 месте. Объем производства льняной ткани в стране за 2016–2020 гг. находился в диапазоне 5,29–6,21 тыс. т.

Динамика объемов производства льняной ткани в разрезе стран аналогична общемировой тенденции – рост с 2016 г. по 2018 г., снижение в 2019 году и резкое падение в 2020 году, вследствие негативного влияния пандемии.

Крупнейшими производителями льняной ткани являются: World Linen & Textile Company Inc, Grasim Industries Limited, China Linen Textile Industry Ltd, Ralph Lauren Corporation, Flax Company SARL, Northern Linen BV и Libeco NV и другие. Производители льняной ткани в России и Беларуси: ООО «ВЛК», ООО «Ярцевская фабрика», ООО «БЛК», ООО «Мануфактура Балина», ЗАО «Вышневолоцкий льнозавод», РУПТП «Оршанский льнокомбинат».

Ключевые игроки, работающие на рынке льняной пряжи: Power2SME, Private Limited, Huzhou Jinlongma, Haerbin Yanshou, Louët, Meriti Group, Kingdom, Yogi Yarns, STAR Group, NZ Group.

Крупнейшие компании, работающие на рынке льняной одежды: Marks & Spenser, MaxMara, Hugo Boss, China Linen Textile Industry Ltd. (CTXIF), Banana Republic, Peacock Alley, Ralph Lauren и H&M.

В таблице 1.11 представлена структура производства льняной ткани в разрезе стран-лидеров за 2016–2025 гг.

Таблица 1.11 – Структура производства льняных тканей в разрезе стран-лидеров за 2016–2025 гг.

В %

Страна	Фактические значения					Прогнозные значения				
	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Беларусь	7,2	7,0	6,8	6,8	8,0	7,8	7,7	7,5	7,4	7,2
Бельгия	3,9	4,0	3,3	3,4	4,1	4,1	4,0	3,9	3,8	3,6
Великобритания	3,2	4,5	3,2	4,2	4,4	4,4	4,4	4,4	4,4	4,4
Германия	3,0	3,0	4,0	4,5	4,9	4,9	4,9	4,9	4,9	4,9
Гонконг	0,4	0,4	0,3	0,3	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4
Индия	1,4	1,2	0,9	1,0	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	1,0
Испания	1,9	1,6	1,1	1,4	1,5	1,5	1,5	1,6	1,5	1,5
Италия	8,8	8,3	3,5	4,3	4,4	4,5	4,6	4,8	4,9	5,1
Китай	35,1	38,8	47,2	42,7	37,7	37,7	37,8	37,9	38,1	38,3
Литва	1,0	1,0	0,9	1,0	1,1	1,1	1,1	1,1	1,0	1,0
Нидерланды	3,6	2,6	2,0	3,3	2,8	2,9	3,0	3,2	3,3	3,4
Польша	1,0	1,1	0,8	0,8	1,0	1,0	0,9	0,9	0,9	0,9
Россия	8,7	8,5	7,3	8,3	8,7	8,6	8,6	8,5	8,4	8,3
США	1,0	1,0	0,8	0,9	1,1	1,0	1,0	1,0	1,0	0,9

Окончание таблицы 1.11

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Турция	1,1	1,0	0,9	0,9	1,1	1,1	1,0	1,0	1,0	0,9
Франция	11,5	9,8	11,3	10,3	10,7	10,8	10,9	11,0	11,0	11,1
Эстония	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Прочие страны	7,0	6,2	5,6	5,9	7,0	7,0	7,0	7,0	7,0	7,0
Всего	100,0									

Источник: собственная разработка на основе [11].

Анализ структуры производства льняной ткани подтверждает, что безусловным лидером в данной сфере является Китай. В 2018 году его доля достигла наибольшего значения 47,2 %, а в 2020 году показатель составил 37,7 %. По прогнозным оценкам доля Китая в производстве льняной ткани в период с 2021 по 2025 гг. сохранится на уровне 38 %. Стоит отметить, что Китай не полностью покрывает собственные потребности в льняных волокнах, недостаток собственного сырья компенсируется ввозом значительных объемов льноволокна из-за рубежа.

В Китае сосредоточено большое количество фабрик по производству льняных тканей, среди которых: Xinshen Group Co Ltd, Suzhou Hongyang Textile Co Ltd, Jiangxi East Textile Co Ltd, Shandong Hongye Textile Group Co Ltd, Huzhou Golden Dragon Horse linen Co Ltd, Beijing hemp century popular fabric R & D Co Ltd, Harbin Linen Group Co Ltd и другие. Льняные ткани из Китая пользуются спросом не только на внутреннем, но и на внешних рынках, так как зачастую отличаются невысокой ценой по сравнению с аналогами из других стран, а также имеют достаточно широкий спектр потребительских качеств и расцветок. Китайские производители экспортируют льняные ткани во многие страны мира и сотрудничают с такими международными брендами, как Zara, H&M, C&A, Uniqlo и многими другими.

На втором месте по производству льняных тканей в мире находится Франция, доля страны в 2016–2020 гг. составляла в среднем 10,7 % от мирового показателя. В 2025 году доля Франции в производстве льняной ткани повысится до 11,1 %. Тройку лидеров замыкает Россия, чья доля в совокупном производстве льняных тканей в мире за 2016–2020 гг. колебалась от 7,3 % до 8,7 %. По прогнозу BusinessStat в 2025 году доля России составит 8,3 %. Беларусь среди производителей льняной ткани занимает четвертое место, фактическая доля страны в мировом производстве за 2016–2020 г. находилась в диапазоне от 6,8 % до 8 % и к 2025 году сохранится на уровне 7,2 %.

Проведем анализ мирового импорта льняных тканей в натуральном и стоимостном выражении, в том числе в разрезе стран. Следует отметить, что на мировом рынке льняных тканей существует диспропорция между объемами экспорта и импорта, которая обусловлена рядом факторов: недостатками учета внешнеторговых операций, связанными с реэкспортом и реимпортом продукции; наличием временного лага между отправкой и получением товара, что приводит к вхождению одной партии товара в различные временные периоды

учета; теневыми таможенными операциями, объемы которых не учитываются международными и национальными статистическими службами.

В таблице 1.12 представлен мировой объем импорта льняных тканей в натуральном и стоимостном выражении за 2016–2025 годы.

Таблица 1.12 – Мировой объем импорта льняных тканей за 2016–2025 гг.

Показатель	Фактические значения					Прогнозные значения				
	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Объем импорта, тыс. т	49,0	55,0	72,0	66,0	47,4	49,2	51,3	53,6	56,1	58,8
Темп прироста, %	-	12,2	31,0	-8,3	-28,2	4,0	4,2	4,4	4,7	4,8
Объем импорта, млн долл.	926,2	921,4	1201,3	1173,7	877,3	928,9	988,3	1056,9	1133,8	1220
Темп прироста, %	-	-0,5	30,4	-2,3	-25,3	5,9	6,4	13,8	14,7	15,4

Источник: собственная разработка на основе [11].

Данные таблицы 1.12 свидетельствуют о том, что объем импорта льняной ткани в натуральном выражении с 2016 по 2018 годы увеличивался. Так, в 2017 году относительно 2016 года показатель вырос на 6 тыс. т или 12,2 % и составил 55 тыс. т, в 2018 году объем импорта достиг своего максимального значения и составил 72 тыс. т, что на 17 тыс. т или 31 % больше, чем в 2017 году. Начиная с 2019 года наблюдается снижение объема импорта льняной ткани: в 2019 году на 6 тыс. т или 8,3 %, а в 2020 году, вследствие пандемии, – на 18,6 тыс. т или 28,2 %.

Следует отметить, что динамика объемов импорта льняной ткани в стоимостном выражении практически повторяет изменение показателя в натуральном выражении за исключением 2017 года. Если в 2017 году импорт ткани в натуральном измерении вырос на 12,2 %, то в стоимостном выражении напротив сократился на 0,5 %, что обусловлено снижением мировых цен на льняную ткань. Так, максимальное значение импорт льняной ткани достиг в 2018 году и составил 1201,3 млн долл., в 2019 году показатель снизился на 2,3 %. В 2020 году значительное уменьшение объема импорта льняной ткани на 296,4 млн долл. или на 25,3 % произошло в результате негативного влияния пандемии, показатель достиг своего минимального значения – 877,3 млн долл.

По прогнозным оценкам BusinesStat в 2021–2025 гг. положительная динамика объема импорта льняной ткани восстановится: ежегодный прирост импорта в натуральном выражении в среднем будет составлять 4,4 %, а в стоимостном – более 11 %.

В таблицах 1.13 и 1.14 представлены объемы импорта льняных тканей в натуральном и стоимостном выражении по странам-лидерам и их доли в мировом импорте за 2016–2025 гг.

Анализ показал, что в исследуемом периоде основными импортерами льняной ткани в мире являются: США, Южная Корея, Италия, Афганистан, Вьетнам, Гонконг и Индонезия. При этом объемы импорта ткани по странам колеблются.

Таблица 1.13 – Объемы импорта льняных тканей по странам-лидерам в натуральном выражении и их доли за 2016–2025 гг.

Страна	Объем импорта, тыс. т										Доля страны в мировом импорте, %									
	Фактические значения					Прогнозные значения					Фактические значения					Прогнозные значения				
	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Афганистан	2,27	5,71	7,11	5,72	5,74	5,86	5,98	6,19	6,44	6,72	4,6	10,4	9,9	8,7	12,1	11,9	11,7	11,6	11,5	11,4
Беларусь	0,16	0,14	0,15	0,16	0,13	0,13	0,14	0,14	0,14	0,15	0,3	0,2	0,2	0,2	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,2
Бельгия	1,10	0,91	0,85	0,67	0,69	0,71	0,73	0,74	0,75	0,76	2,2	1,7	1,2	1,0	1,5	1,4	1,4	1,4	1,3	1,3
Бразилия	0,42	0,80	2,15	1,33	0,92	0,96	1,00	1,04	1,07	1,10	0,9	1,5	3,0	2,0	1,9	2,0	2,0	1,9	1,9	1,9
Великобритания	1,60	1,43	1,73	1,44	0,99	1,03	1,07	1,10	1,13	1,17	3,3	2,6	2,4	2,2	2,1	2,1	2,1	2,1	2,0	2,0
Вьетнам	3,39	2,94	2,85	3,18	2,02	2,11	2,23	2,38	2,56	2,76	6,9	5,3	4,0	4,8	4,3	4,3	4,3	4,4	4,6	4,7
Германия	0,99	0,84	0,88	0,95	0,87	0,89	0,92	0,93	0,94	0,95	2,0	1,5	1,2	1,4	1,8	1,8	1,8	1,7	1,7	1,6
Гонконг	2,71	2,31	2,75	2,58	2,12	2,19	2,25	2,29	2,32	2,33	5,5	4,2	3,8	3,9	4,5	4,5	4,4	4,3	4,1	4,0
Греция	0,21	0,42	1,07	0,72	0,61	0,62	0,64	0,66	0,69	0,72	0,4	0,8	1,5	1,1	1,3	1,3	1,3	1,2	1,2	1,2
Индия	0,76	0,92	0,95	1,50	0,99	1,01	1,04	1,08	1,12	1,17	1,6	1,7	1,3	2,3	2,1	2,1	2,0	2,0	2,0	2,0
Индонезия	0,38	0,56	1,76	3,44	1,77	1,83	1,87	1,91	1,95	1,98	0,8	1,0	2,4	5,2	3,7	3,7	3,6	3,6	3,5	3,4
Испания	0,95	1,14	2,87	2,87	2,18	2,26	2,33	2,39	2,42	2,45	1,9	2,1	4,0	4,3	4,6	4,6	4,5	4,5	4,3	4,2
Италия	4,11	4,92	5,62	6,43	2,82	3,12	3,38	3,61	3,81	3,98	8,4	8,9	7,8	9,7	5,9	6,3	6,6	6,7	6,8	6,8
Китай	1,45	1,55	1,51	1,35	0,92	0,94	0,97	1,01	1,05	1,10	3,0	2,8	2,1	2,0	1,9	1,9	1,9	1,9	1,9	1,9
Литва	1,17	1,35	1,63	1,72	1,72	1,78	1,82	1,86	1,90	1,91	2,4	2,5	2,3	2,6	3,6	3,6	3,5	3,5	3,4	3,2
Нидерланды	2,32	2,54	3,59	2,50	1,52	1,62	1,73	1,82	1,91	2,01	4,7	4,6	5,0	3,8	3,2	3,3	3,4	3,4	3,4	3,4
Польша	0,33	0,35	0,58	0,46	0,27	0,29	0,32	0,35	0,40	0,44	0,7	0,6	0,8	0,7	0,6	0,6	0,6	0,7	0,7	0,8
Португалия	0,48	0,60	1,44	1,21	0,97	0,99	1,03	1,07	1,12	1,18	1,0	1,1	2,0	1,8	2,1	2,0	2,0	2,0	2,0	2,0
Россия	0,23	0,42	0,47	0,58	0,66	0,69	0,70	0,72	0,72	0,73	0,5	0,8	0,7	0,9	1,4	1,4	1,4	1,3	1,3	1,2
США	5,26	4,67	4,92	4,42	2,99	3,11	3,27	3,50	3,77	4,08	10,7	8,5	6,8	6,7	6,3	6,3	6,4	6,5	6,7	6,9
Турция	0,97	1,07	2,12	1,95	1,42	1,48	1,55	1,65	1,76	1,89	2,0	1,9	2,9	3,0	3,0	3,0	3,0	3,1	3,1	3,2
Франция	1,20	1,11	1,29	1,13	0,47	0,50	0,52	0,55	0,57	0,58	2,4	2,0	1,8	1,7	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0
Эстония	0,52	0,52	0,49	0,59	0,62	0,65	0,67	0,69	0,70	0,71	1,1	0,9	0,7	0,9	1,3	1,3	1,3	1,3	1,2	1,2
Южная Корея	3,99	4,82	6,54	6,34	3,46	3,72	4,04	4,44	4,91	5,45	8,1	8,8	9,1	9,6	7,3	7,5	7,9	8,3	8,7	9,3
Япония	1,41	1,36	1,32	1,34	1,11	1,14	1,16	1,20	1,23	1,27	2,9	2,5	1,8	2,0	2,3	2,3	2,3	2,2	2,2	2,2
Прочие страны	10,60	11,58	15,34	11,41	9,39	9,61	9,91	10,25	10,71	11,21	21,6	21,1	21,3	17,3	19,8	19,5	19,3	19,1	19,1	19,1
ВСЕГО	48,97	54,97	71,99	65,99	47,36	49,24	51,29	53,57	56,09	58,80	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Источник: собственная разработка на основе [11].

Таблица 1.14 – Объемы импорта льняных тканей по странам-лидерам в стоимостном выражении и их доли за 2016–2025 гг.

Страна	Объем импорта, млн долл.										Доля страны в мировом импорте, %									
	Фактические значения					Прогнозные значения					Фактические значения					Прогнозные значения				
	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Афганистан	94,2	120,7	200,0	115,1	145,6	149,4	153,9	161,4	170,0	179,6	10,2	13,1	16,7	9,8	16,6	16,1	15,6	15,3	15,0	14,7
Беларусь	1,2	0,9	1,1	1,1	1,3	1,3	1,4	1,4	1,5	1,6	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
Бельгия	18,6	14,6	14,3	11,5	9,7	10,0	10,5	10,9	11,4	12,1	2,0	1,6	1,2	1,0	1,1	1,1	1,1	1,0	1,0	1,0
Бразилия	4,5	6,9	16,0	11,5	8,4	9,2	9,9	10,6	11,2	11,8	0,5	0,7	1,3	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0
Велико-британия	42,1	36,6	42,8	37,0	30,4	31,9	33,4	34,9	36,3	37,8	4,6	4,0	3,6	3,2	3,5	3,4	3,4	3,3	3,2	3,1
Вьетнам	92,2	74,5	92,7	108,0	47,7	51,0	55,4	61,1	68,1	76,7	10,0	8,1	7,7	9,2	5,4	5,5	5,6	5,8	6,0	6,3
Германия	27,2	26,1	28,2	29,1	24,0	25,0	26,2	27,4	28,9	30,7	2,9	2,8	2,3	2,5	2,7	2,7	2,7	2,6	2,6	2,5
Гонконг	38,6	31,5	34,5	30,5	20,1	21,3	22,7	24,1	25,7	27,5	4,2	3,4	2,9	2,6	2,3	2,3	2,3	2,3	2,3	2,3
Греция	2,4	2,6	4,2	5,7	4,7	4,9	5,1	5,5	6,0	6,6	0,3	0,3	0,3	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5
Индия	21,6	21,5	25,9	36,8	28,0	28,9	29,9	31,4	33,0	34,9	2,3	2,3	2,2	3,1	3,2	3,1	3,0	3,0	2,9	2,9
Индонезия	8,4	9,7	26,8	51,5	22,7	23,6	24,6	25,5	26,6	27,7	0,9	1,1	2,2	4,4	2,6	2,5	2,5	2,4	2,3	2,3
Испания	16,4	16,1	37,3	47,4	36,3	38,4	40,5	42,6	44,5	46,3	1,8	1,7	3,1	4,0	4,1	4,1	4,1	4,0	3,9	3,8
Италия	56,2	65,4	80,6	111,6	47,5	53,2	58,8	64,1	69,3	74,3	6,1	7,1	6,7	9,5	5,4	5,7	5,9	6,1	6,1	6,1
Китай	42,3	40,4	42,0	35,5	26,4	27,3	28,4	29,9	31,8	33,8	4,6	4,4	3,5	3,0	3,0	2,9	2,9	2,8	2,8	2,8
Литва	12,5	14,9	18,7	21,5	21,8	23,0	24,1	25,3	26,7	28,0	1,3	1,6	1,6	1,8	2,5	2,5	2,4	2,4	2,4	2,3
Нидерланды	21,9	21,4	30,1	28,0	17,6	19,3	21,1	22,8	24,5	26,3	2,4	2,3	2,5	2,4	2,0	2,1	2,1	2,2	2,2	2,2
Польша	6,5	7,8	9,1	6,4	4,2	4,5	5,0	5,6	6,4	7,3	0,7	0,8	0,8	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,6	0,6
Португалия	9,9	12,0	25,9	26,2	20,7	21,4	22,3	23,5	25,1	26,8	1,1	1,3	2,2	2,2	2,4	2,3	2,3	2,2	2,2	2,2
Россия	2,6	4,0	5,3	6,8	7,3	7,6	7,9	8,1	8,4	8,6	0,3	0,4	0,4	0,6	0,8	0,8	0,8	0,8	0,7	0,7
США	112,1	105,8	118,9	110,0	93,5	97,6	103,7	112,2	122,5	135,4	12,1	11,5	9,9	9,4	10,7	10,5	10,5	10,6	10,8	11,1
Турция	19,0	20,5	34,2	34,5	26,7	28,0	29,7	31,8	34,4	37,4	2,0	2,2	2,9	2,9	3,0	3,0	3,0	3,0	3,0	3,1
Франция	26,8	26,5	29,1	26,5	11,1	11,9	12,7	13,5	14,3	15,0	2,9	2,9	2,4	2,3	1,3	1,3	1,3	1,3	1,3	1,2
Эстония	4,6	5,1	4,9	5,5	6,6	7,0	7,3	7,6	7,8	8,1	0,5	0,5	0,4	0,5	0,8	0,8	0,7	0,7	0,7	0,7
Южная Корея	33,4	35,5	57,6	46,1	28,6	30,8	33,8	37,6	42,1	47,6	3,6	3,9	4,8	3,9	3,3	3,3	3,4	3,6	3,7	3,9
Япония	27,9	26,9	29,8	29,8	22,0	23,3	24,9	26,9	28,6	30,7	3,0	2,9	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5
Прочие страны	183,0	173,4	191,2	199,8	164,4	179,1	195,2	211,1	228,8	247,4	19,8	18,8	15,9	17,0	18,7	19,3	19,7	20,0	20,2	20,3
ВСЕГО	926,2	921,4	1201,3	1173,7	877,3	928,9	988,3	1056,9	1133,8	1220,0	100,00	100,00	100,00	100,00	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Источник: собственная разработка на основе [11].

В 2019 году в тройку лидеров-импортеров льняной ткани в натуральном выражении вошли: Италия (9,7 %), Южная Корея (9,6 %) и Афганистан (8,7 %). Значительный объем мирового импорта приходился на США (6,7 %), Индонезию (5,2 %) и Вьетнам (4,8 %). В 2020 году ситуация несколько изменилась, тройка лидеров-импортеров представлена: Афганистан (12,1 %), Южная Корея (7,3 %) и США (6,3 %). Значительный объем ткани в 2020 году импортировали такие страны, как Италия (5,9 %), Гонконг (4,5 %) и Вьетнам (4,3 %).

В 2019 году в стоимостном выражении наибольший объем импорта льняной ткани приходился на Афганистан (115,1 млн долл.), Италию (111,6 млн долл.), США (110 млн долл.) и Вьетнам (108 млн долл.). В 2020 году по странам-лидерам произошло существенное сокращение объемов импорта ткани, за исключением Афганистана, где импорт вырос на 30,5 млн долл. и составил 145,6 млн долл. Таким образом, в 2020 году странами-лидерами являются Афганистан (145,6 млн долл.), США (93,5 млн долл.), Вьетнам (47,7 млн долл.) и Италия (47,5 млн долл.).

Следует отметить, что большая доля импорта Индонезии и Вьетнама связана с оказанием услуг по пошиву одежды. Афганистан, по данным Статистического отдела ООН, является самым крупным покупателем льняных тканей из Китая. В Афганистане расположено большое количество швейных фабрик, однако в стране отсутствуют заводы по переработке растительных волокон, поэтому производители текстильной продукции вынуждены закупать ткани в других странах. По оценкам BusinesStat, в 2021–2025 гг. страны-лидеры по импорту льняных тканей в натуральном выражении в мире останутся прежними. В 2025 году доля Афганистана составит 11,4 % от общемирового импорта, Южной Кореи – 9,3 %, США – 6,9 %. По стоимостному показателю импорта странами-лидерами будут являться: Афганистан (14,7 %), США (11,1 %), Вьетнам (6,3 %) и Италия (6,1 %).

Проведем анализ экспорта льняных тканей в натуральном и стоимостном выражении, в том числе в разрезе стран. В таблице 1.15 представлен мировой объем экспорта льняных тканей в натуральном и стоимостном выражении за 2016–2025 годы.

Таблица 1.15 – Мировой объем экспорта льняных тканей за 2016–2025 гг.

Показатель	Фактические значения					Прогнозные значения				
	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Объем экспорта, тыс. т	47,1	55,0	72,6	66,5	47,4	49,2	51,3	53,6	56,1	58,8
Темп прироста, %	-	16,9	32,1	-8,4	-28,8	3,9	4,2	4,5	4,7	4,8
Объем экспорта млн долл.	914,7	919,3	1175,7	1208,9	873,6	928,9	988,2	1057,0	1133,7	1219,9
Темп прироста, %	-	0,5	27,9	2,8	-27,7	6,3	6,4	7,0	7,3	7,6

Источник: собственная разработка на основе [11].

В мире экспорт льняных тканей рос в период с 2016 по 2018 гг. на 16,9–32,1 % в год. В 2019 и 2020 гг. экспорт снижался, при этом в 2020 г. снижение было наиболее существенным, что стало следствием мирового кризиса

на фоне пандемии коронавируса.

В 2021–2025 гг. прогнозируется, что рост экспорта восстановится, при этом ежегодный прирост составит 3,9–4,8 %, и к 2025 году мировой объем экспорта льняной ткани составит до 58,8 тыс. т. По отношению к 2020 году в 2025 году объем экспорта вырастет на 24,1 %, однако останется ниже уровня докризисного 2019 года.

В 2020 г. экспортная выручка льняных тканей в мире составила 873,6 млн долл., что уступает уровню 2016 г. на 4,5 %. При этом объем экспорта рос на протяжении 2016–2019 гг. на 0,5–27,9 % в год. В 2020 году вследствие резкого сокращения поставок в натуральном выражении на 28,8 % выручка от экспорта льняных тканей снизилась на 27,7 %. В 2020 г. стоимостный объем экспорта льняных тканей достиг 895,6 млн долларов США. По оценкам BusinesStat, в 2021–2025 гг. объем экспорта льняных тканей в мире будет ежегодно расти на 6,3–7,6 % и в 2025 году достигнет 1219,9 млн долл.

В таблицах 1.16 и 1.17 представлены объемы экспорта льняных тканей в натуральном и стоимостном выражении по странам-лидерам и их доли в мировом экспорте за 2016–2025 гг.

Крупнейшим экспортером льняных тканей в мире является Китай, на долю которого ежегодно приходилось более 50 % всего экспорта в 2016–2020 гг. Китай является бесспорным лидером по производству льняных тканей, обеспечивая нужды собственной страны и активно экспортируя продукцию за рубеж.

Однако данные таблицы 1.14 свидетельствуют о том, что начиная с 2019 года объемы экспорта в натуральном выражении Китая существенно уменьшаются. Это обусловлено сокращением посевных площадей, ростом стоимости рабочей силы, повышением логистических затрат, торговой войной с США, в результате которой заказы перенаправляются в другие страны Юго-Восточной Азии (Вьетнам, Индонезию, Индию, Бангладеш). В 2020 году тройку лидеров экспорта льняной ткани в натуральном выражении образовали Китай (52,7 %), Беларусь (7,1 %) и Италия (6,3 %). Существенна доля экспорта у Бельгии (4,6 %) и Испании (3,7 %).

По стоимостному экспорту льняных тканей в мире, как и по натуральному показателю, лидирует Китай. На долю страны в 2016–2020 гг. приходилось в среднем 37,3 % от мирового экспорта. Однако если по натуральному объему экспортных поставок Китай является безусловным лидером, сильно опережая другие страны, то по выручке его превосходство является не столь существенным. Так, на втором месте по стоимостному экспорту льняных тканей в мире находится Италия, на долю которой в 2016–2020 гг. в среднем приходилось 15,5 % от мирового экспорта. Это обусловлено тем, что Италия экспортирует льняную ткань очень высокого качества, цена которой значительно выше. Тройку лидеров по стоимостному показателю экспорта замыкает Бельгия, в 2020 году доля этой страны составила 7,2 % в мировом экспорте. Следует отметить, что Бельгия также экспортирует ткань очень высокого качества. Далее по экспортной выручке следуют Беларусь (4,5 %), Испания (4,3 %) и Великобритания (4,3 %).

Таблица 1.16 – Объемы экспорта льняных тканей по странам-лидерам в натуральном выражении и их доли за 2016–2025 гг.

Страна	Объем экспорта тыс. т										Доля страны в мировом экспорте, %									
	Фактические значения					Прогнозные значения					Фактические значения					Прогнозные значения				
	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Афганистан	-	-	0,08	0,01	-	-	-	-	-	-	-	-	0,1	0,0	-	-	-	-	-	-
Беларусь	3,32	3,04	4,24	3,95	3,37	3,56	3,71	3,84	3,97	4,07	7,1	5,5	5,8	5,9	7,1	7,2	7,2	7,2	7,1	6,9
Бельгия	2,45	2,72	2,59	2,29	2,17	2,19	2,21	2,25	2,30	2,35	5,2	5,0	3,6	3,4	4,6	4,4	4,3	4,2	4,1	4,0
Бразилия	0,11	0,10	0,08	0,07	0,09	0,10	0,11	0,12	0,13	0,14	0,2	0,2	0,1	0,1	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2
Великобритания	1,22	1,25	1,33	1,19	0,74	0,79	0,83	0,87	0,91	0,95	2,6	2,3	1,8	1,8	1,6	1,6	1,6	1,6	1,6	1,6
Вьетнам	0,05	0,04	0,03	0,07	0,02	0,03	0,03	0,03	0,04	0,04	0,1	0,1	0,0	0,1	0,0	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
Германия	0,73	0,65	0,64	0,70	0,61	0,65	0,69	0,72	0,75	0,78	1,6	1,2	0,9	1,0	1,3	1,3	1,3	1,3	1,3	1,3
Гонконг	1,81	1,85	2,58	1,53	0,79	0,87	0,95	1,03	1,11	1,19	3,8	3,4	3,6	2,3	1,7	1,8	1,8	1,9	2,0	2,0
Греция	0,02	0,31	0,83	0,49	0,47	0,47	0,48	0,49	0,50	0,52	0,0	0,6	1,1	0,7	1,0	1,0	0,9	0,9	0,9	0,9
Индия	1,60	1,15	1,35	1,45	0,97	0,99	1,02	1,07	1,12	1,19	3,4	2,1	1,9	2,2	2,0	2,0	2,0	2,0	2,0	2,0
Индонезия	0,01	0,00	0,01	0,02	0,00	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Испания	1,27	1,19	2,43	3,17	1,77	1,92	2,07	2,21	2,36	2,50	2,7	2,2	3,3	4,8	3,7	3,9	4,0	4,1	4,2	4,3
Италия	3,72	3,45	3,72	3,98	2,97	3,19	3,38	3,56	3,75	3,92	7,9	6,3	5,1	6,0	6,3	6,5	6,6	6,6	6,7	6,7
Китай	20,93	28,34	41,21	36,73	24,99	25,64	26,53	27,70	29,06	30,63	44,5	51,5	56,7	55,2	52,7	52,1	51,7	51,7	51,8	52,1
Литва	0,78	0,91	1,30	1,25	0,91	0,92	0,94	0,96	0,99	1,05	1,7	1,7	1,8	1,9	1,9	1,9	1,8	1,8	1,8	1,8
Нидерланды	1,15	1,32	1,16	0,98	1,06	1,13	1,18	1,21	1,23	1,25	2,5	2,4	1,6	1,5	2,2	2,3	2,3	2,3	2,2	2,1
Польша	0,40	0,43	0,47	0,50	0,48	0,48	0,49	0,50	0,52	0,54	0,9	0,8	0,7	0,7	1,0	1,0	1,0	0,9	0,9	0,9
Португалия	0,11	0,12	0,18	0,20	0,21	0,22	0,23	0,24	0,25	0,26	0,2	0,2	0,3	0,3	0,4	0,4	0,5	0,5	0,5	0,4
Россия	1,74	1,36	1,46	1,28	0,73	0,84	0,96	1,07	1,18	1,29	3,7	2,5	2,0	1,9	1,5	1,7	1,9	2,0	2,1	2,2
США	0,42	0,38	0,33	0,30	0,24	0,25	0,25	0,26	0,27	0,28	0,9	0,7	0,4	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5
Турция	0,96	1,03	1,45	1,47	1,24	1,25	1,28	1,32	1,36	1,42	2,0	1,9	2,0	2,2	2,6	2,5	2,5	2,5	2,4	2,4
Франция	0,76	0,74	1,00	1,37	0,81	0,93	1,04	1,14	1,22	1,29	1,6	1,3	1,4	2,1	1,7	1,9	2,0	2,1	2,2	2,2
Эстония	0,44	0,43	0,41	0,50	0,56	0,59	0,62	0,63	0,64	0,65	0,9	0,8	0,6	0,8	1,2	1,2	1,2	1,2	1,1	1,1
Южная Корея	0,54	0,44	0,51	0,53	0,42	0,43	0,44	0,46	0,48	0,50	1,1	0,8	0,7	0,8	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9
Япония	0,29	0,24	0,27	0,25	0,19	0,20	0,20	0,21	0,22	0,23	0,6	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4
Прочие страны	2,24	3,50	2,98	2,24	1,60	1,62	1,64	1,67	1,71	1,76	4,8	6,4	4,1	3,4	3,4	3,3	3,2	3,1	3,0	3,0
ВСЕГО	47,06	55,00	72,65	66,52	47,39	49,24	51,29	53,57	56,09	58,80	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Источник: собственная разработка на основе [5].

Таблица 1.17 – Объемы экспорта льняных тканей по странам-лидерам в стоимостном выражении и их доли за 2016–2025 гг.

Страна	Объем экспорта млн долл.										Доля страны в мировом экспорте, %									
	Фактические значения					Прогнозные значения					Фактические значения					Прогнозные значения				
	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Афганистан	-	-	0,0	0,3	-	-	-	-	-	-	-	-	0,0	0,0	-	-	-	-	-	-
Беларусь	32,4	30,7	45,5	45,9	39,1	41,5	43,6	45,6	47,7	49,6	3,5	3,3	3,9	3,8	4,5	4,5	4,4	4,3	4,2	4,1
Бельгия	59,7	62,7	63,9	62,3	63,3	64,1	65,6	67,4	69,9	72,8	6,5	6,8	5,4	5,2	7,2	6,9	6,6	6,4	6,2	6,0
Бразилия	1,8	1,7	1,4	1,3	1,3	1,5	1,7	1,9	2,2	2,4	0,2	0,2	0,1	0,1	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2
Великобритания	48,9	45,9	51,7	51,3	38,0	40,5	43,1	45,5	48,0	50,5	5,3	5,0	4,4	4,2	4,3	4,4	4,4	4,3	4,2	4,1
Вьетнам	2,0	1,3	1,0	2,2	0,9	1,1	1,2	1,4	1,5	1,6	0,2	0,1	0,1	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
Германия	27,2	26,2	28,1	28,8	24,0	25,7	27,5	29,2	30,9	32,6	3,0	2,8	2,4	2,4	2,8	2,8	2,8	2,8	2,7	2,7
Гонконг	33,0	30,7	38,7	25,0	13,7	15,2	16,8	18,5	20,2	21,9	3,6	3,3	3,3	2,1	1,6	1,6	1,7	1,7	1,8	1,8
Греция	0,5	0,5	1,8	1,7	1,8	1,8	1,8	1,9	2,0	2,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2
Индия	38,6	44,3	45,7	48,2	34,1	36,8	39,7	43,0	46,8	50,9	4,2	4,8	3,9	4,0	3,9	4,0	4,0	4,1	4,1	4,2
Индонезия	0,2	0,1	0,2	0,3	0,0	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Испания	23,5	22,2	43,7	63,4	37,7	42,2	46,7	51,1	55,5	59,9	2,6	2,4	3,7	5,2	4,3	4,5	4,7	4,8	4,9	4,9
Италия	156,3	152,6	173,0	172,2	131,5	144,3	156,0	166,9	178,2	189,0	17,1	16,6	14,7	14,2	15,1	15,5	15,8	15,8	15,7	15,5
Китай	314,4	325,8	473,3	493,6	311,1	325,1	343,2	369,7	402,2	442,9	34,4	35,4	40,3	40,8	35,6	35,0	34,7	35,0	35,5	36,3
Литва	14,4	17,3	23,1	23,2	19,8	20,2	20,7	21,5	22,5	24,0	1,6	1,9	2,0	1,9	2,3	2,2	2,1	2,0	2,0	2,0
Нидерланды	20,2	22,8	22,2	19,7	18,0	19,8	21,2	22,1	22,9	23,5	2,2	2,5	1,9	1,6	2,1	2,1	2,1	2,1	2,0	1,9
Польша	4,7	4,6	5,8	6,4	6,4	6,5	6,7	6,9	7,2	7,6	0,5	0,5	0,5	0,5	0,7	0,7	0,7	0,7	0,6	0,6
Португалия	3,1	3,8	5,4	5,5	6,0	6,5	7,1	7,5	8,0	8,4	0,3	0,4	0,5	0,5	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7
Россия	7,7	6,9	7,4	7,3	4,5	5,1	5,9	6,6	7,4	8,2	0,8	0,7	0,6	0,6	0,5	0,6	0,6	0,6	0,7	0,7
США	8,3	6,7	6,1	5,5	4,0	4,1	4,2	4,4	4,6	4,8	0,9	0,7	0,5	0,5	0,5	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4
Турция	22,3	23,1	32,8	33,8	28,4	28,8	29,7	30,9	32,4	34,3	2,4	2,5	2,8	2,8	3,3	3,1	3,0	2,9	2,9	2,8
Франция	23,1	22,1	29,6	30,2	27,1	31,5	35,4	39,3	42,5	45,4	2,5	2,4	2,5	2,5	3,1	3,4	3,6	3,7	3,8	3,7
Эстония	4,5	4,5	4,5	5,2	7,1	7,5	7,9	8,2	8,5	8,7	0,5	0,5	0,4	0,4	0,8	0,8	0,8	0,8	0,7	0,7
Южная Корея	11,0	8,6	10,4	11,9	3,0	4,4	5,7	6,9	7,9	8,9	1,2	0,9	0,9	1,0	0,3	0,5	0,6	0,7	0,7	0,7
Япония	12,8	10,6	11,9	11,1	8,8	9,3	9,8	10,4	11,0	11,7	1,4	1,2	1,0	0,9	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0
Прочие страны	44,3	43,8	48,7	52,3	43,8	45,1	47,0	50,0	53,6	57,9	4,8	4,8	4,1	4,3	5,0	4,9	4,8	4,7	4,7	4,7
ВСЕГО	914,7	919,3	1175,7	1208,9	873,6	928,9	988,2	1057,0	1133,7	1219,9	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Источник: собственная разработка на основе [5].

Таким образом, доля экспорта льняной ткани Беларуси в стоимостном выражении в 1,73 раза меньше, чем в натуральном выражении. Это обусловлено более низким качеством готовой продукции по сравнению с основными конкурентами. Анализ показал, что РУПТП «Оршанский льнокомбинат» (единственный производитель льняной ткани в стране) испытывает постоянную нехватку сырья высокого качества, а также вынужден осуществлять его импорт. Несмотря на то, что льняная подотрасль одна из немногих подотраслей легкой промышленности, имеющих отечественную сырьевую базу для производства продукции.

Рассмотрим более подробно сложившуюся ситуацию. Льнотреста, выращенная сельскохозяйственными предприятиями, перерабатывается на 41 льнозаводе, но РУПТП «Оршанский льнокомбинат» испытывает систематический дефицит в льноволокне высоких номеров от № 12 и выше, именно из данного льноволокна изготавливается ткань для одежды. Причем из года в год ситуация усугубляется, если в 2015 году в структуре поставок отечественного льноволокна около 70 % приходилось на волокно № 11, на волокно № 12 – 23 %, а волокно № 13 и выше занимало 2 %. То, начиная с 2016 года в структуре поставок отечественного волокна, доля длинных волокон постоянно снижается. Так, в 2019 году доля волокна № 11 уже составляла 42,2 %, доля волокна № 12 – 7 %, а волокна № 13 и выше не поставлялись. Таким образом, средневзвешенный номер льноволокна, поступившего на РУПТП «Оршанский льнокомбинат», снизился с 11,22 в 2015 году до 10,54 в 2019 году.

Причина такого положения дел состоит в том, что льнозаводы экономически не заинтересованы осуществлять поставки льноволокна на льнокомбинат по закупочным ценам, установленным государством. Для поддержания своего финансового положения часть произведенного волокна они поставляют на экспорт по более привлекательным ценам. В настоящее время основным нормативным документом, регламентирующим формирование цен на продукцию льнопроизводства, является Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 29 сентября 2007 г. № 1233 «Об особенностях ценообразования на продукцию льноводства» (с изменениями и дополнениями). В соответствии с ним установлен предельный уровень (норматив) рентабельности при формировании закупочных цен на льняную тресту в размере до 30 %, льняное волокно – до 15 % к себестоимости. Отдельными постановлениями Министерства сельского хозяйства и продовольствия Республики Беларусь может удешевляться стоимость льняного волокна в счет государственных нужд.

Помимо проблем с длиной, отечественное льноволокно имеет низкое качество, вследствие высокой заостренности, разнооттеночности из-за разной степени созревания льна и нарушения технологии его выращивания. Сельскохозяйственные предприятия не рассматривают лен как стратегически важный продукт, в ряде случаев лен сеется на неподходящих почвах. Поэтому урожайность льнотресты в Республике Беларусь составляет в среднем 3,5 т на 1 га, тогда как у европейских производителей (Франция, Бельгия, Нидерланды) уро-

жайность льнотресты составляет 6–7 т на 1 га. При этом выход длинного волокна из европейской льнотресты составляет 22,5 %, а из отечественной льнотресты – 5,0–5,8 %.

Очевидно, что проблема в обеспечении РУПТП «Оршанский льнокомбинат» качественным сырьем в достаточном количестве лежит не только в плоскости отрасли, но и во многом ее решение зависит от аграрного сектора. В настоящее время существует дисбаланс интересов между сельскохозяйственными предприятиями-производителями сырья, предприятиями-переработчиками и производителями готовой продукции, между концерном «Беллегпром» и Министерством сельского хозяйства и продовольствия Республики Беларусь. Для обеспечения конкурентоспособности льняной ткани и льняных изделий необходимо обеспечить заинтересованность каждого субъекта производственной цепочки в конечном результате. Одним из способов решения проблемы может стать создание вертикально интегрированных структур в форме производственных объединений, либо холдингов: «сельское хозяйство – льнозаводы – производство льняной ткани».

Мировой опыт показывает, что в вертикально интегрированных структурах обеспечивается выработка единой стратегии и целей развития для ее субъектов, финансовые ресурсы сосредотачиваются на решении наиболее важных задач, решение которых будет способствовать общему успеху, происходит выравнивание технико-технологического уровня за счет единой инвестиционной стратегии. По данным BusinessStat в 2021–2025 гг. прогнозируется положительная динамика как стоимостного, так и натурального объема экспорта по странам-лидерам. Так, в 2025 году объем экспорта льняной ткани у Китая составит 30,63 тыс. т, у Беларуси – 4,07 тыс. т, а у Италии – 3,92 тыс. т. Экспортная выручка в 2025 году Китая вырастет до 442,9 млн долл., Италии – 189 млн долл., Бельгии – 72,8 млн долл. Экспорт в стоимостном выражении Беларуси в 2025 году составит 49,6 млн долл.

Мировые маркетинговые агентства в 2020 году делали следующие прогнозы относительно спроса на льняную ткань и одежду:

- существенный рост спроса в Китае и Индии, что обусловлено повышением покупательской способности населения;
- умеренный рост спроса на рынках Европы и Северной Америки, так как потребители, которые привыкли носить льняную одежду, редко отказываются от нее.

Кроме того, исследование позволило выявить два важных фактора, обуславливающих увеличение потребления льняных тканей и одежды:

- экологичность льняной одежды, что сегодня является главным мировым трендом. Последние рыночные исследования показывают, что фирмы, которые всего 10–15 лет назад полагались исключительно на «модность» льняной одежды, теперь инвестируют в различные «зеленые» и экологические сертификаты и наносят на свою одежду различные экологические этикетки. Бренды, которые ранее избегали льна, начинают использовать ткань из-за сочетания эко-

логичности и моды;

– модные тенденции. В 2019 году многие мировые бренды, в частности Chanel, начали широко использовать в своих коллекциях льняную ткань.

Следует отметить, что исследование проводилось в 2021 году, когда в качестве основного негативного фактора, влияющего на мировую экономику, в том числе на рынок льняной ткани и одежды, эксперты рассматривали Covid-19.

Негативное влияние пандемии на мировую экономику проявилось в следующем: в замедлении экономического роста; в ускорении инфляции; в значительном росте логистических издержек; в повышении стоимости различных видов ресурсов, в том числе натуральных волокон.

Под влиянием Covid-19 мировой объем производства льняной ткани сократился на 20,8 %, на 21 % снизился спрос на одежду и обувь. Особенно пострадал сектор фэшн-индустрии, в котором объемы продаж сократились более чем на 70 %, а компании, работающие в нем, понесли колоссальные убытки.

В настоящее время главным негативным фактором, оказывающим влияние на мировую экономику, является спецоперация на Украине. Санкции, введенные против России, повлияют не только на экономику этой страны, но и отразятся на экономиках других стран: Беларуси, Центральной Азии, Молдовы, стран ЕС. По оценкам экспертов Международного валютного фонда (МВФ) санкции, введенные против России, вызовут глобальный обратный эффект для экономик остального мира, который проявится в следующем:

- резкий рост стоимости сырьевых ресурсов: нефти, газа, пшеницы, кукурузы, металлов, полупроводников и удобрений;
- рост инфляции и сокращение реальных доходов населения, увеличение доли малоимущих;
- снижение предпринимательской активности.

Консалтинговое агентство «МакКинси» в марте 2022 года провело опрос руководителей компаний относительно существующих рисков для мировой и национальных экономик [12]. Так, 75 % респондентов главными рисками для мировой экономики называют геополитический конфликт, а число респондентов, считающих пандемию главным риском, снизилось с 57% до 12 %. В качестве главных угроз мировой экономике большинство респондентов считают рост цен на энергоносители и инфляцию. По мнению 76 % респондентов, геополитическая нестабильность будет являться главным риском для экономического роста в течение следующих 12 месяцев (до марта 2023 года).

Таким образом, приостановление негативных тенденций в развитии мирового рынка льняной ткани при благоприятном исходе событий (при завершении спецоперации) следует сдвинуть как минимум на один год, то есть ожидать не раньше весны 2023 года, а возобновление позитивных тенденций – не раньше 2025 года. Что касается Республики Беларусь, России и Китая, то, в отличие от стран ЕС, эти страны не будут испытывать дефицит в энергоресурсах и удобрениях, и они имеют все возможности нарастить объемы производства льнотресты, льняной ткани и льняных изделий.

ГЛАВА 2. АНАЛИЗ ЦЕН ЭКСПОРТА И ИМПОРТА ЛЬНЯНЫХ ТКАНЕЙ НА МИРОВОМ РЫНКЕ

2.1 Анализ цен экспорта льняных тканей

На мировом рынке льняных тканей отмечается устойчивая тенденция к увеличению объемов их потребления. Льняные ткани представляют высококачественный сегмент мирового рынка текстиля с высоким ценовым уровнем и занимают на нем невысокую, но стабильную долю. Анализ статистики мировой торговли указывает на относительную стабильность рынка льняных тканей по ценовому фактору в условиях финансово-экономического кризиса, и более благоприятную динамику его развития по сравнению с другими видами тканей.

При этом доходность производства льняных тканей и изделий из них при всех трудностях завоевания рынка значительно выше производства льноволокна. Цены экспорта и импорта на льняные ткани зависят от множества факторов:

- урожайность льна у стран-лидеров;
- объемы производства и предложения ткани на мировом рынке,
- географическое расположение стран-экспортеров и логистики;
- вариант оплаты;
- канал реализации.

На уровень цен также оказывает влияние конкуренция со стороны аналогичной продукции из хлопка, которая на 40–70 % дешевле льняных тканей. Несмотря на более высокие потребительские свойства льняных тканей, для производителей льняных изделий ценовой фактор часто становится решающим. Существенным фактором, влияющим на цену льняной ткани, является качество сырья: ткани из низкосортного сырья менее востребованы потребителями и существенно дешевле.

Как показал анализ, представленный в главе 1, в 2020 году Республика Беларусь по показателю объема экспорта льняных тканей в натуральном выражении занимает второе место, тогда как по объему экспорта льняных тканей в стоимостном выражении только четвертое место из-за невысоких цен, что обусловлено более низким качеством льняных тканей.

Для обеспечения эффективной внешнеторговой стратегии представляется важным проанализировать цены экспорта и импорта льняных тканей на мировом рынке.

Анализ экспортных цен на льняные ткани за 2016–2020 гг. и их прогноз на 2021–2025 годы представлен в таблице 2.1.

Из данных таблицы 2.1 видно, что за рассматриваемый период 2016–2020 гг. наименьший уровень мировой экспортной цены льняных тканей сложился в 2018 г., что соответствует 16,2 долл. за кг, а максимальное значение цена достигла в 2016 г. – 19,4 долл. за кг. Таким образом, разница между максимальной и минимальной ценой за этот период составила 3,2 долл. В 2017 и 2018 гг. наблюдалось снижение мировых цен экспорта на 13,9 % и 3,0 % соответственно. В

2019 г. цена по сравнению с 2018 г. увеличилась на 2 долл. за кг или 12,3 %, в 2020 г. мировая цена экспорта продолжала расти (+0,2 долл. или 1,1 %) и составила 18,4 долл. за кг.

Таблица 2.1 – Динамика мировой цены экспорта льняных тканей за 2016–2020 гг. и прогноз на 2021–2025 гг.

Годы	Цена экспорта (долл./кг)	Темп роста, %	Темп прироста, %
Динамика 2016–2020 гг.			
2016	19,4	-	-
2017	16,7	86,1	-13,9
2018	16,2	97,0	-3,0
2019	18,2	112,3	12,3
2020	18,4	101,1	1,1
Прогноз 2021–2025 гг.			
2021	18,9	102,7	2,7
2022	19,3	102,1	2,1
2023	19,7	102,1	2,1
2024	20,2	102,5	2,5
2025	20,7	102,5	2,5

Источник: собственная разработка на основе [16].

Базисный темп роста в целом за пять лет сложился в размере 94,8 %, очевидно уменьшение мировой цены экспорта льняных тканей на 5,2 % в 2020 г. по сравнению с 2016 г.

Что касается прогноза мировой цены экспорта льняных тканей, то в период 2021–2025 гг. ожидается ее планомерный рост на 2,1–2,7 % в зависимости от года. В 2025 г. ожидается, что цена экспорта составит 20,7 долл. за кг, то есть по сравнению с 2021 увеличится на 9,5 %.

В таблице 2.2 представлена информация о динамике цены экспорта льняных тканей за 2016–2020 гг. и прогноз на 2021–2025 годы по странам-лидерам рынка.

Таблица 2.2 – Динамика цены экспорта льняных тканей за 2016–2020 гг. и прогноз на 2021–2025 годы по странам-лидерам рынка

В долл./кг

Страна	Динамика 2016–2020 гг.						Прогноз 2021–2025 гг.					
	2016	2017	2018	2019	2020	Темп роста (баз.), %	2021	2022	2023	2024	2025	Темп роста (баз.), %
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Афганистан	-	-	0,5	37,4	-	-	-	-	-	-	-	-
Беларусь	9,8	10,1	10,7	11,6	11,6	118,4	11,7	11,7	11,9	12,0	12,2	104,3
Бельгия	24,4	23,0	24,6	27,2	29,1	119,3	29,3	29,7	30,0	30,5	30,9	105,5
Бразилия	16,0	17,5	17,7	19,1	15,3	95,6	15,6	15,9	16,3	16,9	17,6	112,8

Окончание таблицы 2.2

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Великобритания	39,9	36,8	38,9	43,1	51,3	128,6	51,5	51,8	52,2	52,8	53,4	103,7
Вьетнам	40,8	36,5	35,8	32,8	41,2	101,0	41,4	41,8	42,1	42,6	43,1	104,1
Германия	37,2	40,1	43,9	41,3	39,3	105,6	39,6	40,0	40,6	41,2	41,9	105,8
Гонконг	18,3	16,6	15,0	16,3	17,4	95,1	17,5	17,7	17,9	18,2	18,5	105,7
Греция	22,7	1,8	2,1	3,6	3,8	16,7	3,8	3,8	3,9	3,9	4,0	105,3
Индия	24,1	38,4	33,8	33,3	35,3	146,5	37,3	38,9	40,3	41,7	42,7	114,5
Индонезия	12,3	27,0	22,0	12,0	11,6	94,3	12,1	12,7	13,3	14,1	15,0	124,0
Испания	18,5	18,6	18,0	20,0	21,4	115,7	22,0	22,6	23,1	23,5	23,9	108,6
Италия	42,0	44,2	46,5	43,3	44,3	105,5	45,3	46,1	46,9	47,5	48,2	106,4
Китай	15,0	11,5	11,5	13,4	12,4	82,7	12,7	12,9	13,3	13,8	14,5	114,2
Литва	18,5	18,9	17,9	18,6	21,9	118,4	22,0	22,2	22,4	22,6	22,9	104,1
Нидерланды	17,6	17,2	19,1	20,2	16,9	96,0	17,4	17,9	18,3	18,6	18,9	108,6
Польша	11,7	10,7	12,3	12,9	13,5	115,4	13,6	13,7	13,8	14,0	14,1	103,7
Португалия	29,2	31,4	29,2	27,7	28,7	98,3	29,7	30,5	31,0	31,6	32,0	107,7
Россия	4,4	5,1	5,1	5,7	6,1	138,6	6,1	6,1	6,2	6,3	6,4	104,9
США	19,8	17,9	18,7	18,2	16,4	82,8	16,5	16,6	16,8	17,0	17,2	104,2
Турция	23,2	22,3	22,7	23,0	23,0	99,1	23,0	23,2	23,5	23,8	24,1	104,8
Франция	30,3	29,9	29,5	22,0	33,6	110,9	33,8	34,1	34,5	34,9	35,3	104,4
Эстония	10,3	10,6	10,8	10,4	12,6	122,3	12,7	12,8	13,0	13,2	13,4	105,5
Южная Корея	22,4	19,5	20,3	22,6	7,3	32,6	10,3	12,9	15,1	16,5	17,7	171,8
Япония	44,6	44,2	43,3	43,8	46,1	103,4	47,4	48,6	49,4	50,1	50,7	107,0
Прочие страны	19,8	12,5	16,3	23,3	27,3	137,9	27,9	28,6	29,8	31,4	33,0	118,3
Все страны	19,4	16,7	16,2	18,2	18,4	94,8	18,9	19,3	19,7	20,2	20,7	109,5

Источник: собственная разработка на основе [16].

Как показывают данные таблицы 2.2, цена экспорта на льняные ткани весьма существенно различается по странам. Так, в ряде стран цена экспорта гораздо выше мировой (18,4 долл./кг). В 2020 г. цены экспорта льняных тканей существенно превысили среднемировой показатель в следующих странах: Великобритании (51,3 долл./кг), Японии (46,1 долл./кг), Италии (44,3 долл./кг), Вьетнаме (41,2 долл./кг), Германии (39,3 долл./кг), Индии (35,3 долл./кг), Франции (33,6 долл./кг), Бельгии (29,1 долл./кг), Португалии (28,7 долл./кг), Турции (23,0 долл./кг), Литве (21,9 долл./кг), Испании (21,4 долл./кг). По наиболее низкой цене в 2020 г. льняные ткани поставлялись на экспорт из Греции – 3,8 долл. за кг.

Что касается динамики цен на льняные ткани за 2016–2020 гг., то наибольший темп роста цены наблюдается в России (138,6 %, цена увеличилась с 4,4 долл./кг до 6,1 долл./кг), а в Греции произошло самое значительное снижение цены, она уменьшилась с 22,7 долл./кг до 3,8 долл./кг, т.е. более чем в 5 раз.

Прогноз цены экспорта льняных тканей в разрезе стран подтверждает заключение о том, что в период 2021–2025 гг. ожидается ее планомерный рост во всех странах. Наибольший рост цены прогнозируется в Южной Корее (в 2025 г. относительно 2020 г. прирост составит 71,8 %), незначительно экспортные цены повысятся в Великобритании и Польше (на 3,7 %). В абсолютном выражении в 2025 г. наибольшую цену экспорта следует ожидать в Великобритании (53,4 долл./кг), а наименьшую – по-прежнему в Греции (4,0 долл./кг).

В таблице 2.3 представлена информация о динамике цены экспорта льняных тканей за 2016–2020 гг. по странам мира (по странам, осуществляющим экспорт тканей на протяжении всего периода исследования (2016–2020 гг.), за исключением стран-лидеров рынка, которые представлены в полном перечне в соответствии с таблицей 2.2).

Таблица 2.3 – Динамика цены экспорта льняных тканей за 2016–2020 гг. по странам мира (за исключением стран-лидеров)

В долл./кг

Страна	Динамика 2016–2020 гг.					Темп роста (баз.), %
	2016	2017	2018	2019	2020	
1	2	3	4	5	6	7
Австралия	20,2	39,3	34,3	33,5	30,3	150,0
Австрия	44,6	44,4	47,5	48,9	34,1	76,5
Болгария	25,8	25,6	28,4	29,6	30,2	117,1
Босния и Герцеговина	9,7	52,3	24,0	25,6	17,8	183,5
Венгрия	16,8	18,5	15,1	14,1	12,7	75,6
Дания	22,7	24,9	25,1	21,7	19,9	87,7
Египет	5,1	0,5	0,1	7,3	24,9	488,2
Ирландия	55,4	42,3	50,4	49,5	62,0	111,9
Канада	37,6	30,5	35,8	38,1	43,0	114,4
Колумбия	24,4	9,7	10,6	12,3	11,8	48,4
Латвия	24,4	23,8	24,9	18,0	35,7	146,3
Малайзия	15,9	16,3	8,5	4,6	15,4	96,9
Марокко	45,0	66,0	23,6	30,0	27,2	60,4
Мексика	41,7	39,3	38,4	37,7	40,9	98,1
Молдова	3,1	5,0	17,8	17,1	22,3	719,4
Новая Зеландия	43,6	2,0	54,6	24,1	24,4	56,0
Норвегия	16,7	18,6	23,3	27,7	21,5	128,7
ОАЭ	5,3	6,6	9,2	6,2	10,8	203,8
Пакистан	14,9	45,8	33,1	37,8	39,4	264,4
Перу	59,7	41,3	41,3	62,1	59,1	99,0
Румыния	23,6	21,4	23,2	24,6	33,8	143,2
Северная Македония	27,6	42,6	48,7	41,6	45,0	163,0
Сербия	12,9	19,0	16,5	15,8	13,8	107,0
Сингапур	34,9	40,3	35,3	34,7	21,5	61,6
Словакия	5,9	1,1	4,0	25,3	22,7	384,8

Окончание таблицы 2.3

1	2	3	4	5	6	7
Словения	37,1	51,3	6,9	12,6	14,3	38,5
Таиланд	37,8	45,8	43,1	38,0	42,6	112,7
Тунис	11,3	11,7	11,4	12,7	37,0	327,4
Финляндия	36,1	37,2	38,1	50,85	68,60	190
Хорватия	5,1	44,1	23,4	20,4	12,7	249,0
Чехия	14,8	12,7	6,7	24,5	28,7	193,9
Чили	28,9	32,2	37,6	45,1	39,3	136,0
Швейцария	49,4	51,9	54,1	50,3	37,0	74,9
Швеция	21,4	24,7	25,7	20,5	40,9	191,1
ЮАР	13,5	12,9	12,5	7,6	3,6	26,7
Все страны	19,4	16,7	16,2	18,2	18,4	94,8

Источник: собственная разработка на основе [16].

Как показывают данные таблицы 2.3, цены экспорта льняных тканей дифференцированы. При этом в ряде стран, не входящих в перечень стран-лидеров, цены экспорта выше мировой цены. В 2020 г. при сложившейся мировой цене экспорта льняных тканей 18,4 долл./кг, она оказалась выше в Финляндии в 3,7 раза, в Перу – в 3,4 раза и в Северной Македонии – в 3,2 раза. Более чем в 2 раза (в 2,1–2,4 раза) цены превышают уровень мировой цены экспорта в таких странах, как Канада, Таиланд, Мексика, Швейцария, Пакистан и Чили. Цена экспорта льняных тканей выше мировой цены в 1,5–2 раза наблюдается по следующим странам: Швеция, Тунис, Латвия, Австрия, Румыния, Австралия, Болгария, Чехия, Марокко. На 40 % цена экспорта выше в Египте, на 30 % – в Новой Зеландии, на 20 % – в Словакии, Молдове, Сингапуре, Норвегии и на 10 % – в Дании.

Цена на экспорт тканей особенно выделяется на фоне мировой цены в Финляндии (68,6 долл./кг), она превышает мировую цену в 3,7 раз. В 2016 г. экспортная цена в этой стране составляла всего лишь 36,1 долл./кг, что в 1,9 раз выше мировой цены. Наивысший скачок цены зафиксирован в 2019 г. (по сравнению с 2018 г. – в 13,4 раза).

В 2020 г. по наиболее низкой цене льняные ткани поставлялись на экспорт из ЮАР – 3,6 долл. за кг.

Анализ динамики экспортных цен на льняные ткани за 2016–2020 гг. свидетельствует о том, что наибольший ее рост имел место в Молдове (с 3,1 долл./кг до 22,3 долл./кг, темп роста 719,4 %). Также следует отметить динамичный рост экспортных цен в Египте (с 5,1 долл./кг до 24,9 долл./кг, темп роста 488,2 %). В наибольшей степени снижение цены произошло в Греции – с 22,7 долл./кг до 3,8 долл./кг, т.е. более чем в 5 раз, а также в ЮАР – с 13,5 долл./кг до 3,6 долл./кг (снижение на 73,3 %).

В таблице 2.4 представлен анализ динамики мировых цен экспорта по видам льняных тканей за 2016–2020 гг. (льняных тканей неотбеленных или отбеленных и прочих).

Из данных таблицы 2.4 следует, что за 2016–2020 гг. мировой уровень цен на различные виды льняных тканей дифференцирован. Наиболее дорогими являются прочие льняные ткани, содержащие 85 % масс. и более льняных волокон. В 2016 г. экспортная цена этих тканей составила 28,1 долл./кг, что в 2,1 раза или на 8,7 долл. выше средней мировой цены экспорта льняных тканей (19,4 долл./кг).

Таблица 2.4 – Динамика мировой цены экспорта по видам льняных тканей за 2016–2020 гг.

В долл./кг

Показатель	Динамика за 2016–2020 гг.					Темп роста, %
	2016	2017	2018	2019	2020	
Мировая цена экспорта льняных тканей	19,4	16,7	16,2	18,2	18,4	94,8
Мировая цена экспорта льняных тканей неотбеленных или отбеленных (85 % масс. и более масс. льняных волокон)	13,2	12,5	11,0	13,8	13,2	100,0
Отклонение от мировой цены	-6,2	-4,2	-5,2	-4,4	-5,2	-
Мировая цена экспорта прочих льняных тканей (85 % масс. и более льняных волокон)	28,1	22,3	22,8	24,8	26,4	94,0
Отклонение от мировой цены	+8,7	+5,6	+6,6	+6,6	+8,0	-
Мировая цена экспорта льняных тканей неотбеленных или отбеленных (менее 85 % масс. льняных волокон)	10,3	7,4	7,4	7,5	9,6	93,2
Отклонение от мировой цены	-9,1	-9,3	-8,8	-10,7	-8,8	-
Мировая цена экспорта льняных тканей прочих (менее 85 % масс. льняных волокон)	18,9	18,6	18,7	20,4	17,2	91,0
Отклонение от мировой цены	-0,5	+1,9	+2,5	+2,2	-1,2	-

Источник: собственная разработка на основе [16].

По самым низким ценам экспортируются неотбеленные и отбеленные льняные ткани, содержащие 85 % масс. и менее масс. льняных волокон. В 2016 г. их экспортная цена составила 10,3 долл./кг, что в 1,9 раза или на 9,1 долл. меньше мировой цены. В 2020 г. ситуация практически не изменилась: по-прежнему самый высокий уровень цен имеют прочие льняные ткани, содержащие 85 % масс. и более льняных волокон (на 8,0 долл. выше мировой цены), наименьший – неотбеленные и отбеленные льняные ткани, содержащие 85 % масс. и менее масс. льняных волокон (на 8,8 долл. ниже мировой цены).

Как отмечалось ранее, в рассматриваемом периоде мировая цена экспорта льняных тканей достигла наименьшего уровня в 2018 г. (16,2 долл./кг), а максимальный уровень мировой экспортной цены льняных тканей сложился в 2016

г. (19,4 долл./кг). В 2020 г. по сравнению с 2016 г. мировая экспортная цена льняных тканей снизилась на 5,2 %.

Мировая цена экспорта льняных тканей неотбеленных или отбеленных, содержащих 85 % масс. и более масс. льняных волокон, в 2020 г. по сравнению с 2016 г. не изменилась (13,2 долл./кг), при этом в 2018 г. наблюдается ее минимальный уровень, а в 2019 г. – максимальный.

Максимальная цена экспорта прочих льняных тканей, содержащих, 85 % масс. и более льняных волокон, сформировалась в 2016 г. (28,1 долл./кг). В 2017 г. отмечается ее минимальный уровень, в 2020 г. цена экспорта прочих льняных тканей выросла, но вместе с тем не достигла уровня 2016 г.

В 2016 г. мировая цена экспорта льняных тканей неотбеленных или отбеленных, содержащих менее 85 % масс. льняных волокон, имела максимальное значение (10,3 долл./кг), в то время как минимальный ее уровень сложился в 2017–2018 гг. (7,4 долл./кг). В 2020 г. мировая цена экспорта льняных тканей неотбеленных или отбеленных, содержащих менее 85 % масс. льняных волокон, на 6,8 % ниже, чем в 2016 г.

Мировая цена экспорта прочих льняных тканей, содержащих менее 85 % масс. льняных волокон, имела максимальное значение в 2019 г. (20,4 долл./кг), в то время как минимальный ее уровень сложился в 2020 г. (17,2 долл./кг). По сравнению с 2016 г. в 2020 г. цена экспорта прочих льняных тканей, содержащих менее 85 % масс. льняных волокон, на 9 % ниже. Следует отметить, что динамика мировой цены экспорта льняных тканей сохраняется вне зависимости от вида (за исключением льняных тканей неотбеленных и отбеленных, содержащих 85 % масс. и более масс. льняных волокон): она имеет тенденцию к уменьшению.

Интерес представляет изучение динамики уровня цен экспорта по видам льняных тканей в разрезе отдельных стран и их отклонений от уровня мировых экспортных цен. Данный анализ целесообразно производить по странам, которые экспортировали льняные ткани в течение 2016–2020 гг. (табл. 2.5–2.8).

В таблице 2.5 представлена динамика цены экспорта льняных тканей неотбеленных и отбеленных, содержащих более 85 % льняных волокон, по странам мира за 2016–2020 гг., имеющих существенное отклонение от среднего значения.

Данные, приведенные в таблице 2.5, свидетельствуют о том, что в 2020 г. существенное превышение цены экспорта льняных тканей неотбеленных или отбеленных, содержащих более 85 % льняных волокон, относительно мировой цены импорта имело место в Ирландии (52,6 долл./кг), Финляндии (76,9 долл./кг) и Швейцарии (40,3 долл./кг). Хотя динамика цены в приведенных странах по сравнению с 2016 г. различается: увеличение зафиксировано только в Финляндии.

Уровень цен экспорта льняных тканей неотбеленных или отбеленных, содержащих более 85 % льняных волокон, значительно ниже мирового уровня, характерен для Беларуси, России и Индонезии.

Таблица 2.5 – Динамика цены экспорта льняных тканей неотбеленных или отбеленных, содержащих более 85 % льняных волокон, по странам мира, имеющих существенное отклонение от среднего значения

В долл./кг

Страна	Динамика 2016–2020 гг.					
	2016	2017	2018	2019	2020	Темп роста (баз.), %
Наибольшее отклонение в сторону увеличения						
Ирландия	52,5	37,0	44,6	48,9	52,6	100,2
Финляндия	46,7	37,3	33,6	89,1	76,9	164,7
Швейцария	46,3	31,3	46,0	44,5	40,3	87,0
Наибольшее отклонение в сторону уменьшения						
Беларусь	9,8	9,9	10,6	11,5	11,4	116,3
Индонезия	7,1	14,3	12,2	2,1	10,1	119,3
Россия	8,7	8,6	9,1	9,7	10,7	123,0
Мировая цена экспорта льняных тканей	13,2	12,5	11,0	13,8	13,2	100,0

Источник: собственная разработка на основе [16].

В таблице 2.6 представлена динамика цены экспорта прочих льняных тканей, содержащих более 85 % льняных волокон, по странам мира за 2016–2020 гг., имеющих существенное отклонение от среднего значения.

Таблица 2.6 – Динамика цены экспорта прочих льняных тканей, содержащих более 85 % льняных волокон, по странам мира, имеющих существенное отклонение от среднего значения

В долл./кг

Страна	Динамика 2016–2020 гг.					
	2016	2017	2018	2019	2020	Темп роста (баз.), %
Наибольшее отклонение в сторону увеличения						
Ирландия	50,6	42,7	49,6	46,2	71,2	140,7
Финляндия	36,7	38,1	36,7	35,19	52,41	143
Хорватия	12,7	38,8	21,7	51,3	107,4	в 8,5 раз
Наибольшее отклонение в сторону уменьшения						
Беларусь	10,2	11,5	12,0	12,7	13,5	132,3
Россия	9,4	10,9	10,0	10,4	11,5	122,3
Мировая цена экспорта прочих льняных тканей	28,1	22,3	22,8	24,8	26,4	94,0

Источник: собственная разработка на основе [16].

Информация в таблице 2.6 свидетельствуют о том, что в 2020 г. существенное превышение цены экспорта прочих льняных тканей, содержащих более 85 % льняных волокон, относительно мировой цены сложилось в Хорватии (107,4 долл./кг), Ирландии (71,2 долл./кг) и Финляндии (52,41 долл./кг). Уровень цен экспорта значительно ниже мировой цены наблюдается в таких странах, как Беларусь и Россия.

В таблице 2.7 представлена динамика цены экспорта льняных тканей неотбеленных или отбеленных, содержащих менее 85 % льняных волокон, по странам мира за 2016–2020 гг., имеющих существенное отклонение от среднего значения.

Таблица 2.7 – Динамика цены экспорта льняных тканей неотбеленных или отбеленных, содержащих менее 85 % льняных волокон, за 2016–2020 гг. по странам мира, имеющих существенное отклонение от среднего значения

В долл./кг

Страна	Динамика 2016–2020 гг.					
	2016	2017	2018	2019	2020	Темп роста (баз.), %
Наибольшее отклонение в сторону увеличения						
Австрия	53,4	53,1	30,3	35,9	44,6	83,5
Швеция	21,9	40,7	105,3	12,2	132,2	в 6 раз
Наибольшее отклонение в сторону уменьшения						
Греция	51,8	1,0	0,8	0,9	1,0	в 51,8 раз
Мировая цена	10,3	7,4	7,4	7,5	9,6	93,2

Источник: собственная разработка на основе [16].

Существенное превышение цены экспорта льняных тканей неотбеленных или отбеленных, содержащих менее 85 % льняных волокон, относительно мировой цены в 2020 г. сложилось в Австрии (44,6 долл./кг), Швеции (132,6 долл./кг). Уровень цен значительно ниже мирового наблюдается в Греции (цена 1,0 долл./кг против 9,6 долл./кг мировой цены).

В таблице 2.8 представлена динамика цены экспорта льняных тканей прочих, содержащих менее 85 % льняных волокон, по странам мира за 2016–2020 гг., имеющих существенное отклонение от среднего значения.

Таблица 2.8 – Динамика цены экспорта прочих льняных тканей, содержащих менее 85 % льняных волокон, по странам мира, имеющих существенное отклонение от среднего значения

В долл./кг

Страна	Динамика 2016–2020 гг.					
	2016	2017	2018	2019	2020	Темп роста (баз.), %
Наибольшее отклонение в сторону увеличения						
Ирландия	80,6	99,6	95,1	110,8	99,5	123,5
Финляндия	35,8	36,8	39,1	87,39	106,61	в 2,98 раза
Наибольшее отклонение в сторону уменьшения						
Беларусь	7,4	7,3	8,2	8,3	9,2	124,3
ОАЭ	5,3	6,4	8,1	5,3	9,4	177,4
Россия	2,6	2,8	2,8	3,0	2,9	111,5
Мировая цена	18,9	18,6	18,7	20,4	17,2	91,0

Источник: собственная разработка на основе [16].

Данные, приведенные в таблице 2.8, свидетельствуют о том, что в 2020 г. существенное превышение цены экспорта прочих льняных тканей, содержащих менее 85 % льняных волокон, над мировой ценой сложилось в Ирландии (99,5 долл./кг) и Финляндии (106,61 долл./кг). По сравнению с 2016 г. цены в этих странах выросли в 1,2 раза и в 2,98 раза соответственно.

В 2020 г. уровень цен значительно ниже мирового уровня наблюдается в таких странах, как Беларусь (9,2 долл./кг или на 8,0 долл. ниже мировой цены), ОАЭ (9,4 долл./кг или на 7,8 долл. ниже мировой цены) и Россия (2,9 долл./кг или на 14,3 долл. ниже мировой цены).

Одной из причин сложившейся ситуации является то, что сельхозпроизводители России и Беларуси в условиях низкой урожайности длинного льна вынуждены были переориентироваться на переработчиков короткого льна и волокна, имеющих более широкий спектр применения, – производство целлюлозы, медицинских бинтов, бумаги, композиционных и строительных материалов. Получение длинного волокна для производства тканей сопряжено с ресурсоёмкостью и трудоёмкостью возделывания и переработки льна: жёсткие требования к сортам, характеристикам почв и технологии выращивания. Помимо этого, для работы со льном необходима спецтехника. Отечественные машины по уборке и переработке льна не могут конкурировать в производительности с зарубежными, маржинальность переработки льна очень низкая. Производители льноволокна не могут удовлетворить требования прядильщиков по качеству и количеству продукции. Эти факторы во многом определили период стагнации в отрасли.

Есть проблемы и с семеноводством. В Беларуси выведено около 20 сортов льна, однако выход волокна из отечественного льна меньше, чем из французского или бельгийского. В силу этого качество льняных тканей уступает странам-конкурентам, что обуславливает более низкий уровень цен экспорта на льняную ткань белорусских и российских производителей.

Таким образом, анализ показал, что при наличии определенной дифференциации цен экспорта по видам льняных тканей и по странам мира, в целом в исследуемом периоде сложилась положительная динамика их роста, которая, по мнению экспертов, сохранится в течение 2021–2025 гг., что свидетельствует о целесообразности осуществления экспортной деятельности.

2.2 Анализ цен импорта льняных тканей

Ключевыми факторами, определяющими цены импорта на льняные ткани, являются урожайность льна, качество льноволокна, ширина линейки производимых тканей и их дизайн, логистика и наличие внешних ограничений.

В таблице 2.9 представлена информация о динамике цены импорта льняных тканей за 2016–2020 гг. и прогнозе на 2021–2025 гг.

Таблица 2.9 – Динамика мировой цены импорта льняных тканей за 2016–2020 гг. и прогноз на 2021–2025 гг.

Период	Цена импорта (долл./кг)	Темп роста, %	Темп прироста, %
Динамика 2016–2020 гг.			
2016	18,9	-	-
2017	16,8	88,9	-11,1
2018	16,7	99,4	-0,6
2019	17,8	106,6	6,6
2020	18,5	103,9	3,9
Прогноз 2021–2025 гг.			
2021	18,9	102,2	2,2
2022	19,3	102,1	2,1
2023	19,7	102,1	2,1
2024	20,2	102,5	2,5
2025	20,7	102,5	2,5

Источник: собственная разработка на основе [16].

Из информации, представленной в таблице 2.9, видно, что за 2016–2020 гг. максимальный уровень мировой цены импорта льняных тканей 18,9 долл. за кг зафиксирован в 2016 г., а минимальный уровень мировой цены 6,7 долл. за кг наблюдался в 2018 г. Таким образом, разница между максимальной и минимальной ценой в рассматриваемом периоде составила 2,2 долл. за кг. Следует отметить, что цена импорта является усредненным показателем и во многом зависит от ассортимента поставляемых в конкретный год тканей.

В 2017 и 2018 гг. наблюдался спад мировой цены импорта на 11,1 % и 0,6 % соответственно. В 2019 г. цена по сравнению с 2018 г. увеличилась на 1,1 долл. или 6,6 %. В 2020 г. мировая цена импорта продолжала расти (+0,7 долл. или 3,9 %) и составила 18,5 долл. за кг. В 2020 г. по сравнению с 2016 г. мировая цена импорта льняных тканей сократилась на 2,1 %.

В 2021–2025 гг. прогнозируется рост мировой цены импорта льняных тканей в размере, соответствующем росту мировой цены экспорта. В рассматриваемом периоде ожидается планомерный рост цены на 2,1–2,5 %. В 2025 г. прогнозная цена импорта льняных тканей составит 20,7 долл. за кг. В целом за пять лет ожидается рост цены импорта льняных тканей на 9,5 %.

В таблице 2.10 представлена динамика цены импорта льняных тканей за 2016–2020 гг. и прогноз на 2021–2025 гг. по странам-лидерам рынка.

Таблица 2.10 – Динамика цены импорта льняных тканей за 2016–2020 гг. и прогноз на 2021–2025 гг. по странам-лидерам рынка

В долл./кг

Страна	Динамика 2016–2020 гг.						Прогноз 2021–2025 гг.					
	2016	2017	2018	2019	2020	Темп роста (баз.), %	2021	2022	2023	2024	2025	Темп роста (баз.), %
Афганистан	41,4	21,1	28,1	20,1	25,4	61,4	25,5	25,7	26,1	26,4	26,7	104,7
Беларусь	7,5	8,6	7,4	7,2	9,8	130,7	9,9	10	10,2	10,4	10,6	107,1
Бельгия	17	16	16,8	17,2	14	82,4	14,1	14,4	14,8	15,3	16	113,5
Бразилия	10,7	8,6	7,4	8,6	9,1	85,0	9,5	9,9	10,2	10,4	10,6	111,6
Великобритания	26,4	25,6	24,8	25,7	30,8	116,7	31	31,3	31,7	32	32,4	104,5
Вьетнам	27,2	25,3	32,5	34	23,7	87,1	24,2	24,9	25,6	26,6	27,8	114,9
Германия	27,4	31,2	32	30,6	27,6	100,7	28	28,6	29,6	30	32,4	115,7
Гонконг	14,3	13,6	12,6	11,8	9,5	66,4	9,7	10,1	10,5	11,1	11,8	121,6
Греция	11,8	6,2	3,9	8	7,7	65,3	7,8	8	8,3	8,7	9,1	116,7
Индия	28,3	23,5	27,2	24,5	28,4	100,4	28,5	28,7	29	29,4	29,8	104,6
Индонезия	21,7	17,5	15,2	15	12,8	59,0	12,9	13,1	13,4	13,6	14	108,5
Испания	17,2	14,1	13	16,5	16,7	97,1	17	17,4	17,8	18,4	18,9	111,2
Италия	13,7	13,3	14,3	17,4	16,9	123,4	17,1	17,4	17,8	18,2	18,7	109,4
Китай	29,1	26,2	27,8	26,4	28,8	99,0	29	29,4	29,7	30,2	30,7	105,9
Литва	10,7	11	11,5	12,5	12,7	118,7	13	13,2	13,6	14,1	14,6	112,3
Нидерланды	9,4	8,4	8,4	11,2	11,6	123,4	11,9	12,2	12,5	12,8	13,1	110,1
Польша	19,4	22,6	15,7	14,1	15,4	79,4	15,5	15,6	15,8	16,1	16,3	105,2
Португалия	20,7	20	18	21,7	21,3	102,9	21,5	21,8	22,1	22,3	22,7	105,6
Россия	11,3	9,6	11,3	11,9	11	97,3	11	11,2	11,4	11,6	11,8	107,3
США	21,3	22,7	24,2	24,9	31,3	146,9	31,4	31,7	32	32,5	33,2	105,7
Турция	19,5	19,1	16,2	17,7	18,8	96,4	18,9	19,1	19,3	19,6	19,8	104,8
Франция	22,4	23,9	22,5	23,5	23,6	105,4	23,9	24,3	24,8	25,3	25,8	107,9
Эстония	8,8	9,7	10,1	9,4	10,7	121,6	10,7	10,9	11	11,2	11,4	106,5
Южная Корея	8,4	7,4	8,8	7,3	8,3	98,8	8,3	8,4	8,5	8,6	8,7	104,8
Япония	19,8	19,8	22,5	22,2	19,8	100,0	20,5	21,4	22,5	23,2	24,2	118,0
Прочие страны	17,3	15	12,5	17,5	17,5	101,2	18,6	19,7	20,6	21,4	22,1	118,8
Все страны	18,9	16,8	16,7	17,8	18,5	97,9	18,9	19,3	19,7	20,2	20,7	109,5

Источник: собственная разработка на основе [16].

Из таблицы 2.10 следует, что цены импорта на льняные ткани существенно отличаются по странам. Так, в 2020 г. самая высокая цена зафиксирована в США, ткани импортировались по цене 31,3 долл. за кг, в то время как наиболее низкая цена импорта сложилась при поставках в Грецию – 7,7 долл. за кг. Таким образом, при мировой цене импорта льняной ткани в 18,5 долл./кг, разрыв между максимальной и минимальной ценами составил 23,6 долл./кг, что весьма существенно.

Данные таблицы свидетельствуют, что в 11 странах цена импорта льняных тканей сложилась выше мировой: Афганистан (25,4 долл./кг), Великобритания (30,8 долл./кг), Вьетнам (23,7 долл./кг), Германия (27,6 долл./кг), Индия (28,4 долл./кг), Китай (28,8 долл./кг), Португалия (21,3 долл./кг), США (31,3 долл./кг), Турция (18,8 долл./кг), Франция (19,8 долл./кг), Япония (23,6 долл./кг). Во многих странах цена импорта льняных тканей имеет те же тенденции, что и цена экспорта.

Анализ динамики цены импорта за 2016–2020 гг. показал, что в наибольшей степени цена импорта льняных тканей выросла в США (на 46,9 %, с 21,3 долл./кг до 31,3 долл./кг).

В наибольшей степени снизились цены импорта льняных тканей в Индонезии, цена снизилась почти в 2 раза – с 21,7 долл./кг до 12,8 долл./кг.

В соответствии с прогнозом мировая цена импорта льняных тканей вырастет, при этом ожидается, что ее рост произойдет во всех странах. В 2025 г. по сравнению с 2020 г. наибольший рост цены импорта льняных тканей прогнозируется в Гонконге – на 21,6 %, а наименьший рост в Индии – на 4,6 %. Наиболее высокий уровень цен импорта льняных тканей ожидается в США (33,2 долл./кг), а наименьший уровень – в Южной Корее (8,7 долл./кг).

В таблице 2.11 представлена информация о динамике цены импорта льняных тканей по странам мира за 2016–2020 гг. (по странам, осуществляющим импорт тканей на протяжении всего периода исследования, за исключением стран-лидеров рынка, которые представлены в полном перечне в соответствии с таблицей 2.10).

Таблица 2.11 – Динамика цены импорта льняных тканей за 2016–2020 гг. по странам мира (за исключением стран-лидеров рынка)

В долл./кг

Страна	Динамика 2016–2020 гг.					Темп роста (баз.), %
	2016	2017	2018	2019	2020	
1	2	3	4	5	6	7
Австралия	19,5	24,6	24,5	24,0	14,3	73,3
Австрия	26,0	26,8	27,6	35,4	33,4	128,5
Азербайджан	3,0	3,2	3,3	4,4	6,1	203,3
Аргентина	8,9	10,8	6,9	11,9	8,4	94,4
Армения	21,9	5,9	1,0	10,2	12,9	58,9
Аруба	26,2	16,2	16,5	222,9	5,6	21,4
Барбадос	63,6	84,2	57,9	10,4	40,0	62,9
Бермуды	58,3	59,8	84,1	80,7	8,0	13,7
Болгария	31,6	31,3	34,6	28,9	31,2	98,7
Боливия	1,6	1,2	1,0	1,2	13,2	В 8,25 раз
Босния и Герцеговина	28,5	25,7	26,9	27,5	32,9	115,4
Ботсвана	15,0	3,2	13,0	3,5	1,7	11,3
Венгрия	33,5	4,4	27,4	7,4	3,8	11,3

Продолжение таблицы 2.11

1	2	3	4	5	6	7
Гватемала	15,6	6,1	18,0	17,2	4,5	28,8
Гондурас	6,7	6,9	6,6	8,2	12,1	180,6
Грузия	6,1	4,8	19,4	12,1	20,2	331,1
Дания	15,7	17,9	17,8	15,8	16,8	107,0
Египет	4,4	6,6	16,8	9,1	21,4	486,4
Замбия	4,7	3,5	4,5	9,4	17,0	361,7
Зимбабве	15,4	1,0	3,8	13,3	1,6	10,4
Израиль	31,1	27,2	27,4	24,4	24,4	78,5
Иордания	20,0	8,6	18,4	19,5	19,6	98,0
Иран	7,9	6,4	9,8	10,6	13,8	174,7
Ирландия	27,1	33,5	28,7	33,7	29,5	108,9
Исландия	29,9	41,5	35,0	28,8	27,1	90,6
Казахстан	3,8	3,7	3,8	2,2	23,4	В 6,2 раза
Камбоджа	2,1	30,4	29,1	16,8	5,7	271,4
Канада	28,7	28,0	30,4	27,5	24,1	84,0
Катар	13,3	15,0	47,6	34,9	33,2	249,6
Кипр	17,6	42,1	33,0	26,5	16,3	92,6
Колумбия	13,2	14,6	13,7	16,5	18,2	137,9
Коста-Рика	21,0	19,3	22,0	2,9	14,7	70,0
Кувейт	19,8	21,5	18,1	16,8	21,8	110,1
Кыргызстан	2,7	2,6	8,1	6,0	5,8	214,8
Лаос	33,3	12,6	13,2	23,9	32,9	98,8
Латвия	12,9	13,1	13,8	14,0	13,9	107,8
Ливан	19,4	31,7	10,4	27,2	30,1	155,2
Люксембург	26,9	27,8	30,1	28,5	22,7	84,4
Маврикий	25,6	28,7	26,9	37,2	38,9	152,0
Мавритания	0,8	0,5	0,5	0,6	0,5	62,5
Мадагаскар	22,5	22,4	20,6	18,5	19,0	84,4
Малайзия	8,9	10,4	21,4	20,9	32,9	369,7
Мальта	43,2	5,6	32,5	28,5	24,4	56,5
Марокко	23,4	22,2	19,3	20,3	21,0	89,7
Мексика	64,1	43,0	68,5	57,6	68,0	106,1
Молдова	12,7	13,9	13,8	15,3	17,0	133,9
Монголия	1,0	1,1	1,1	1,4	1,8	180,0
Мьянма	1,0	8,6	7,2	6,4	6,0	В 6 раз
Намибия	13,6	7,0	19,3	24,5	3,7	27,2
Нигерия	32,6	30,7	1,0	1,4	1,6	49,1
Никарагуа	9,1	16,2	18,2	18,7	20,1	22,0
Новая Зеландия	28,4	25,9	26,5	25,9	27,3	96,1
Норвегия	29,9	34,9	36,5	32,8	32,0	107,0
ОАЭ	11,1	9,4	16,6	15,7	15,9	143,2
Пакистан	32,8	23,3	23,9	37,9	36,7	111,9
Парагвай	22,6	23,9	16,4	24,9	16,0	70,8
Перу	14,7	16,8	17,3	15,7	20,6	140,1
Руанда	1,7	0,7	4,8	5,5	8,3	488,2
Румыния	28,8	32,6	32,5	28,4	30,1	104,5

Окончание таблицы 2.11

1	2	3	4	5	6	7
Сальвадор	16,9	18,7	18,6	14,3	55,6	329,0
Саудовская Аравия	15,2	10,9	20,9	7,1	58,0	381,6
Свазиленд	46,5	11,6	8,6	4,0	12,0	25,8
Северная Македония	34,1	25,2	33,7	25,9	24,1	70,7
Сенегал	0,5	0,6	0,8	0,5	0,9	180,0
Сент-Винсент и Гренадины	56,0	180,5	28,4	8,3	12,5	22,3
Сент-Люсия	5,8	20,1	9,9	5,9	7,7	132,8
Сербия	13,9	17,9	19,9	21,1	26,8	192,8
Сингапур	30,6	26,3	26,7	26,8	6,9	22,5
Словакия	6,5	1,1	1,1	21,7	2,0	30,8
Словения	43,7	29,1	3,8	8,5	12,4	28,4
Таиланд	13,8	15,2	14,3	18,0	14,2	102,9
Того	0,8	0,9	0,8	0,6	0,9	112,5
Тунис	23,2	21,4	23,8	23,7	26,9	115,9
Украина	5,3	6,9	7,0	5,1	12,0	226,4
Уругвай	16,2	13,0	11,2	12,6	11,3	69,8
Фиджи	18,8	32,5	24,4	18,0	27,1	144,1
Филиппины	24,1	14,4	26,9	27,1	16,7	69,3
Финляндия	23,4	25,1	26,9	102,8	105,7	451,7
Хорватия	34,7	27,7	47,6	37,3	39,3	113,3
Чехия	20,0	7,6	1,5	21,6	22,3	111,5
Чили	14,5	14,1	13,6	13,5	1,9	13,1
Швейцария	50,7	50,5	52,2	48,5	40,7	80,3
Швеция	17,1	20,0	22,9	19,3	25,3	148,0
Эквадор	25,7	10,4	8,8	9,4	14,0	54,5
ЮАР	14,4	14,5	16,8	13,3	13,6	94,4
Ямайка	2,6	6,0	7,5	4,3	7,0	269,2
Все страны	18,9	16,8	16,7	17,8	18,5	97,9

Источник: собственная разработка на основе [16].

Информация, представленная в таблице 2.11, свидетельствует о том, что цены импорта льняных тканей дифференцированы. При этом в ряде стран, не входящих в перечень стран-лидеров, цены импорта выше мировой.

В 2020 г. цена импорта льняных тканей в Финляндии в 5,7 раза превысила мировую цену. В 3 и более раза (в 3,0–3,7 раза) цена импорта льняных тканей превысила мировую цену в таких странах, как Мексика, Саудовская Аравия, Сальвадор. В 2 и более раза (2,0–2,2 раза) – в таких странах, как Швейцария, Барбадос, Хорватия, Маврикий и Пакистан. Превышение цены импорта льняных тканей в 1,5 и более раз (в 1,5–1,8 раза) – в Австрии, Катаре, Боснии и Герцеговине, Лаосе, Малайзии, Норвегии, Болгарии, Ливане, Румынии, Ирландии, Новой Зеландии, Исландии, Фиджи и Тунисе. На 40 % цены импорта льняных тканей выше мировой цены в Сербии и Швеции, на 30 % – в Израиле, Мальте, Канаде, Северной Македонии, Казахстане. В таких странах, как Люксембург, Чехия, Кувейт, Египет, цены импорта льняных тканей на 20 % выше по сравне-

нию с мировой ценой. На 10 % уровень импортных цен выше в Марокко, Перу, Грузии, Никарагуа и Иордании.

В 2020 г. самый низкий уровень цен импорта льняных тканей имеет место в Мавритании – 0,5 долл./кг, Сенегале – 0,9 долл./кг и Монголии – 0,9 долл./кг. Это обусловлено тем, что в этих странах широко распространены в льняной отрасли толлинговые операции, когда льняная ткань импортируется для дальнейшей переработки (окрашивание), а затем она экспортируется обратно.

В исследуемом периоде 2016–2020 гг. в некоторых странах наблюдается рост цены импорта льняных тканей. Наиболее значительно в абсолютном выражении цена импорта льняных тканей выросла в Финляндии на 82,3 долл./кг (в 4,51 раза), в относительном выражении наибольший рост имел место в Бразилии в 8,25 раза или на 29,6 долл./кг. Значительно повысились цены в Казахстане – в 6,2 раза или на 19,6 долл./кг, в Мьянме – в 6 раз или на 5 долл./кг, в Руанде – 4,88 раза или на 6,6 долл./кг, в Египте – в 4,86 раза или на 17 долл./кг. Наиболее резкое падение цены импорта льняных тканей в исследуемом периоде характерно для Зимбабве, цена импорта уменьшилась на 13,8 долл./кг или в 10 раз.

В таблице 2.12 представлена информация о динамике мировых цен импорта по видам льняных тканей за 2016–2020 гг. (льняных тканей неотбеленных или отбеленных и прочих).

Таблица 2.12 – Динамика мировых цен импорта по видам льняных тканей за 2016–2020 гг.

Показатель	Динамика за 2016–2020 гг.					В долл./кг
	2016	2017	2018	2019	2020	Темп роста, %
Мировая цена импорта льняных тканей	18,9	16,8	16,7	17,8	18,5	97,9
Мировая цена импорта льняных тканей неотбеленных или отбеленных (85 % масс. и более масс. льняных волокон)	12,8	12,4	11,7	13,5	14,0	109,4
Отклонение от мировой цены	-6,1	-4,4	-5,0	-4,3	-4,5	-
Мировая цена импорта прочих льняных тканей (85 % масс. и более льняных волокон)	28,9	22,1	22,1	24,6	25,4	87,9
Отклонение от мировой цены	+10,0	+5,3	+5,4	+6,8	+6,9	-
Мировая цена импорта льняных тканей неотбеленных или отбеленных (менее 85% масс. льняных волокон)	8,3	7,5	8,0	7,5	8,2	98,8
Отклонение от мировой цены	-10,6	-9,3	-8,7	-10,3	-10,3	-
Мировая цена импорта льняных тканей прочих (менее 85 % масс. льняных волокон)	18,8	18,6	19,2	20,0	18,4	97,9
Отклонение от мировой цены	-0,1	+1,8	+2,5	+2,2	-0,1	-

Источник: собственная разработка на основе [16].

Из данных таблицы 2.12 следует, что цены импорта по видам льняных тканей существенно дифференцированы. В 2016 г. наиболее высокий уровень цен импорта 28,9 долл./кг сложился на прочие льняные ткани, содержащие 85 % масс. и более льняных волокон, который на 10 долл./кг превышает мировой уровень.

Наиболее низкий уровень цен импорта 8,3 долл./кг характерен для льняных тканей неотбеленных или отбеленных, содержащих 85 % масс. и менее масс. льняных волокон. По сравнению с мировой ценой импорта цена на этот вид ткани ниже на 10,6 долл./кг. В 2020 г. выявленная тенденция сохранилась: самый высокий уровень цен имеют прочие льняные ткани, содержащие 85 % масс. и более льняных волокон (цена на эту ткань выше на 6,9 долл./кг мировой цены), а наименьший уровень цен импорта сформировался на льняные ткани неотбеленные или отбеленные, содержащие 85 % масс. и менее масс. льняных волокон (на 10,3 долл./кг ниже мировой цены).

Минимальный уровень мировой цены импорта льняных тканей 16,7 долл. за кг имел место в 2018 г., а максимальный уровень – 18,9 долл. за кг – наблюдался в 2016 г. В 2020 г. по сравнению с 2016 г. мировая цена импорта льняных тканей снизилась на 2,1 %.

В 2020 г. по сравнению с 2016 г. мировая цена импорта льняных тканей неотбеленных или отбеленных, содержащих 85 % масс. и более масс. льняных волокон, увеличилась на 1,2 долл./кг и составила 14,0 долл./кг. В исследуемом периоде минимальные цены импорта льняных тканей сформировались в 2018 г., а максимальный их уровень сложился в 2020 г.

Максимальная цена импорта прочих льняных тканей, содержащих 85 % масс. и более льняных волокон, сформировалась в 2016 г. (28,9 долл./кг). В 2017–2018 гг. относительно 2016 г. произошло снижение цен импорта на этот вид ткани (22,1 долл./кг). В 2020 г. цена импорта прочих льняных тканей, содержащих 85 % масс. и более льняных волокон, несколько повысилась, но не достигла значения 2016 г. (ниже на 12,1 %).

В исследуемом периоде наиболее высокий уровень цен импорта на льняные ткани неотбеленные или отбеленные, содержащие менее 85 % масс. льняных волокон, сложился в 2016 г. (8,3 долл./кг). Наиболее низкий уровень цен импорта на этот вид ткани имел место в 2017 г. и 2019 г. (7,5 долл./кг). В 2020 г. по сравнению с 2016 г. цена импорта на льняные ткани неотбеленные или отбеленные, содержащие менее 85 % масс. льняных волокон, снизилась на 1,2 %.

Мировая цена импорта прочих льняных тканей, содержащих менее 85 % масс. льняных волокон, имела максимальное значение в 2019 г. (20,0 долл./кг), а минимальное значение цены сложилось в 2020 г. (18,4 долл./кг.). За исследуемый период снижение цены на этот вид ткани составило 2,1 %.

Следует отметить, что динамика мировой цены импорта льняных тканей сохраняется вне зависимости от вида (за исключением льняных тканей неотбеленных или отбеленных, содержащих 85 % масс. и более масс. льняных волокон): она имеет тенденцию к уменьшению.

Проведем анализ динамики уровня цен импорта по видам льняных тканей в разрезе отдельных стран и их отклонений от уровня мировых импортных цен. Данный анализ целесообразно производить по странам, которые импортировали льняные ткани в течение 2016–2020 гг. (табл. 2.13–2.16).

В таблице 2.13 представлена динамика цены импорта льняных тканей неотбеленных или отбеленных, содержащих более 85 % льняных волокон, за 2016–2020 гг. по странам мира, имеющих существенное отклонение от среднего значения.

Таблица 2.13 – Динамика цены импорта льняных тканей неотбеленных или отбеленных, содержащих более 85 % льняных волокон по странам мира, имеющих существенное отклонение от среднего значения

В долл./кг

Страна	Динамика 2016–2020 гг.					Темп роста (баз.), %
	2016	2017	2018	2019	2020	
Наибольшее отклонение в сторону увеличения						
Гватемала	25,7	57,8	39,2	41,8	185,3	721,0
Маврикий	62,7	77,4	67,4	48,7	52,2	83,3
Наибольшее отклонение в сторону уменьшения						
Беларусь	1,4	3,0	3,3	6,2	7,6	542,9
Россия	12,3	9,3	8,1	7,5	7,8	634,1
Мировая цена импорта льняных тканей	12,8	12,4	11,7	13,5	14,0	109,4

Источник: собственная разработка на основе [16].

Данные, приведенные в таблице 2.13, свидетельствуют о том, что в 2020 г. существенное превышение цены импорта льняных тканей неотбеленных или отбеленных, содержащих более 85 % льняных волокон, относительно мирового уровня сложилось в Гватемале (185,3 долл./кг – максимум), Маврикии (52,2 долл./кг). При этом в Гватемале в 2020 г. по сравнению с 2016 г. уровень цены импорта на этот вид ткани вырос в 7,2 раза, то в Маврикии, напротив, произошло его снижение на 16,7 %.

Уровень цен значительно ниже мирового уровня характерен для Беларуси и России.

В таблице 2.14 представлена динамика цены импорта прочих льняных тканей, содержащих более 85 % льняных волокон, по странам мира, имеющих существенное отклонение от среднего значения, за 2016–2020 гг.

Информация в таблице 2.14 свидетельствует о том, что в 2020 г. существенное превышение цены импорта прочих льняных тканей, содержащих более 85 % льняных волокон, относительно мирового уровня сложилось в Ирландии (56,4 долл./кг) и Швейцарии (56,8 долл./кг). Уровень цен значительно ниже мирового уровня сформировался в Ботсване, Того и Ямайке.

Таблица 2.14 – Динамика цены импорта прочих льняных тканей, содержащих более 85 % льняных волокон, по странам мира, имеющих существенное отклонение от среднего значения

В долл./кг

Страна	Динамика 2016–2020 гг.					
	2016	2017	2018	2019	2020	Темп роста (баз.), %
Наибольшее отклонение в сторону увеличения						
Ирландия	26,3	50,8	77,8	52,0	56,4	214,4
Швейцария	52,9	54,1	57,4	53,0	56,8	107,4
Наибольшее отклонение в сторону уменьшения						
Ботсвана	8,5	3,3	1,8	2,4	1,8	21,2
Того	0,8	0,8	0,8	0,6	0,9	112,5
Ямайка	4,0	4,8	6,8	4,4	6,8	170,0
Мировая цена импорта льняных тканей	28,9	22,1	22,1	24,6	25,4	87,9

Источник: собственная разработка на основе [16].

В таблице 2.15 представлена динамика цены импорта льняных тканей неотбеленных или отбеленных, содержащих менее 85 % льняных волокон, по странам мира, имеющих существенное отклонение от среднего значения за 2016–2020 гг.

Таблица 2.15 – Динамика цены импорта льняных тканей неотбеленных или отбеленных, содержащих менее 85 % льняных волокон, по странам мира, имеющих существенное отклонение от среднего значения

В долл./кг

Страна	Динамика 2016–2020 гг.					
	2016	2017	2018	2019	2020	Темп роста (баз.), %
Наибольшее отклонение в сторону увеличения						
Австрия	53,4	17,6	25,4	38,8	40,1	75,1
Ирландия	35,2	14,4	17,9	64,2	82,0	233,0
Северная Македония	41,4	30,8	57,9	45,5	52,6	127,1
Наибольшее отклонение в сторону уменьшения						
Эквадор	7,8	1,3	1,4	2,0	4,5	57,7
Мировая цена импорта льняных тканей	8,3	7,5	8,0	7,5	8,2	98,8

Источник: собственная разработка на основе [16].

В 2020 г. существенное превышение цены импорта льняных тканей неотбеленных и отбеленных, содержащих менее 85 % льняных волокон, относительно мирового уровня сложилось в Австрии (40,1 долл./кг), Ирландии (82,0 долл./кг), Северной Македонии (52,6 долл./кг). Уровень цены значительно ниже мирового уровня в 1,82 раза наблюдается в Эквадоре (цена 4,5 долл./кг против 8,2 долл./кг мировой цены).

В таблице 2.16 представлена динамика цены импорта прочих льняных тканей, содержащих менее 85 % льняных волокон, по странам мира, имеющих

существенное отклонение от среднего значения, за 2016–2020 гг.

Таблица 2.16 – Динамика цены импорта льняных тканей прочих, содержащих менее 85 % льняных волокон, по странам мира, имеющих существенное отклонение от среднего значения

В долл./кг

Страна	Динамика 2016–2020 гг.					
	2016	2017	2018	2019	2020	Темп роста (баз.), %
Наибольшее отклонение в сторону увеличения						
Пакистан	33,0	20,8	22,2	51,0	49,3	149,4
Финляндия	28,2	29,7	34,3	122,9	117,3	416,0
Наибольшее отклонение в сторону уменьшения						
Монголия	1,0	1,1	1,1	1,3	1,8	180,0
Руанда	1,7	4,0	4,8	5,3	5,5	323,5
Украина	3,5	4,4	3,9	5,1	6,4	182,9
Ямайка	3,5	4,9	3,7	1,6	4,0	114,3
Мировая цена импорта льняных тканей	18,8	18,6	19,2	20,0	18,4	97,9

Источник: собственная разработка на основе [16].

Данные, приведенные в таблице 2.16, свидетельствуют о том, что в 2020 г. существенное превышение цены импорта прочих льняных тканей, содержащих менее 85 % льняных волокон, над мировой ценой сложилось в Пакистане (49,3 долл./кг) и Финляндии (117,3 долл./кг – максимум). В 2020 г. по сравнению с 2016 г. цена импорта в этих странах выросла в 1,5 раза и в 4,2 раза соответственно.

В 2020 г. уровень цены импорта значительно ниже мирового на этот вид ткани сформировался в таких странах, как Монголия (ниже на 16,6 долл./кг), Руанда (ниже на 12,9 долл./кг), Украина (ниже на 12 долл./кг) и Ямайка (ниже на 14,4 долл./кг).

Подводя итоги исследования, можно сделать вывод, что в последние несколько лет наблюдается положительная динамика роста экспортных цен. Эта тенденция затронула большинство стран-лидеров производства. Цены экспорта выше мировых продемонстрировали Бельгия, Великобритания, Вьетнам, Германия, Испания, Италия, Турция, Франция и Япония. По наиболее низкой цене в 2020 г. льняные ткани поставлялись на экспорт из Греции. Наиболее высокими темпами росли экспортные цены в России. В ряде стран, не входящих в перечень стран-лидеров, цены экспорта превышают мировые цены. В 2020 г. абсолютный лидер в этой группе стран Финляндия, значительный рост цен произошел в Египте и Молдове.

По мнению экспертов, в 2021–2025 гг. цены экспорта льняных тканей по отдельным странам будут постепенно расти. Наибольший рост цены прогнозируется в Южной Корее, а наименьший – в Великобритании и Польше.

Анализ экспортных цен на отдельные виды льняных тканей показал, что

наиболее высокий уровень цен (выше мировой) сложился на прочие льняные ткани, содержащие 85 % масс. и более льняных волокон. Минимальный уровень экспортных цен сформировался по льняным тканям неотбеленным или отбеленным, содержащим 85 % масс. и менее масс. льняных волокон. Эта тенденция сохранялась на протяжении всего исследуемого периода с 2016 г. по 2020 гг. Следует отметить, что в 2020 г. цены экспорта льняных тканей неотбеленных или отбеленных, содержащих более 85 % льняных волокон, прочих льняных тканей, содержащих более 85 % льняных волокон, существенно превышающие мировые, сложились в Ирландии и Финляндии. Согласно прогнозам экспертов, в 2021–2025 гг. мировые цены экспорта по всем видам льняных тканей будут постепенно расти.

Динамика импортных цен на льняные ткани имеет сходные тенденции с динамикой экспортных цен. В 2016–2020 гг. мировые цены импорта росли, при этом самый высокий уровень цен сложился в США, наиболее низкий – в Греции. В 11 странах уровень цен импорта льняных тканей сложился выше мирового. В 2016–2020 гг. среди отдельных видов льняной ткани самый высокий уровень импортных цен имеют прочие льняные ткани, содержащие 85 % масс. и более льняных волокон, а наименьший уровень – льняные ткани неотбеленные и отбеленные, содержащие 85 % масс. и менее масс. льняных волокон. Уровень цен значительно ниже мирового уровня сформировался в Беларуси и России. В соответствии с прогнозом на 2021–2025 гг. ожидается рост мировой цены импорта льняных тканей, в том числе по отдельным странам. Наибольший рост цены может произойти в Гонконге, а наименьший рост – в Индии. Наивысший уровень импортных цен сохранится в США, а самый низкий – в Южной Корее.

В анализе приведены оптимистичные прогнозы экспортно-импортных цен на льняные ткани. Следует отметить, что текущая геополитическая и экономическая ситуация в мире, в том числе последствия принятых санкций в отношении России и Беларуси, изменения экспортных и импортных поставок, валютные колебания, рост цен на топливо, удобрения, коронавирус и прочие ключевые факторы, могут существенно повлиять на качество прогнозных оценок. Санкции, введенные против всего белорусского экспорта в западные страны, в первые годы сократят импорт из ряда стран в силу необходимости восстановления части старых, а также выстраивания новых торговых и производственных цепочек в стране. В силу сегодняшних санкций импорт может оценочно сократиться в 2022 г. на 5–10 %, экспорт – на 10 % от ВВП, что не может не коснуться и экспорта льняных тканей.

Во многом экономическая ситуация в стране будет зависеть от продолжительности российской специальной военной операции в Украине и ее результатов, от политики не западных экономик мира в отношении России и Евразийского Союза, в первую очередь – Китая и Индии.

Немаловажным фактором является влияние вторичных санкций Запада в отношении компаний, работающих с Республикой Беларусь и Российской Федерацией, что может привести к сокращению или прекращению экономических

отношений со странами СНГ, ближнего зарубежья и Азии, с которыми у Беларуси выстроены торговые и торгово-производственные цепочки: Казахстан, Турция, Вьетнам, Бельгия, Литва, Румыния, Сербия, Нидерланды, США, некоторые арабские страны – основные покупатели льна у Беларуси, не считая Китая и Россию. Наконец, экономическая ситуация в России, скорость налаживания стабильного развития экономики в условиях беспрецедентного разрыва экономических связей с Западом может повлиять на углубленную интеграцию экономик России и Беларуси.

При правильном реформировании и серьезной государственной поддержке льняной подотрасли в Республике Беларусь существует реальная возможность увеличить объемы производства и экспорта не только льняной ткани, но и льняных изделий, в том числе через новые каналы сбыта.

ГЛАВА 3. ИССЛЕДОВАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ НА ЛЬНЯНУЮ ОДЕЖДУ

3.1 Потребительские предпочтения на рынке льняной одежды России

Анализ потребительских предпочтений на рынке льняной одежды России проводился посредством глубинного интервью.

Глубинное интервью – неструктурированное, прямое, личное интервью, в котором одного респондента опрашивает высококвалифицированный интервьюер для определения его основных побуждений, эмоций, отношений и убеждений по определенной теме.

В отличие от обычных опросов в форме анкетирования, глубинное интервью предусматривает наличие сложных вопросов, требующих комментариев и пояснений интервьюера. Длительность интервью составляет не менее 30 мин и может достигать двух часов. В отличие от анкетирования глубинное интервью требует меньшее количество участников. Так, например, при сегментации потребителей, как правило, опрашивается 3–5 человек в каждом сегменте.

В соответствии с планом проведения исследования был разработан гайд для опроса конечных потребителей одежды из льняных и льносодержащих тканей (приложение А). В связи с тем, что современные потребители не хотят тратить много времени на участие в опросе, разработанный гайд содержит 16 емких вопросов, получить ответы, на которые можно в течение 30 минут.

Как показало исследование, одним из наиболее привлекательных внешних рынков сбыта для РУПТ «Оршанский льнокомбинат» является рынок Российской Федерации. Поэтому в качестве конечных потребителей одежды из льняных и льносодержащих тканей выступили жители России.

В связи с тем, что респонденты находились в России, личное интервью осуществлялось в онлайн-формате с использованием приложений Viber, WhatsApp и Skype.

Глубинное интервью конечных потребителей одежды из льняных и льносодержащих тканей Российской Федерации проводилось с 18.04.2021 г. по 23.05.2021 г.

В исследовании приняли участие 27 респондентов. Большинство респондентов проживает в Северо-Западном федеральном округе, а именно в г. Санкт-Петербург и в Псковской области. Респонденты также представляют г. Воронеж, Челябинск, Белгород, Энгельс, Рязань.

Среди респондентов 23 чел. составляют женщины, а 4 чел. – мужчины. Распределение респондентов по возрастным группам представлено в таблице 3.1. Среди респондентов наиболее многочисленной является возрастная группа от 40 до 45 лет, она включает 9 чел., что составляет 33,3 % от общего числа участников. Достаточно представительными также являются возрастные группы респондентов от 30 до 35 лет и от 35 до 40 лет, каждая группа включает по 5 чел. или 18,5 % от общей численности респондентов. Остальные группы явля-

ются менее представительными. К сожалению, не удалось опросить респондентов, относящихся к возрастным группам: от 18 до 25 лет, от 50 до 55 лет и от 60 до 65 лет. Следует отметить, что отсутствие этих возрастных групп не является критичным для исследования.

Таблица 3.1 – Распределение респондентов по возрастным группам

Возрастная группа	Количество респондентов, чел.	Доля группы в общей численности респондентов, %
18–25	–	–
25–30	2	7,4
30–35	5	18,5
35–40	5	18,5
40–45	9	33,3
45–50	3	11,1
50–55	–	–
55–60	–	–
60–65	1	3,7
Старше 65	2	3,7
Всего	27	100

Источник: собственная разработка на основе опроса.

Потребительские предпочтения одежды во многом определяются уровнем доходов респондентов, это один из наиболее важных признаков сегментации потребителей. Принимая во внимание тот факт, что респонденты представляли разные населенные пункты России, где уровень дохода и уровень цен на товары и услуги существенно дифференцирован, вопрос об уровне дохода был сформулирован исходя из его способности покрыть текущие расходы потребителя и возможности приобретения товаров длительного пользования. Распределение респондентов на сегменты по уровню дохода представлено в таблице 3.2.

Таблица 3.2 – Распределение респондентов на сегменты по уровню дохода

Характеристика доходов респондента	Сегмент респондентов	Количество респондентов, чел.	Доля сегмента в общей численности респондентов, %
1	2	3	4
1. Мой месячный доход не в полной мере покрывает мои текущие расходы	Уровень дохода ниже среднего	9	33,3
2. Мой месячный доход достаточен для того, чтобы покрыть мои текущие расходы, но приобретение потребительских товаров длительного пользования (бытовой техники и др.) вызывает определённые трудности	Средний уровень дохода	14	51,9

Окончание таблицы 3.2

1	2	3	4
3. Моего месячного дохода достаточно для покрытия текущих расходов, я без проблем могу приобрести любые потребительские товары	Уровень дохода выше среднего	2	7,4
4. Отказ от ответа	–	1	3,7
Всего		27	100

Источник: собственная разработка на основе опроса.

Данные таблицы 3.2 свидетельствуют о том, что почти 52 % респондентов или 14 чел., которые приняли участие в глубинном интервью, относятся к сегменту «средний уровень дохода». Сегмент потребителей «уровень дохода ниже среднего» составляет 33 % или 9 чел. от общей численности респондентов. Сегмент потребителей «уровень дохода выше среднего» представляют 2 человека или 7,4 % от числа опрошенных. Один респондент отказался отвечать на вопрос. Респонденты, представляющие сегменты «высокий уровень дохода» и «очень высокий уровень дохода», участие в глубинном интервью не принимали.

В таблице 3.3 представлены данные о среднегодовом потреблении легкой верхней одежды по возрастным группам респондентов.

Таблица 3.3 – Среднегодовое потребление легкой верхней одежды по возрастным группам респондентов

Возрастная группа	Среднегодовое потребление легкой верхней одежды, ед.
25–30	3,5
30–35	2,4
35–40	3
40–45	4
45–50	3
60–65	1
Старше 65	2
Среднее значение	3,11

Источник: собственная разработка на основе опроса.

Среди респондентов в возрасте от 25 до 50 лет нет существенных отличий в среднегодовом потреблении легкой верхней одежды. Средний показатель в этих группах находится в диапазоне от 2,4 до 4 ед. В старших возрастных группах респондентов в возрасте от 60 до 65 лет и в возрасте старше 65 лет среднегодовое потребление легкой верхней одежды более низкое и составляет 1 ед. и 2 ед. соответственно.

В целом на основе исследования установлено, что среднегодовое потребление верхней легкой одежды респондентами составляет 3,11 ед.

На рисунке 3.1 представлено распределение респондентов по стилю одежды.

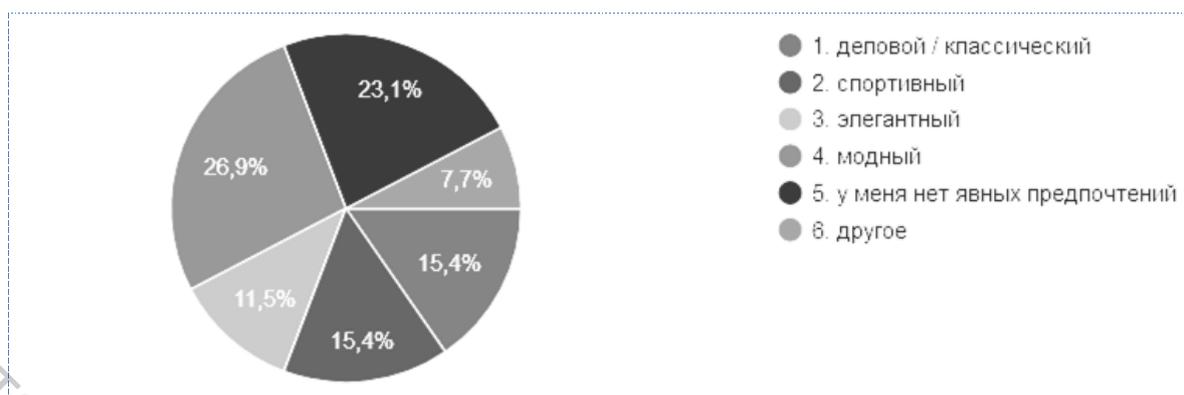


Рисунок 3.1 – Распределение респондентов по стилю одежды

Источник: собственная разработка на основе опроса.

Как видно из рисунка 3.1, наиболее популярным стилем одежды среди респондентов является «модный» (26,9 %), 23,1 % респондентов не имеют явных предпочтений в стиле одежды. По 15,4 % респондентов предпочитают «деловой» и «спортивный» стили в одежде. Три респондента или 11,5 % от общей численности опрошенных выбирают одежду «элегантного» стиля.

На рисунке 3.2 представлено распределение респондентов в зависимости от места приобретения одежды.

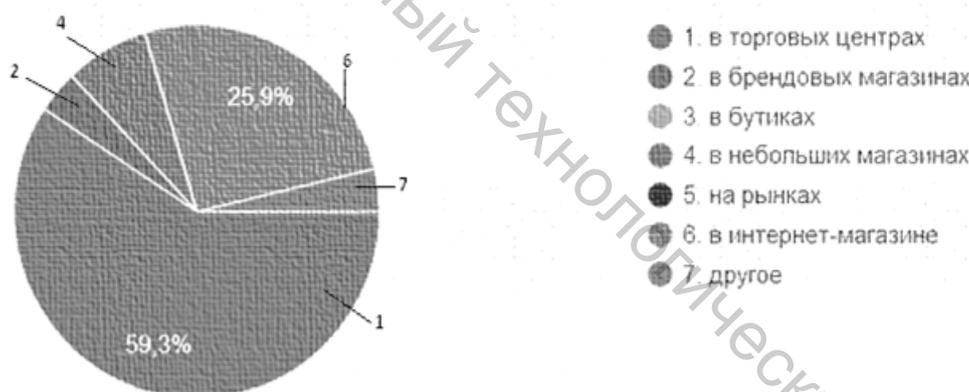


Рисунок 3.2 – Распределение респондентов в зависимости от места приобретения одежды

Источник: собственная разработка на основе опроса.

Данные рисунка 3.2 свидетельствуют о том, что наиболее популярными местами приобретения одежды среди респондентов являются торговые центры (59,3 % или 16 чел.) и интернет-магазины (25,9 % или 7 чел.).

В ходе исследования были определены цены, по которым респонденты приобретают верхнюю легкую одежду вообще, и отдельные виды этой одежды в частности.

В таблице 3.4 представлен диапазон цен, по которым респонденты, как правило, приобретают легкую верхнюю одежду.

Таблица 3.4 – Цены, по которым респонденты приобретают верхнюю легкую одежду

Группа	Диапазон цен, росс. руб.	Численность респондентов, чел.	Доля группы в общей численности респондентов, %
1 группа	3000–30000	1	3,7
	3000–15000	1	3,7
	Итого	2	7,4
2 группа	5000–10000	1	3,7
	4000–10000	1	3,7
	1000–10000	1	3,7
	Итого	3	11,1
3 группа	2000–5000	2	7,4
	4000	1	3,7
	2000–4000	2	7,4
	1000–4000	2	7,4
	Итого	7	25,9
4 группа	3000	1	3,7
	2000–3000	2	7,4
	1000–3000	3	11,1
	2000	1	3,7
	300–2000	2	7,4
	Итого	9	33,3
5 группа	Нет ответа	6	22,2
Всего		27	100

Источник: собственная разработка на основе опроса.

Как видно из таблицы, уровень цен, по которым приобретается верхняя лёгкая одежда, смогли вспомнить и указать 21 респондент из 27. Диапазон цен приобретения верхней легкой одежды включает цены от 300 росс. руб. до 30000 росс. руб.

В связи с тем, что вопрос был открытым, респонденты сами формулировали ответ, это несколько усложнило обработку результатов. Тем не менее, исходя из представленной информации, всех респондентов можно разделить на 4 группы. Наиболее представительными являются 3 и 4 группы, в которые вошли 25,9 % и 33,3 % респондентов соответственно. Среди респондентов 4 группы, цена приобретаемой одежды не превышает 3000 росс. руб., а среди 3 группы – 5000 росс. руб.

Менее представительными являются 1 и 2 группы. Численность респондентов 2 группы составляет 11,1 % от общего числа опрошенных, ее представители приобретают одежду стоимостью до 10000 росс. руб. В 1-ю группу попало 2 респондента или 7,4 % от общей численности опрошенных. Представители этой группы приобретают одежду стоимостью более 10000 росс. руб.

Респондентам также было предложено вспомнить, по каким ценам они приобретают различные виды верхней легкой одежды (табл. 3.5–3.13).

В таблице 3.5 представлены цены женских костюмов, приобретаемых респондентами.

Из данных таблицы видно, что из 27 человек ответы на этот вопрос дали

17 респондентов. В целом диапазон цен приобретения данного товара варьируется в пределах от 2000 росс. руб. до 7000 росс. руб. Условно ответы респондентов можно разделить на 2 группы. Респонденты 1 группы (22,2 %) приобретают женские костюмы по цене 5000 росс. руб. и выше, а респонденты 2 группы (40,8 %) – по цене 4000 росс. руб. и менее.

Таблица 3.5 – Цены женских костюмов, приобретаемых респондентами

Диапазон цен, росс. руб.	Численность респондентов, чел.	Доля группы в общей численности респондентов, %
5000–7000	2	7,4
5000	4	14,8
3500–4000	1	3,7
3000–4000	1	3,7
1000–4000	1	3,7
До 4000	1	3,7
3000	3	11,1
2000–3000	1	3,7
1000–3000	1	3,7
2500	1	3,7
2000	1	3,7
Нет ответа	10	37,0
Всего	27	100,0

Источник: собственная разработка на основе опроса.

В таблице 3.6 представлены цены, по которым респонденты приобретают женские юбки.

Таблица 3.6 – Цены женских юбок, приобретаемых респондентами

Диапазон цен, росс. руб.	Численность респондентов, чел.	Доля группы в общей численности респондентов, %
2000–4000	1	3,7
3000	1	3,7
2000–3000	1	3,7
1000–3000	1	3,7
2000	2	7,4
1500–2000	1	3,7
1000–2000	1	3,7
300–2000	1	3,7
1500	1	3,7
1200	1	3,7
1000	1	3,7
800	1	3,7
700	1	3,7
Нет ответа	10	37,0
Всего	27	100,0

Источник: собственная разработка на основе опроса.

Цены женских юбок смогли указать 17 чел. или 63 % от общего числа респондентов. Цены приобретения женских юбок варьируются в диапазоне от 700 росс. руб. до 4000 росс. руб.

В зависимости от цены приобретения, ответы респондентов можно разделить на 3 группы. Представители 1-й группы (11,1 %) приобретают женские юбки по цене 3000 руб. и выше, представители 2-й группы (14,8 %) – по цене 2000 росс. руб. до 3000 росс. руб., а представители 3-й группы покупают юбки по цене 2000 росс. руб. и ниже.

В таблице 3.7 представлены цены женских брюк.

Таблица 3.7 – Цены женских брюк, приобретаемых респондентами

Диапазон цен, росс. руб.	Численность респондентов, чел.	Доля группы в общей численности респондентов, %
3000–5000	1	3,7
2000–4000	1	3,7
500–4000	1	3,7
3000	2	7,4
2000–3000	1	3,7
До 3000	1	3,7
2500	2	7,4
1500–2500	1	3,7
2000	3	11,1
1000–2000	1	3,7
1000–1500	2	7,4
1000	2	7,4
Нет ответа	9	33,3
Всего	27	100,0

Источник: собственная разработка на основе опроса.

Цены приобретения женских брюк смогли вспомнить и указать 18 респондентов, что составляет около 67 % от общего числа опрошенных. Цены на данный товар варьируются в диапазоне от 1000 росс. руб. до 5000 росс. руб.

Ответы респондентов можно условно разделить на 2 группы. Представители 1-й группы – 8 чел. или 29,6 % – покупают брюки по цене 2000 росс. руб. и выше. Респонденты 2-й группы – это 37 % из общего числа опрошенных, покупают брюки по цене 2000 росс. руб. и ниже.

В таблице 3.8 представлены цены приобретения респондентами платьев, сарафанов. Как видно из таблицы, цены на платья и сарафаны сильно варьируются, разброс цен составляет от 1000 до 7000 росс. руб. В отличие от цен на другие виды одежды, большинство респондентов указали ни диапазон цен, а конкретную цену платья и сарафана.

Условно респондентов можно разбить на 2 группы. Представители 1-й группы приобретают платья и сарафаны по цене 3000 росс. руб. и выше. В данную группу вошли 7 респондентов или 26 % от общего числа опрошенных. Остальные респонденты, ответившие на этот вопрос, приобретают платья и сарафаны по цене не выше 3000 росс. руб.

Таблица 3.8 – Цены платьев, сарафанов, приобретаемых респондентами

Диапазон цен, росс. руб.	Численность респондентов, чел.	Доля группы в общей численности респондентов, %
3000–7000	1	3,7
3000–5000	1	3,7
До 5000	1	3,7
2000–4000	2	7,4
3500	1	3,7
3000	1	3,7
1000–3000	2	7,4
1000–2000	1	3,7
До 3000	1	3,7
2500	1	3,7
2000	2	7,4
1500	3	11,1
1500	1	3,7
1000	1	3,7
Нет ответа	9	33,3
Всего	27	100,0

Источник: собственная разработка на основе опроса.

В таблице 3.9 представлены цены жакетов, приобретаемых респондентами.

Таблица 3.9 – Цены жакетов, приобретаемых респондентами

Диапазон цен, росс. руб.	Численность респондентов, чел.	Доля группы в общей численности респондентов, %
4500	1	3,7
4000	1	3,7
3000–4000	1	3,7
2000–4000	1	3,7
3000	2	7,4
2000–3000	1	3,7
2500	1	3,7
1000–2500	1	3,7
До 2500	1	3,7
До 2000	1	3,7
1500	2	7,4
До 1500	1	3,7
1000	1	3,7
590	1	3,7
Нет ответа	11	40,7
Всего	27	100,0

Источник: собственная разработка на основе опроса.

Цены приобретения жакетов смогли указать менее 60 % респондентов. В целом диапазон цен на данный товар находится в пределах от 590 росс. руб. до 4500 росс. руб. Представляется возможным разделить респондентов на 2 группы.

Респонденты 1-й группы приобретают жакеты по цене от 3000 росс. руб., представители 2-й приобретают, как правило, жакеты по цене ниже 3000 росс. руб.

В таблице 3.10 представлены цены приобретения респондентами мужских костюмов.

Таблица 3.10 – Цены мужских костюмов, приобретаемых респондентами

Диапазон цен, росс. руб.	Численность респондентов, чел.	Доля группы в общей численности респондентов, %
10000–30000	1	3,7
20000	1	3,7
10000	1	3,7
5000–7000	1	3,7
2000–6000	1	3,7
2000–5000	1	3,7
4000	1	3,7
До 4000	1	3,7
3000	2	7,4
2500	1	3,7
2000	1	3,7
Нет ответа	15	55,6
Всего	27	100,0

Источник: собственная разработка на основе опроса.

Цены приобретения мужских костюмов смогли указать только 44 % респондентов. Диапазон цен мужских костюмов варьируется от 2000 росс. руб. до 30000 росс. руб. Условно можно выделить 2 группы респондентов: представители 1-й группы (11,1 %) приобретают костюмы по цене от 10000 росс. руб., 2-й – группы (45 %) – менее 7000 росс. руб.

В таблице 3.11 представлены цены приобретения респондентами мужских брюк.

Таблица 3.11 – Цены мужских брюк, приобретаемых респондентами

Диапазон цен, росс. руб.	Численность респондентов, чел.	Доля группы в общей численности респондентов, %
1	2	3
3000–7000	1	3,7
4000	1	3,7
3000–4000	1	3,7
2000–3000	1	3,7
2500	1	3,7
2000	1	3,7
1500	2	7,4
До 1500	1	3,7

Окончание таблицы 3.11

1	2	3
1000	2	7,4
Нет ответа	16	59,3
Всего	27	100,0

Источник: собственная разработка на основе опроса.

Как видно из данных таблицы 3.11, цены приобретения брюк смогли указать только 11 чел. или 40,7 % . Цены приобретения брюк варьируются в диапазоне от 1000 росс. руб. до 7000 росс. руб. Большая часть респондентов – 8 чел. – приобретают брюки по цене ниже 3000 росс. руб.

В таблице 3.12 представлены цены приобретения респондентами пиджаков.

Таблица 3.12 – Цены пиджаков, приобретаемых респондентами

Диапазон цен, росс. руб.	Численность респондентов, чел.	Доля группы в общей численности респондентов, %
3000–10000	1	3,7
3000–5000	1	3,7
3000–4000	1	3,7
3000	4	14,8
До 2000	1	3,7
1500	1	3,7
1000	1	3,7
Нет ответа	17	63,0
Всего	27	100,0

Источник: собственная разработка на основе опроса.

Цены приобретения пиджаков смогли указать только 10 респондентов, что составляет 37 % от общего числа опрошенных. Цена приобретения данного товара варьируются в диапазоне от 1000 росс. руб. до 10000 росс. руб. Большая часть респондентов (30 %) приобретает пиджаки по цене 3000 росс. руб. и ниже.

В таблице 3.13 представлены цены приобретения респондентами мужских сорочек.

Таблица 3.13 – Цены мужских сорочек, приобретаемых респондентами

Диапазон цен, росс. руб.	Численность респондентов, чел.	Доля группы в общей численности респондентов, %
1	2	3
4000–8000	1	3,7
2000–3000	2	7,4
2000	1	3,7
1500	3	11,1
До 1500	1	3,7

Окончание таблицы 3.13

1	2	3
1000	4	14,8
До 1000	1	3,7
600	2	7,4
Нет ответа	12	44,4
Всего	27	100,0

Источник: собственная разработка на основе опроса.

Среди опрошенных потребителей цены приобретения мужских сорочек указали 55,6 % или 15 чел. Разброс цен приобретения сорочек – от 600 росс. руб. до 8000 росс. руб. Основная доля респондентов 40,7 % или 11 чел. приобретает данный товар по цене ниже 2000 росс. руб.

В процессе проведения глубинного интервью было выявлено, что одежду из льняной и льносодержащей ткани приобретают 55,6 % респондентов или 15 чел. (рис. 3.3).

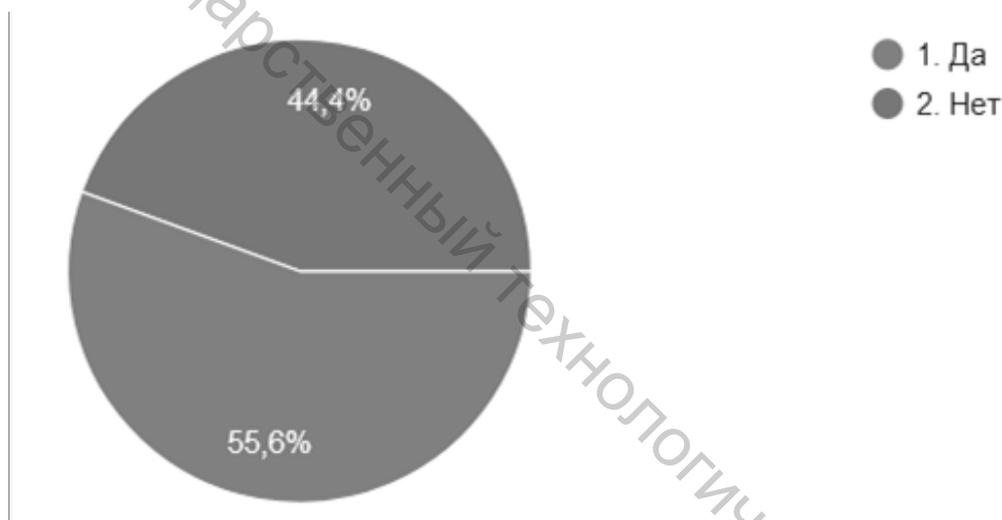


Рисунок 3.3 – Распределение респондентов в зависимости от приобретения одежды из льняной и льносодержащей ткани

Источник: собственная разработка на основе опроса.

Остальные респонденты – 44,4 % или 12 чел. – такую одежду не приобретают.

Основными причинами, по которым респонденты не приобретают одежду из льняной и льносодержащей ткани, являются быстрая сминаемость, жесткость и усадка после стирки, так считают 7 чел. или 58,3 %.

По причине отсутствия льняной одежды в ассортименте торговых объектов, где обычно совершаются покупки, не приобретают одежду 5 чел. или 41,7 % респондентов (рис. 3.4).



Рисунок 3.4 – Причины, по которым респонденты не приобретают одежду из льняной и льносодержащей ткани

Источник: собственная разработка на основе опроса.

На рисунке 3.5 представлены причины, по которым респонденты делают выбор в пользу одежды из льняной и льносодержащей ткани.

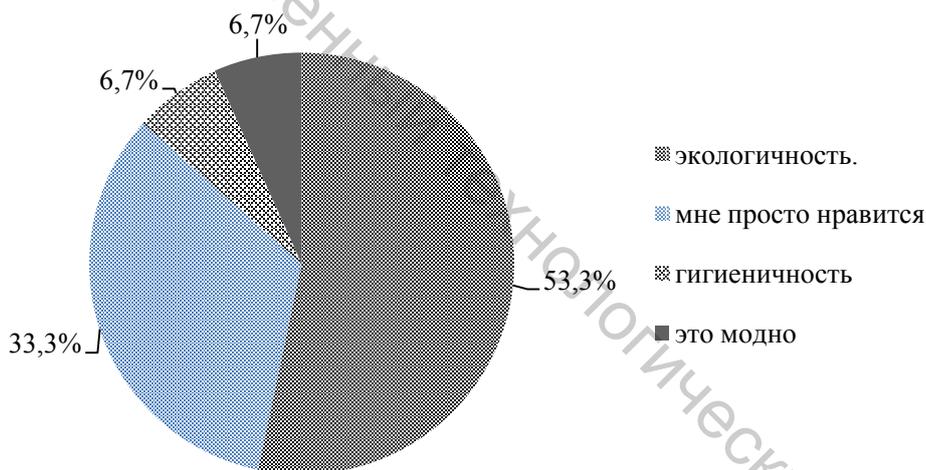


Рисунок 3.5 – Причины, по которым респонденты выбирают одежду из льняной и льносодержащей ткани

Источник: собственная разработка на основе опроса.

Как видно из рисунка 3.5, более 53 % респондентов (8 чел.) выбирают льняную одежду, потому что считают ее экологичной; 33,3 % или 5 респондентам такая одежда «просто нравится».

Респондентам было предложено указать, какую именно одежду из льняной и льносодержащей ткани они приобретают (рис. 3.6.) В связи с тем, что респонденты могли указать несколько видов одежды, то количество ответов на данный вопрос составило 21.

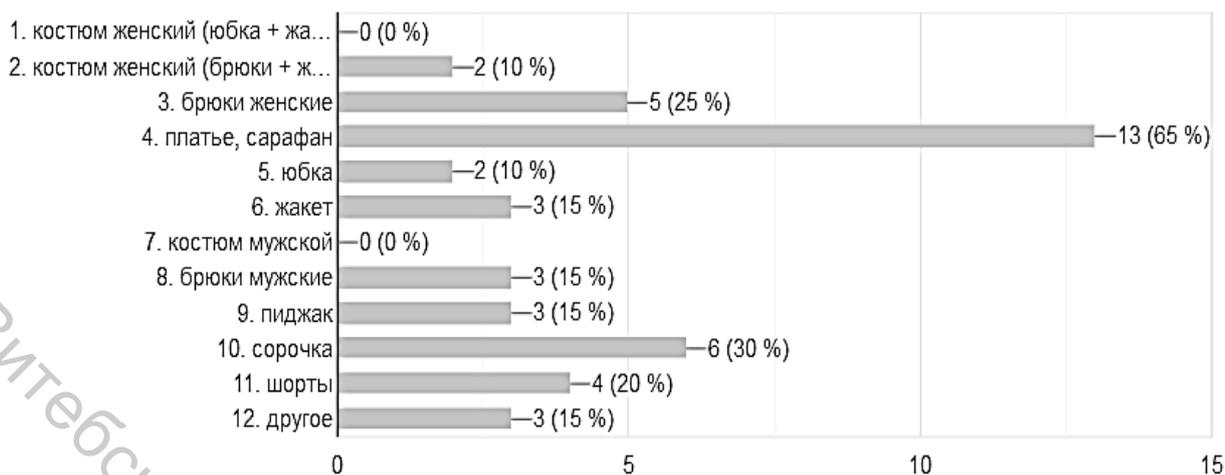


Рисунок 3.6 – Виды одежды, которые приобретают респонденты из льняной и льносодержащей ткани

Источник: собственная разработка на основе опроса.

Как видно из рисунка 3.6, наиболее популярными видами одежды из льняной и льносодержащей ткани являются платье и сарафан. Данный вид одежды приобретали 13 респондентов. На втором месте находятся мужские сорочки (6 чел.), на третьем месте – женские брюки, их приобретало 5 чел., шорты – 4 чел. Такие виды одежды, как женские костюмы (жакет + брюки), жакет, мужские брюки, пиджак, приобретали 15 % респондентов.

В ходе интервью респондентам было предложено назвать страну-производителя приобретаемой льняной одежды (рис. 3.7).

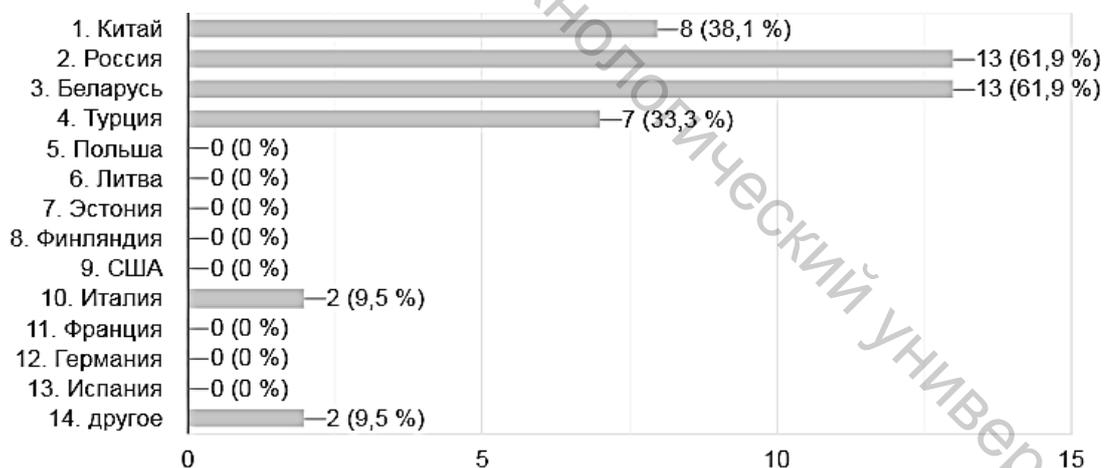


Рисунок 3.7 – Страны-производители льняной одежды, приобретаемой респондентами

Источник: собственная разработка на основе опроса.

Опрос показал, что среди респондентов наиболее часто приобреталась одежда производства России (61,9 %) и производства Беларуси (61,9 %). Более 38 % респондентов покупали одежду китайского производства, а более 33 % –

турецкого производства. Льняную одежду производства Италии покупали 9,5 % опрошенных потребителей.

Респондентам, приобретающим льняную одежду, было предложено назвать наиболее предпочтительную цветовую гамму для такой одежды (рис. 3.8).

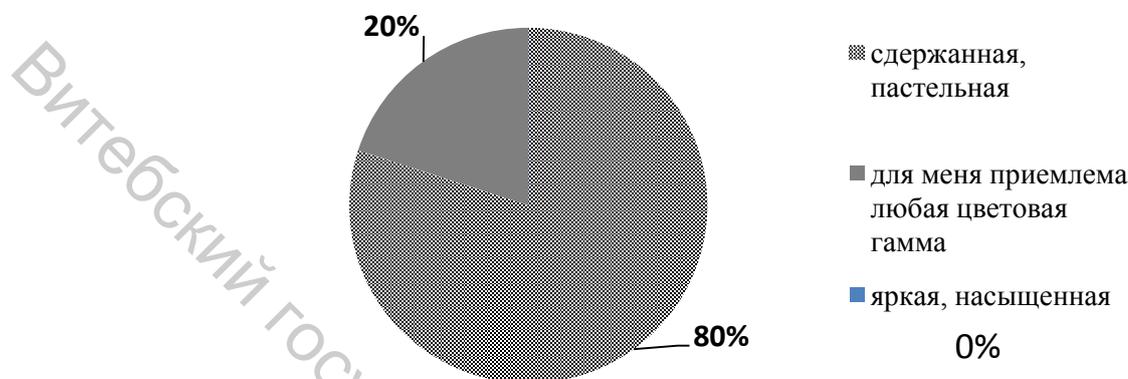


Рисунок 3.8 – Распределение респондентов по предпочтениям цветовой гаммы в одежде из льняной и льносодержащей ткани

Источник: собственная разработка на основе опроса.

Данные рисунка свидетельствуют о том, что 80 % респондентов (12 чел.) предпочитают льняную одежду, выдержанную в сдержанной и пастельной цветовой гамме, для 20 % респондентов (3 чел.) приемлема любая цветовая гамма. Необходимо отметить, что среди респондентов, принявших участие в интервью, нет респондентов, предпочитающих исключительно яркую и насыщенную цветовую гамму льняной одежды.

Помимо предпочтений в цветовой гамме, в рамках исследования выявлены наиболее популярные рисунки льняной ткани (рис. 3.9).

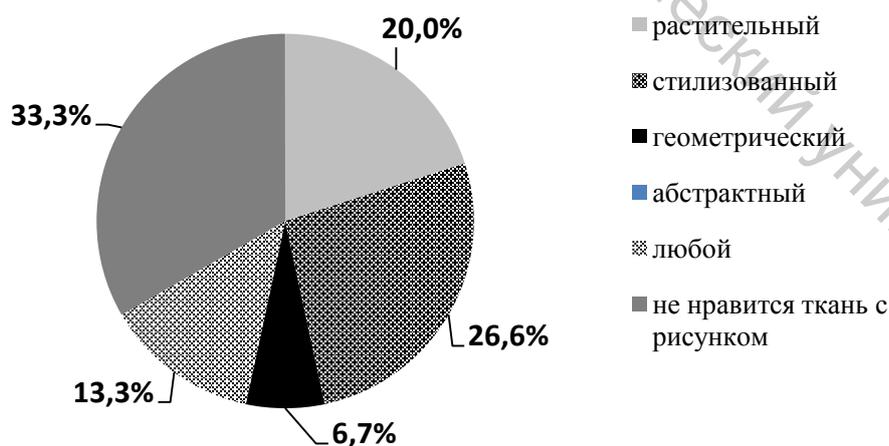


Рисунок 3.9 – Предпочтения респондентов по рисункам льняной и льносодержащей ткани

Источник: собственная разработка на основе опроса.

Из данных рисунка 3.9 видно, что около 66,7 % или 10 респондентов предпочитают льняную ткань с рисунком. Ткань с рисунком не нравится 33,3 % или 5 респондентам. Стилизованный и растительный рисунки наиболее популярны среди опрошенных потребителей – 26,6 % и 20 % соответственно. Следует отметить, что нет респондентов, которым нравится только абстрактный рисунок на ткани. Более 13 % респондентов нравятся любые рисунки на льняной ткани.

В заключение интервью респондентам было предложено описать влияние COVID-19 на их потребительские предпочтения. Так как вопрос был открытым, то респонденты в произвольной форме выражали свое мнение. Поэтому все ответы на данный вопрос были объединены в 2 группы, а именно: 1 группа «COVID-19 не оказал влияние на потребительские предпочтения»; 2 группа «COVID-19 оказал влияние на потребительские предпочтения». В свою очередь ответы 2 группы в зависимости от содержания изменений были разбиты на подгруппы (табл. 3.14).

Таблица 3.14 – Влияние COVID-19 на потребительские предпочтения респондентов

Группы респондентов	Численность респондентов, чел.	Доля группы в общей численности респондентов, %
1. COVID-19 не оказал влияние на потребительские предпочтения	13	48,1
2. COVID-19 оказал влияние на потребительские предпочтения	14	51,9
2.1 Снижение покупательской способности, увеличение расходов на продукты питания и другие товары потребительского спроса из-за роста цен	6	22,2
2.2 Увеличение количества покупок в интернет-магазинах	5	18,5
2.3 Другое	3	11,1
Всего	27	100

Источник: собственная разработка на основе опроса.

Как видно из таблицы 3.14, 13 респондентов (48,1 %) считают, что COVID-19 не оказал влияние на их потребительские предпочтения, тогда как, по мнению, 14 респондентов (51,9 %), их потребительские предпочтения изменились под влиянием COVID-19. При этом 6 респондентов (22,2 %) связывают эти изменения со снижением покупательской способности, увеличением расходов на продукты питания и другие товары потребительского спроса из-за роста цен. Пять респондентов или 18,5 % из числа опрошенных отметили, что из-за COVID-19 основное количество покупок они стали совершать в интернет-магазинах.

В целом на основе глубинного интервью конечных российских потребителей одежды из льняной и льносодержащей ткани можно сделать следующие выводы:

В глубинном интервью конечных потребителей одежды из льняных и льносодержащих тканей приняли участие 27 респондентов. Большинство респондентов проживает в Северо-Западном федеральном округе. Среди респондентов 23 чел. составляют женщины. Респонденты по уровню дохода представляют 3 сегмента: «уровень дохода ниже среднего» – 33 %, «средний уровень дохода» – 52 %, «уровень дохода выше среднего» – 7,4 %. Респонденты сегментов «высокий уровень дохода» и «очень высокий уровень дохода» в глубинном интервью участие не принимали.

Как показало исследование, среднегодовое потребление верхней легкой одежды в целом по респондентам составляет 3,11 ед. Причем среднее потребление одежды за год в большей степени коррелирует с возрастом респондентов. Так, в группах старшего возраста потребление одежды ниже, чем среди респондентов молодого и среднего возрастов. Основная часть респондентов (около 60 %) предпочитают совершать покупки в торговых центрах, более 25 % – в интернет-магазинах.

В ходе исследования установлено, что наблюдается определенная зависимость между уровнем дохода потребителей и ценами приобретения одежды. Так, у респондентов со средним уровнем дохода диапазон цен в 2 раза шире, чем у респондентов с уровнем дохода ниже среднего, а у потребителей с доходом выше среднего – в 3 раза. Кроме того, прослеживается зависимость между минимальной ценой приобретения одежды и уровнем дохода: чем выше доход респондента, тем выше минимальная цена приобретения одежды.

В связи с тем, что ответы респондентов относительно цен на приобретаемые виды одежды не унифицированы, то были определены цены, выше или ниже которых респонденты не приобретают одежду – так называемые «сигнальные цены». По видам одежды сложились следующие «сигнальные цены»: женские костюмы – 4000–5000 росс. руб.; юбки – 2000–3000 росс. руб.; женские брюки – 2000 росс. руб.; платье, сарафан – 3000 росс. руб.; жакеты – 3000 росс. руб.; мужские костюмы – 7000–10000 росс. руб.; мужские брюки – 3000 росс. руб.; пиджаки – 3000 росс. руб.; мужские сорочки – 2000 росс. руб.

Популярность одежды из льняной и льносодержащей ткани среди российских респондентов является средней, так как приобретают такую одежду 55,6 % от общего числа опрошенных. В качестве основных причин приобретения одежды из льняной и льносодержащей ткани респонденты указали «экологичность» и «просто нравится».

К основным причинам, по которым респонденты не приобретают одежду из льняной и льносодержащей ткани, относятся быстрая сминаемость, жесткость и усадка после стирки, отсутствие льняной одежды в ассортименте торговых объектов, где обычно совершаются покупки.

В основном из льняной и льносодержащей ткани респонденты приобретают платья и сарафаны, мужские сорочки, женские брюки и шорты.

Большая часть приобретённой респондентами одежды была произведена в России и Беларуси, также некоторыми респондентами приобреталась одежда

производства Китая, Турции и Италии.

В рамках опроса установлено, что большинству респондентов нравится льняная ткань, выдержанная в сдержанной и пастельной цветовой гамме, а наиболее популярными рисунками являются стилизованный и растительный. Кроме того, не нравятся рисунки на ткани более 30 % респондентам.

Мнения респондентов относительно влияния COVID-19 на потребительские предпочтения разделились практически поровну. Влияние пандемии на свои потребительские предпочтения отмечают 52 % респондентов, а 48 % считают, что COVID-19 не оказал на них влияние. Причем, по мнению 22 % респондентов, влияние связано со снижением покупательской способности, а 18,5 % стали большую часть покупок совершать в интернет-магазинах.

3.2 Потребительские предпочтения на рынке льняной одежды Беларуси

На рынке Республики Беларусь РУПТП «Оршанский льнокомбинат» является единственным производителем льняных и льносодержащих тканей.

Если при исследовании потребительских предпочтений жителей России использовался метод глубинного интервью, то в Беларуси потребительские предпочтения изучались посредством анкетирования. Разработанная анкета в формате Google Forms рассылалась респондентам на Viber и электронную почту. Респонденты самостоятельно отвечали на поставленные вопросы. Опрос проводился с 01.02.2022 по 15.03.2022.

В исследовании приняли участие 136 респондентов, они представляют все регионы Республики Беларусь. Среди респондентов 111 чел. составляют женщины, а 25 чел. – мужчины. Распределение респондентов по возрастным группам представлено в таблице 3.15.

Таблица 3.15 – Распределение респондентов по возрастным группам

Возрастная группа	Количество респондентов, чел.	Доля группы в общей численности респондентов, %
18–25	50	36,8
25–30	14	10,3
30–35	4	2,9
35–40	17	12,5
40–45	22	16,2
45–50	12	8,8
50–55	–	–
55–60	7	5,1
60–65	6	4,4
Старше 65	4	2,9
Всего	136	100

Источник: собственная разработка на основе опроса потребителей.

В зависимости от возраста все респонденты были разбиты на 10 групп. Среди респондентов наиболее многочисленной является возрастная группа от 18 до 25 лет, она включает 50 чел. или 36,8 % от общего числа участников опроса. Зарубежный опыт проведения исследований по выявлению потребительских предпочтений на льняную одежду показывает [13], что мнению респондентов в возрасте до 35 лет уделяется особое внимание, и их доля в общей численности участников опроса весьма существенна. Именно поэтому и в нашем исследовании доля респондентов в возрасте до 35 лет составляет 50 %.

Достаточно представительными также являются возрастные группы респондентов от 40 до 45 лет и от 35 до 40 лет, которые занимают соответственно 16,2 % и 12,5 % в общей численности опрошенных. В остальных группах численность респондентов меньше. В опросе не приняли участия респонденты в возрасте от 50 до 55 лет, но это не оказало влияния на достоверность исследования, так как не выявлено резких отличий в потреблении легкой верхней одежды по возрастным группам. Исключение составляют респонденты в возрасте 60+ (табл. 3.16), у которых среднегодовое потребление легкой верхней одежды не превышает 2–2,5 единицы.

Как видно из данных таблицы 3.16, среднегодовое потребление легкой верхней одежды по всем возрастным группам составило 4,11 ед. Наиболее высокий уровень потребления одежды 5,5 ед. наблюдается у респондентов в возрасте от 30 до 35 лет (5,5 ед.) и у респондентов в возрасте от 55 до 60 лет (5 ед.). В целом более молодые респонденты (до 35 лет) потребляют одежды несколько больше, чем люди более старшего возраста.

Таблица 3.16 – Среднегодовое потребление легкой верхней одежды по возрастным группам респондентов

Возрастная группа	Среднегодовое потребление легкой верхней одежды, ед.
18–25	4
25–30	4,5
30–35	5,5
35–40	4
40–45	3
45–50	3,5
55–60	5
60–65	2
Старше 65	2,5
Среднее значение	4,11

Источник: собственная разработка на основе опроса потребителей.

В таблице 3.17 представлено распределение респондентов на сегменты по уровню дохода.

Как видно из таблицы 3.17, участники опроса представляют только три сегмента из пяти возможных. Так, большинство респондентов 61 чел. или 44,9 % относятся к сегменту «средний уровень дохода». Примерно одинаково пред-

ставлены сегменты потребителей «уровень дохода ниже среднего» и «уровень дохода выше среднего» – около 25 %.

Таблица 3.17 – Распределение респондентов на сегменты по уровню дохода

Характеристика доходов респондента	Сегмент респондентов	Количество респондентов, чел.	Доля сегмента в общей численности респондентов, %	Среднегодовое потребление легкой верхней одежды, ед.
1. Мой месячный доход не в полной мере покрывает мои текущие расходы	Уровень дохода ниже среднего	35	25,7	3,77
2. Мой месячный доход достаточен для того, чтобы покрыть мои текущие расходы, но приобретение потребительских товаров длительного пользования (бытовой техники и др.) вызывает определённые трудности	Средний уровень дохода	61	44,9	3,85
3. Моего месячного дохода достаточно для покрытия текущих расходов, я без проблем могу приобрести любые потребительские товары	Уровень дохода выше среднего	34	25,0	5,24
4. Нет ответа	–	6	4,4	2,5
Всего		136	100	4,11

Источник: собственная разработка на основе опроса потребителей.

Среди респондентов не оказалось представителей сегментов «высокий уровень дохода» и «очень высокий уровень дохода», а 6 чел. на вопрос не ответили. Кроме того, просматривается зависимость между уровнем доходов респондентов и среднегодовым потреблением легкой верхней одежды – чем выше уровень дохода, тем больше одежды приобретает респондент.

При этом превышение потребления одежды в сегменте «средний уровень дохода» над потреблением одежды в сегменте «уровень дохода ниже среднего» составляет всего 0,08 ед., а в сегменте «уровень дохода выше среднего» по сравнению с сегментом «средний уровень дохода» превышение составило 1,39 ед.

В таблице 3.18 представлено распределение респондентов по стилю одежды. Данные таблицы показывают, что 72,5 % респондентов придерживаются определенного стиля в одежде, и только у 27,5 % опрошенных нет явных предпочтений. Наиболее популярным стилем одежды у респондентов является деловой, его предпочитают 36 чел. или 26,8 %, элегантный стиль нравится 16,7 % респондентам, на доли спортивного и модного стилей приходится по 11,6 %.

Таблица 3.18 – Распределение респондентов по стилю одежды

Стиль одежды	Количество респондентов, чел.	Доля группы в общей численности респондентов, %
1. Деловой	36	26,8
2. Спортивный	16	11,6
3. Элегантный	23	16,7
4. Модный	16	11,6
5. Нет явных предпочтений	37	27,5
6. Другое	8	5,8
Всего	136	100

Источник: собственная разработка на основе опроса потребителей.

В таблице 3.19 представлено распределение респондентов в зависимости от места приобретения одежды (респондентам предлагалось выбрать один ответ).

Самым популярным местом приобретения одежды у 59,6 % респондентов являются торговые центры, на втором месте находятся интернет-магазины, там покупки совершают 11,8 % опрошенных. Примерно одинаковую популярность среди респондентов имеют покупки одежды в брендовых и небольших магазинах, на рынках. Одежду в секонд-хендах приобретают 2,2 % респондентов.

Таблица 3.19 – Распределение респондентов в зависимости от места приобретения одежды

Место приобретения одежды	Количество респондентов, чел.	Доля группы в общей численности респондентов, %
1. Торговые центры	81	59,6
2. Интернет-магазины	16	11,8
3. Небольшие магазины	11	8,1
4. Брендовые магазины	12	8,8
5. Рынки	10	7,4
6. Другое (3 чел. секонд-хенд)	6	4,4
Всего	136	100

Источник: собственная разработка на основе опроса потребителей.

В ходе исследования были установлены средние цены, по которым респонденты обычно приобретают верхнюю легкую одежду, и цены на отдельные виды этой одежды.

В таблице 3.20 представлен диапазон цен, по которым респонденты, как правило, приобретают легкую верхнюю одежду.

Как видно из таблицы, цены приобретения верхней лёгкой одежды указал 101 чел. или 74,3 % об общей численности респондентов. Диапазон цен приобретения верхней легкой одежды начинается от 20 руб. и заканчивается 500 руб.

Таблица 3.20 – Цены, по которым респонденты приобретают верхнюю легкую одежду

Диапазон цен, руб.	Численность респондентов, чел.	Доля группы в общей численности респондентов, %
1 группа До 50	14	10,1
2 группа 50–100	12	8,7
3 группа 100–150	42	30,9
4 группа 150–200	15	11
5 группа Свыше 200	18	13,1
6 группа не указали	35	25,7
Всего	136	100

Источник: собственная разработка на основе опроса потребителей.

Наибольшую долю среди респондентов занимают представители 3 группы (30,9 %), которые приобретают легкую верхнюю одежду по цене от 100 до 150 руб. Распределение респондентов по остальным группам можно назвать примерно одинаковым.

Респондентам было предложено вспомнить, по каким ценам они приобретают различные виды верхней легкой одежды (табл. 3.21–3.29).

В таблице 3.21 представлены цены женских костюмов, приобретаемых респондентами.

Таблица 3.21 – Цены женских костюмов, приобретаемых респондентами

Диапазон цен, руб.	Численность респондентов, чел.	Доля группы в общей численности респондентов, %
До 50	3	2,2
50–100	12	8,8
100–150	38	27,9
150–200	12	8,8
200–250	4	2,9
250–300	8	5,9
300–500	4	2,9
Итого ответили на вопрос	81	59,6
Не указали	55	40,4
Всего	136	100,0

Источник: собственная разработка на основе опроса потребителей.

Данные таблицы показывают, что из 136 респондентов ответы на этот во-

прос дали 81 чел. или 59,6 % респондентов. Результаты опроса свидетельствуют о том, что наибольшее число респондентов 38 чел. или 34,4 % (из респондентов, ответивших на вопрос) приобретают женские костюмы по цене от 100 до 150 руб. Существенны доли тех респондентов (по 15 % каждая), которые приобретают женские костюмы по цене от 50 до 100 руб. и по цене от 150 до 200 руб.

В таблице 3.22 представлены цены, по которым респонденты приобретают женские юбки.

Таблица 3.22 – Цены женских юбок, приобретаемых респондентами

Диапазон цен, руб.	Численность респондентов, чел.	Доля группы в общей численности респондентов, %
До 50	24	17,6
50–100	48	35,3
100–150	13	9,6
Итого ответили на вопрос	85	62,5
Не указали	51	37,5
Всего	136	100,0

Источник: собственная разработка на основе опроса потребителей.

Цены на женские юбки указали 85 чел., что соответствует 62,5 % опрошенных. Цены на юбки варьируются в диапазоне от 25 руб. до 150 руб. Наибольшее число респондентов 48 чел. или 56,5 % из числа ответивших на вопрос приобретают юбки по цене от 50 до 100 руб. Около 28 % респондентов, ответивших на вопрос, приобретают юбки по цене до 50 руб.

Цены на женские брюки указали 88 чел. или 64,7 % от общего числа респондентов (табл. 3.23).

Таблица 3.23 – Цены женских брюк, приобретаемых респондентами

Диапазон цен, руб.	Численность респондентов, чел.	Доля группы в общей численности респондентов, %
До 50	15	11,0
50–100	48	35,3
100–150	21	15,4
150–200	2	1,5
200–250	1	0,7
250–300	1	0,7
Итого ответили на вопрос	88	64,7
Не указали	48	35,3
Всего	136	100,0

Источник: собственная разработка на основе опроса потребителей.

Опрос показал, что диапазон цен на женские брюки широк и составляет от 20 до 300 руб. При этом более половины респондентов (54,5 %), которые ответили на вопрос, приобретают женские брюки по цене от 50 до 100 руб., около 24 % ответивших покупают брюки от 100 до 150 руб., а 17 % – по цене ниже 50 руб.

В таблице 3.24 представлены цены приобретения респондентами платьев и сарафанов.

Таблица 3.24 – Цены платьев, сарафанов, приобретаемых респондентами

Диапазон цен, руб.	Численность респондентов, чел.	Доля группы в общей численности респондентов, %
До 50	15	11,0
50–100	31	22,8
100–150	25	18,4
150–200	11	8,1
200–250	4	2,9
250–300	4	2,9
Итого ответили на вопрос	90	66,2
Не указали	46	33,8
Всего	136	100,0

Источник: собственная разработка на основе опроса потребителей.

Как видно из таблицы 3.24, платья и сарафаны приобретают 90 чел. или 66,2 % респондентов. Диапазон цен на эти товары варьируется от 20 до 300 руб. Наибольшая часть респондентов (34,4 %), давших ответ, покупают платья и сарафаны по цене от 50 до 100 руб., значительна доля тех (27,8 %), кто приобретает эти товары, по цене от 100 до 150 руб. Наименьшая часть ответивших приобретает платья и сарафаны по цене свыше 200 руб.

Распределение респондентов в зависимости от цен приобретения жакетов представлено в таблице 3.25.

Таблица 3.25 – Цены жакетов, приобретаемых респондентами

Диапазон цен, руб.	Численность респондентов, чел.	Доля группы в общей численности респондентов, %
До 50	13	9,6
50–100	32	23,5
100–150	18	13,2
150–200	9	6,6
200–300	4	2,9
Итого ответили на вопрос	76	55,9
Не указали	60	44,1
Всего	136	100,0

Источник: собственная разработка на основе опроса потребителей.

Цены приобретения жакетов указали 56 % респондентов. В целом диапазон цен на данный товар находится в пределах от 30 руб. до 300 руб. При этом подавляющая часть (42 % респондентов), давших ответ, приобретает жакеты по цене от 50 до 100 руб., 23,7 % ответивших – по цене от 100 до 150 руб.

В таблице 3.26 представлены цены приобретения респондентами мужских костюмов.

Таблица 3.26 – Цены мужских костюмов, приобретаемых респондентами

Диапазон цен, руб.	Численность респондентов, чел.	Доля группы в общей численности респондентов, %
До 100	3	2,2
100–150	11	8,1
150–200	8	5,9
200–250	6	4,4
200–300	7	5,1
300–350	9	6,6
350–450	7	5,1
Итого ответили на вопрос	51	37,5
Не указали	85	62,5
Всего	136	100

Источник: собственная разработка на основе опроса потребителей.

Цены приобретения мужских костюмов указал 51 чел. или 37,5 % от общего числа респондентов. В целом цены приобретения мужских костюмов варьируются в диапазоне от 60 руб. до 450 руб. В отличие от других товаров, респонденты, ответившие на вопрос по ценовому диапазону мужских костюмов, распределились равномерно.

Несколько больше среди ответивших тех, которые покупают мужские костюмы по цене от 100 до 150 руб., они составляют 21,6 % от числа опрошенных, ответивших на вопрос.

В таблице 3.27 представлены цены приобретения респондентами мужских брюк.

Таблица 3.27 – Цены мужских брюк, приобретаемых респондентами

Диапазон цен, руб.	Численность респондентов, чел.	Доля группы в общей численности респондентов, %
До 50	5	3,7
50–100	32	23,5
100–150	14	10,3
150–200	5	3,7
200–300	3	2,2
Итого ответили на вопрос	59	43,4
Не указали	77	56,6
Всего	136	100,0

Источник: собственная разработка на основе опроса потребителей.

Как видно из данных таблицы, цену мужских брюк указали всего 59 чел. или 43,4 %. Мужские брюки приобретаются ответившими респондентами от 30 до 300 руб. При этом большая часть 54,2 % ответивших на вопрос покупают брюки по цене от 50 до 100 руб.

В таблице 3.28 представлены цены приобретения респондентами пиджаков.

Таблица 3.28 – Цены пиджаков, приобретаемых респондентами

Диапазон цен руб.	Численность респондентов, чел.	Доля группы в общей численности респондентов, %
До 50	5	3,7
50–100	18	13,2
100–150	10	7,4
150–200	11	8,1
200–300	13	9,6
Итого ответили на вопрос	57	41,9
Не указали	79	58,1
Всего	136	100,0

Источник: собственная разработка на основе опроса потребителей.

На вопрос относительно цены приобретения пиджаков ответили 42 % респондентов. Ответившие на вопрос респонденты по ценовому диапазону пиджаков распределились более равномерно, чем по другим товарам. Несколько больше, давших ответ, приобретают пиджаки по цене от 50 до 100 руб.

В таблице 3.29 представлены цены приобретения респондентами мужских сорочек.

Таблица 3.29 – Цены мужских сорочек, приобретаемых респондентами

Диапазон цен, руб.	Численность респондентов, чел.	Доля группы в общей численности респондентов, %
До 50	24	17,6
50–100	26	19,1
100–150	10	7,4
150–200	3	2,2
Итого ответили на вопрос	63	46,3
Не указали	73	53,7
Всего	136	100,0

Источник: собственная разработка на основе опроса потребителей.

Среди опрошенных потребителей цены мужских сорочек указали 46,3 % или 63 чел. Разброс цен на сорочки, по данным опроса, – от 20 руб. до 200 руб. В тоже время более 41 % ответивших респондентов приобретают мужские сорочки по цене от 50 до 100 руб., а 38 % – по цене до 50 руб.

Опрос показал, что одежду из льняной и льносодержащей ткани приобретают 52,6 % респондентов или 72 чел. (рис. 3.10). Остальные респонденты – 47,4 % или 64 чел. – такую одежду не приобретают.

Основными причинами, по которым респонденты не приобретают одежду из льняной и льносодержащей ткани, являются быстрая сминаемость, жесткость и усадка после стирки, так считают 40 чел. или 62 % от общего числа респондентов, не приобретающих льняную одежду. По причине отсутствия льняной одежды в ассортименте торговых объектов, где обычно совершаются

покупки, не приобретают одежду 23 чел. или 36 % от общего числа респондентов, не приобретающих льняную одежду.

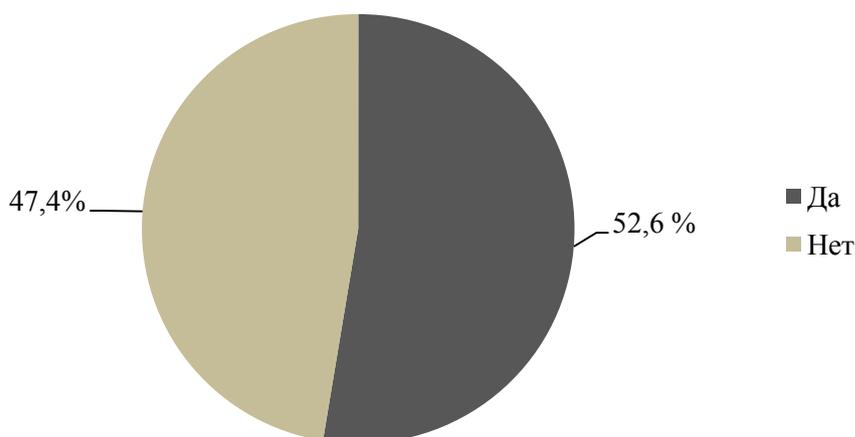


Рисунок 3.10 – Распределение респондентов в зависимости от приобретения одежды из льняной и льносодержащей ткани

Источник: собственная разработка на основе опроса потребителей.

В таблице 3.30 представлены причины, по которым респонденты делают выбор в пользу одежды из льняной и льносодержащей ткани.

Таблица 3.30 – Причины, по которым респонденты выбирают одежду из льняной и льносодержащей ткани

Причина выбора льняной одежды	Количество респондентов, чел.	Доля респондентов, %
1 Экологичность, натуральность	34	47,1
2 Мне просто нравится	24	32,9
3 Гигиеничность	6	8,6
4 Не дали ответ	5	7,1
5 Это модно	1	1,4
6 Другое	2	2,9
Всего	72	100

Источник: собственная разработка на основе опроса потребителей.

Как видно из таблицы, более 47 % респондентов предпочитают льняную одежду, потому что считают ее экологичной, а 33 % респондентов такая одежда «просто нравится».

Респондентам было предложено указать, какую именно одежду из льняной и льносодержащей ткани они приобретают. Респонденты могли дать несколько ответов на данный вопрос, поэтому общее количество ответов составило 184 (табл. 3.31).

Таблица 3.31 – Виды одежды, которые приобретают респонденты из льняной и льносодержащей ткани

Вид одежды	Количество респондентов, чел.	Доля респондентов, %*
1. Платье, сарафан	43	59,7
2. Брюки женские	24	33,3
3. Шорты	21	29,2
4. Сорочка	20	27,8
5. Костюм женский (брюки + жакет)	15	20,8
6. Юбка	12	16,7
7. Костюм женский (юбка + жакет)	11	15,3
8. Брюки мужские	11	15,3
9. Пиджак	9	12,5
10. Жакет	7	9,7
11. Костюм мужской	5	6,9
12. Другое	6	8,3
Всего	184	X

* – удельный вес рассчитывался относительно респондентов, которые приобретали льняную одежду (72 чел.)

Источник: собственная разработка на основе опроса потребителей.

Как видно из таблицы, наиболее популярными видами одежды из льняной и льносодержащей ткани являются платья и сарафаны. Данный вид одежды приобретали почти 60 % респондентов, более 33 % – приобретали женские брюки, более 29 % – шорты. Мужские сорочки приобретали около 28 % опрошенных.

В ходе опроса респондентам было предложено указать страну-производителя приобретаемой льняной одежды (табл. 3.32), при этом респонденты могли указать несколько ответов.

Таблица 3.32 – Страны-производители льняной одежды, приобретаемой респондентами

Страна-производитель	Количество респондентов, чел.	Доля группы в общей численности респондентов, %*
1	2	3
1. Беларусь	66	91,7
2. Турция	19	26,4
3. Россия	11	15,3
4. Китай	9	12,5
5. Польша	5	6,9
6. Литва	3	4,2
7. Испания	3	4,2
8. Италия	2	2,8
9. Эстония	1	1,4
10. Финляндия	1	1,4
11. США	1	1,4

Окончание таблицы 3.32

1	2	3
12. Франция	1	1,4
13. Германия	1	1,4
14. Украина	1	1,4
Всего	124	X

* – удельный вес рассчитывался относительно респондентов, которые приобретали льняную одежду (72 чел.)

Источник: собственная разработка на основе опроса потребителей.

На основе опроса установлено, что респонденты приобретали льняную одежду производства 14 стран. Однако подавляющее число респондентов 91,7 % или 66 чел. – покупали льняную одежду белорусского производства, 26,4 % или 19 чел. – одежду турецкого производства. Льняную одежду производства России приобретали 15,3 % респондентов, китайского производства – 12,5 %.

Респондентам, приобретающим льняную одежду, было предложено назвать наиболее предпочтительную цветовую гамму для такой одежды (рис. 3.11).

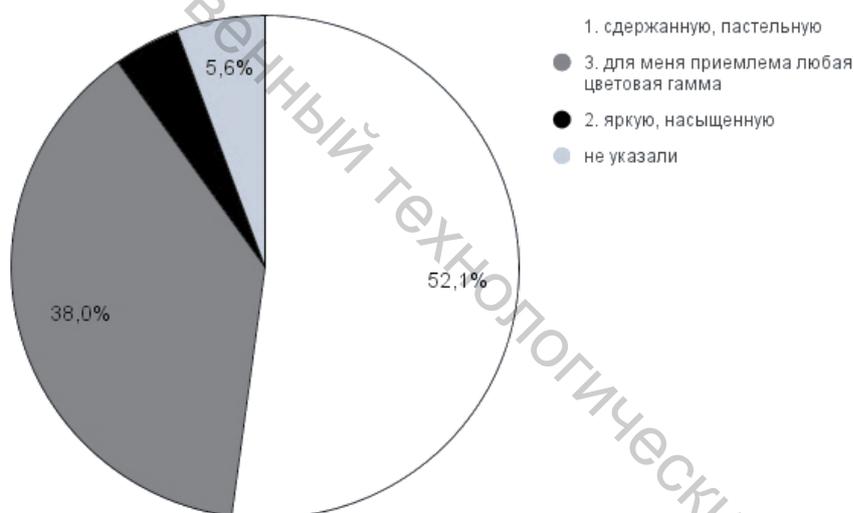


Рисунок 3.11 – Распределение респондентов по предпочтениям цветовой гаммы в одежде из льняной и льносодержащей ткани

Источник: собственная разработка на основе опроса потребителей.

Данные рисунка свидетельствуют о том, что 52,1 % респондентов (38 чел.) предпочитают льняную одежду, выдержанную в сдержанной и пастельной цветовой гамме, для 38 % респондентов (27 чел.) приемлема любая цветовая гамма, яркую насыщенную цветовую гамму предпочитают 4,3 % опрошенных.

Помимо предпочтений в цветовой гамме, в рамках исследования, выявлены наиболее популярные рисунки льняной ткани (табл. 3.33).

Таблица 3.33 – Предпочтения респондентов по рисункам льняной и льносодержащей ткани

Рисунок на ткани	Количество респондентов, чел.	Доля группы в общей численности респондентов, %
1. Отсутствует (мне не нравится ткань с рисунком)	29	40,8
2. Любой	21	29,6
3. Геометрический	7	9,9
4. Растительный	5	7,0
5. Стилизованный	4	5,6
6. Абстрактный	2	2,8
7. Не указали	3	4,2
Всего	72	100

Источник: собственная разработка на основе опроса потребителей.

Из данных таблицы видно, что около 55 % респондентов предпочитают льняную ткань с рисунком, а 40,8 % респондентам нравится ткань без рисунка.

Причем 29,6 % респондентам, из общего числа опрошенных, подходит любой рисунок. Четко свои предпочтения относительно рисунка ткани указали 25,3 % респондентов. Из общего числа респондентов геометрический рисунок нравится 9,9 %, растительный – 7 %, стилизованный – 5,6 %. Наименее популярной является ткань с абстрактным рисунком (2,8 %).

В таблице 3.34 представлены ответы респондентов по поводу влияния COVID-19 на их потребительские предпочтения. Хотя, в свете последних экономических и политических событий, данный вопрос исчерпал свою актуальность.

Таблица 3.34 – Влияние COVID-19 на потребительские предпочтения респондентов

Группы респондентов	Численность респондентов, чел.	Доля группы в общей численности респондентов, %
1. COVID-19 не оказал влияние на потребительские предпочтения	56	41,2
2. COVID-19 оказал влияние на потребительские предпочтения	32	23,5
2.1 Снижение покупательской способности, увеличение расходов на продукты питания, лекарства и другие товары потребительского спроса из-за роста цен	14	10,3
2.2 Увеличение количества покупок в интернет-магазинах	8	5,9
2.3 Другое	10	7,4
3. Затруднились ответить	48	35,3
Всего	136	100

Источник: собственная разработка на основе опроса потребителей.

Среди опрошенных 41,2 % или 56 респондентов указали, что COVID-19 не оказал влияния на их потребительские предпочтения, 48 чел. или 35,3 % затруднились ответить на этот вопрос. Среди респондентов только 23,5 % считают, что их потребительские предпочтения изменились из-за COVID-19. При этом в большинстве случаев изменения вызваны снижением покупательской способности, ростом расходов на товары повседневного спроса. Вторым по популярности является ответ – увеличение покупок через интернет-магазины.

В целом на основе проведенного исследования отечественных потребителей можно сделать следующие выводы.

В опросе приняли участие 136 чел. в возрасте от 18 до 65 лет и старше, представляющие все регионы Республики Беларусь. Среди респондентов 81,6 % – это женщины. Среди респондентов 45 % относятся к сегменту «средний уровень дохода», 26 % – к сегменту «уровень дохода ниже среднего» и 25 % представляют сегмент «уровень дохода выше среднего».

На основе опроса установлено, что среднегодовое потребление легкой верхней одежды среди отечественных респондентов составляет 4,11 единицы. Выявлена определённая взаимосвязь между возрастом респондентов и среднегодовым потреблением одежды: потребление одежды среди респондентов в возрасте от 18 до 40 лет несколько выше, чем у респондентов более старшего возраста. Кроме того, среднегодовое потребление одежды напрямую зависит от доходов респондентов. Если отличия в потреблении одежды у респондентов сегментов «средний уровень дохода» и «уровень дохода ниже среднего» не значительны, то разрыв в среднегодовом потреблении между этими сегментами и сегментом «уровень дохода выше среднего» весьма заметный.

Самым популярным местом совершения покупок одежды у 60 % респондентов являются торговые центры, 11,8 % покупают одежду в интернет-магазинах. Определенного стиля в одежде придерживается 72,5 % респондентов, большая часть респондентов 26,8 % предпочитают деловой стиль.

На основе опроса выявлены наиболее приемлемые диапазоны цен по видам одежды. В целом большая часть респондентов приобретает легкую верхнюю одежду по цене от 100 до 150 руб. Для потребителей наиболее приемлемыми ценами на женские юбки, женские брюки, мужские сорочки являются цены от 50 до 100 руб., на женские костюмы, платья и сарафаны, жакеты и мужские брюки – от 50 до 150 руб. По таким видам одежды, как мужские костюмы и пиджаки, респонденты по ценовым диапазонам распределились относительно равномерно, поэтому выделить наиболее предпочтительный диапазон цен не представилось возможным. Мужские костюмы респонденты приобретают от 60 до 450 руб., а пиджаки от 50 до 300 руб.

Популярность одежды из льняных и льносодержащих тканей среди отечественных потребителей является средней, так как такую одежду предпочитает 52,6 % из числа опрошенных. Половина респондентов, приобретающих льняную одежду, делают это благодаря ее экологичности и натуральности, 33 % респондентов – такая одежда просто нравится. Велика доля и тех респон-

дентов, которые не приобретают льняную одежду, почти половина из них по причине быстрой сминаемости, жесткости и усадки одежды после стирки, а 36 % – вследствие того, что льняная одежда отсутствует в ассортименте торговых объектов, которые они посещают.

В основном из льняной и льносодержащей ткани респонденты приобретают платья и сарафаны, женские брюки и мужские сорочки отечественного производства. Значительно меньшая часть респондентов приобретала одежду турецкого, российского и китайского производства.

Опрос показал, что предпочтения респондентов относительно наличия рисунка на льняной ткани распределились относительно поровну. Причем для половины респондентов, предпочитающих рисунок, подходит любой.

В ходе опроса установлено, что COVID-19 оказал влияние на потребительские предпочтения только 24,5 % респондентов. В большинстве случаев изменения потребительских предпочтений связывают со снижением покупательской способности, ростом расходов на товары повседневного спроса, а также с увеличением покупок через интернет-магазины.

3.3 Исследование модных тенденций и потребительских предпочтений на мировом рынке льняной одежды

Наиболее обширные исследования в области существующего и прогнозного спроса на льняные ткани и одежду на зарубежных рынках проводит Европейская конфедерация льна и пеньки (конопли) (CELC) [13, 14]. CELC объединяет 10000 компаний – членов Европейской льняной промышленности из 14 европейских стран. Согласно исследованиям CELC, в 2020 году доля тканей из льняного волокна составила всего 0,4 % в общем мировом производстве ткани. В структуре производства изделий из льняной ткани 60 % приходится на одежду, 30 % – на домашний текстиль, а 10 % занимают изделия технического назначения.

В летних модных коллекциях прет-а-порте и брендах масс-маркета льняная ткань используется в женских, мужских и детских моделях. В женских коллекциях – это платья, сарафаны, комбинезоны, костюмы, рубахи и блузки, юбки. Наиболее активно льняные ткани используются при изготовлении вещей в этническом стиле и бохо. В мужских коллекциях одежды преобладают отбеленные сорочки и деловые костюмы. Детская одежда из 100 % льна встречается реже, в основном для ее изготовления используются смесовые ткани, из которых пошиваются комбинезоны, детские платья и брюки.

Важнейшими инновациями, в значительной мере повлиявшими на развитие мирового рынка льняных тканей в последние годы, стали новые льняные ткани с уникальными свойствами, такие как пряжа из джерси и пряжа для вязания из 100 % льна, льна-хлопка, льна-шелка, льна-тенсель, льна-кашемира, льна-шерсти, льна-вискозы. Были разработаны пряжи со специальными эффектами: набивные, джинсовые, твидовые, разноцветные пряжи (с использованием

«тусклых» холодных красителей, окрашенная в пространстве пряжа с набивным рисунком, с блеском люрекса или глазури), букле, цепетт, резиновые эффекты и др. Основными разработчиками инноваций в льняном текстиле выступают такие компании, как Cariaggi, Decoster Caulliez, Hungaro-Len, Iafil, Linificio, Canapificio, Safilin [14].

Основные модные тенденции на мировом рынке льняных тканей основываются как на инновациях в области материалов и технологий, так и на общих трендах фэшн-индустрии. В сезоне лето 2021 – зима 2022 применительно к льняным тканям выделяют следующие модные тенденции.

CONTEMPORARY, в основе которого очевидная преемственность классического стиля, прослеживающегося в деталях, в функциональных и удобных формах, в дорогих и неподвластных времени тканях. Городская зима выбирает ряд оттенков серого, переходящих в туманные и голубые тона, холодный бежевый, пыльно-зеленый и синий. Стиль основан на удобной элегантности, минимальных тканых текстурах, пятнистых поверхностях. Лен сочетается с шерстью в богатых смесях из дышащих и удобных тканей, меланж из джерси, полосы Dégradé, прерывистые жаккарды, эластичный габардин.

RESTORATIVE, в основе этого стиля комфортная одежда на все случаи жизни. Городское очарование, архаичное по своей природе. Тонкая и грубая льняная пряжа создает новые удачные сочетания материалов с фасонной пряжей и шерстью, обеспечивая комфорт и функциональность. Лен смешивается с хлопком с эффектом полного/пустого переплетения, используется 100 % плотное и неравномерное переплетение. При этом стиле в льняных тканях применяются натуральные красители с живописным эффектом, плавающие текстуры, твидовые полосы и мулине, пестрые неровные поверхности, клетка, двухцветные крапинки, тонкая и грубая прослоенная пряжа, водостойкая восковая отделка, тонкое, но компактное переплетение, жаккард с растительными мотивами. В тканях используются такие сложные текстуры, как рельефы с пряжей букле, толстые, прослоенные, меланжевые, рустикальные трикотажные изделия, бархат с широкими рубчиками, «выстиранный» лен, легкие атласные поверхности.

NUTRITIOUS. Стиль, включающий использование цветов, которые выглядят так, как будто они были окрашены из самой земли. Сочетание пряжи из льна, шерсти, переработанного полиэстера, подвижные поверхности с различной плотностью льна и фасонной пряжи из хлопка, нерегулярные рельефные переплетения, грубое переплетение вручную, 3D-рельефы, валяный материал. Для этого стиля характерно использование различных клеток и полихромии, жаккардов с набивной пряжей, абстрактных жаккардов, двойных с плавающими переплетениями, металлических отражений, фланелевых полос.

CONTEMPLATIVE. Стиль, появившийся под влиянием интереса к античным культурам, стремящийся к сочетанию изысканности и экзотики, сочетание японизма и стиля Либерти. Цвета мягкие, нежные, возможен яркий красный акцент. Данный модный тренд предполагает использование богатой вышивки, та-

ких дорогих тканей, как лен-шелк-кашемир, декоративная парча, лен-модал для мягкости, гладкий мраморный бархат, декоративные жаккарды, Fil-couré. Лен, фасонный шелк, шерсть и хлопок чередуются с современными рельефами и узорами, атласные полосы на плотной канве, графические вышивки.

BLACK&WHITE. Сочетание черного и белого цвета – классика, которая остается модной вне времени. Это многогранные оттенки черного и серого, различные текстуры и принты (полосками, клетками, ромбиками, колечками, горошком, «гусиными лапками» и т. п.). Использование 100 % льна или инновационных смесовых тканей с модными свойствами [14].

Исследования CELC показывают [13], что в целом популярность изделий из льна повышается, о чем свидетельствуют следующие факторы:

- количество запросов в интернете по ключевому слову «лен» выросло на 25 %;
- количество льняных моделей в женских коллекциях 2021 года относительно 2020 года увеличилось в 2 раза;
- в коллекциях 2021 года 64 % дизайнеров люкс-домов моды представили льняную одежду;
- число дизайнеров, включивших в свою коллекцию минимум одну модель одежды из льна, выросло на 49 %.

Анализ показал, что в настоящее время, вследствие негативного влияния пандемии на мировом рынке одежды, в том числе льняной, наблюдается падение объемов продаж. Так, в 2020 году по сравнению с 2019 годом падение объемов продаж одежды наблюдается во многих странах, однако наибольшее снижение объемов продаж произошло в Испании на 40 %, в Германии – на 30 % и в Индии – на 27 %. В таких странах, как США и Великобритания, объемы продаж сократились на 26 %, в Италии – на 25 %. Наименьшее влияние пандемия оказала на рынки одежды Китая и Франции, где объемы продаж сократились на 10 % и 16 % соответственно.

Следует отметить, что продажи одежды снизились по всем каналам сбыта, за исключением онлайн-продаж, где прирост составил 16,1 %. В наибольшей степени пострадали универмаги, в которых объемы продаж упали на 32,3 %. Значительное падение объемов продаж одежды зафиксировано в специализированных сетях на 19,8 %. Существенно сократились объемы продаж в гипермаркетах и в независимых магазинах, на 15,1 % и на 16,7 % соответственно. В наименьшей степени пострадали крупные торговые сети, где падение объемов продаж одежды сократилось на 9,6 %.

В 2020 году CELC провела исследование по выявлению потребительских предпочтений на льняную одежду. Исследование проводилось посредством опроса фокус-групп. В опросе приняли участие 6600 чел. из 6 стран, а именно Франция, Италия, Великобритания, США, Китай, Индия. В каждой стране было опрошено 1100 чел. В Китае и Индии среди респондентов преобладали люди в возрасте от 18 до 34 лет.

В таблице 3.35 представлено распределение ответов респондентов отно-

сительно значимости показателей одежды при совершении покупки (респондент мог выбрать два ответа).

Таблица 3.35 – Значимость показателей одежды при совершении покупки
В %

Показатели одежды	Франция	Италия	Великобритания	США	Китай	Индия
Стиль	42,2	27,8	40,9	33,1	33,6	25,1
Цена	40,9	50,4	51,1	45,4	28,4	33,2
Качество ткани	39,1	46,7	18,9	18,7	42,3	40,1
Комфорт	38,1	44,4	49,7	49,4	66,4	49,4
Цвет	20,1	10,0	13,9	12,8	9,3	12,0
Бренд	8,8	16,0	14,2	25,4	18,3	36,4

Источник: [13].

По мнению 51,1 % потребителей Великобритании и 50,4 % потребителей Италии, цена является основным показателем, определяющим выбор одежды. На втором месте для потребителей Великобритании находится комфорт, так считает 49,7 % респондентов, а для итальянцев (46,7 %) – качество ткани.

Для респондентов из США при выборе одежды наиболее важен комфорт, так считает 49,4 %, а для французов наибольшее значение имеет стиль (42,2 %). При этом потребители из США и Франции на второе место поставили цену одежды, такой точки зрения придерживаются 45,4 % и 40,9 % соответственно.

Для потребителей из Китая и Индии цену одежды нельзя отнести к значимым показателям. Для этих потребителей наиболее важным показателем оказался «комфорт», так считает 66,4 % и 49,4 % соответственно. Вторым по значимости показателем является «качество ткани» (42,3 % и 40,1 % соответственно).

В таблице 3.36 представлено распределение ответов респондентов в зависимости от намерения приобрести льняные изделия (респондент мог выбрать два ответа).

Таблица 3.36 – Распределение респондентов в зависимости от намерения приобрести льняные изделия

В %

Варианты ответов	Франция	Италия	Великобритания	США	Китай	Индия
Планирую покупку льняной одежды в ближайшие 12 месяцев	48,6	67,4	48,0	65,3	75,2	82,0
Планирую покупку льняного текстиля для дома или декоративных льняных изделий в ближайшие 2 года	45,5	49,9	45,6	49,5	70,5	69,3
Не планирую покупку	30	13,8	34,2	19,0	7,0	3,7

Источник: [13].

Данные таблицы 3.36 показывают, что значительная часть респондентов планирует приобретение льняной одежды в течение года. Особенно велика доля таких респондентов в Индии (82 %) и Китае (75,2 %). В США и Италии приобретение льняной одежды в течение года планирует соответственно 67,4 % и 65,3 % опрошенных потребителей. В таких странах, как Великобритания и Франция, существенную долю занимают респонденты, которые не планируют приобретение льняных изделий, 34,2 % и 30 % соответственно.

В таблице 3.37 представлено распределение ответов респондентов в зависимости от причин, обуславливающих выбор льняных изделий (респондент мог выбрать три ответа).

Таблица 3.37 – Распределение респондентов в зависимости от причин, обуславливающих выбор льняных изделий

	В %					
Показатель	Франция	Италия	Великобритания	США	Китай	Индия
Легкость и комфорт	75,8	75,2	67,8	70,7	66,5	72,2
Гигиеничность	58,6	78,6	48,7	44,0	57,2	41,9
Стиль изделия	45,9	37,3	45,4	44,8	31,1	50,0
Износостойкость	32,9	30,5	41,2	32,1	40,2	34,3
Натуральность	25,5	27,7	45,9	46,9	41,8	41,4
Экологичность	24,5	23,0	16,2	9,6	38,4	11,7
Цвет	18,9	17,4	31,3	27,2	10,8	23,3
Соответствие моде	7,7	4,7	7,7	13,5	11,8	17,5

Источник: [13].

Результаты опроса свидетельствуют о том, что подавляющее число респондентов, независимо от страны проживания, выбирают льняные изделия благодаря их легкости и комфорту, так ответило от 66,5 % до 75,8 %. Для многих респондентов значимыми показателями являются гигиеничность и стиль изделия. Респонденты из Великобритании, США и Китая предпочитают льняные изделия благодаря их натуральному виду.

Распределение респондентов в зависимости от предпочитаемого вида одежды из льна представлено в таблице 3.38.

Таблица 3.38 – Виды льняной одежды, предпочитаемые респондентами

	В %					
Вид одежды	Франция	Италия	Великобритания	США	Китай	Индия
Рубашка	30,4	34,7	25,8	24,0	20,9	24,7
Летнее платье	24,8	33,7	24,0	23,8	19,9	16,9
Брюки	18,2	12,4	16,1	13,6	15,7	6,9
Пиджак	11,1	5,1	14,8	12,7	22,7	7,1
Футболка	9,9	5,9	13,1	17,8	16,2	15,0
Костюм	5,7	8,2	6,2	8,1	4,7	12,4
Курта	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	17,4

Источник: [13].

Независимо от страны проживания потребители самым популярным видом одежды назвали рубашку, так считает от 20,9 % до 34,7 % от общего числа респондентов. В европейских странах и США также популярным видом льняной одежды является летнее платье (23,8 %–33,7 %), в Китае и Индии оно по популярности занимает третье место. Это обусловлено культурными и демографическими особенностями этих стран. Так, в Индии второе место по популярности занимает курта (17,4 %) – национальная мужская одежда в Индии, а в Китае из-за преобладания мужского населения на втором месте находится пиджак (22,7 %).

В ходе проведения опроса респондентам предлагалось оценить важность информации о местонахождении производства льняных изделий (табл. 3.39).

Таблица 3.39 – Доля респондентов, для которых важна информация о местонахождении производства льняных изделий

Страна	Франция	Италия	Великобритания	США	Китай	Индия
Доля респондентов, %	28,4	37,0	22,3	36,4	40,7	43,3

Источник: [13].

Как показало исследование, наибольшее значение местонахождение производителя имеет для потребителей Китая и Индии, необходимость наличия такой информации отметили 40,7 % и 43,3 % респондентов. Потребители из Великобритании и Франции менее заинтересованы в наличии такой информации, она имеет значение соответственно для 22,3 % и 28,4 % респондентов.

Исследование показало, что более половины респондентов идентифицируют льняную ткань как высококачественную (табл. 3.40). Наибольшее число таких респондентов представляют Италию (68,1 %).

Таблица 3.40 – Доля респондентов, считающих льняную ткань высококачественной тканью

Страна	Франция	Италия	Великобритания	США	Китай	Индия
Доля респондентов, %	55,3	68,1	51,0	53,7	55,5	59,0

Источник: [13].

В ходе опроса установлено, что от 41,7 % до 73,1 % респондентов относят льняную ткань к наиболее экологически чистым тканям (табл. 3.41).

Таблица 3.41 – Доля респондентов, считающих льняную ткань экологически чистой тканью

Страна	Франция	Италия	Великобритания	США	Китай	Индия
Доля респондентов, %	60,1	68,2	51,6	41,7	73,1	51,9

Источник: [13].

Как видно из таблицы 3.41, более чем для 73 % потребителей Китая льняная ткань является экологически чистой тканью, значительна доля таких респондентов в Италии – 68,2 %. По сравнению с другими странами наименьшее

число респондентов, относящих льняную ткань к экологически чистым тканям, представляют США (41,7 %).

По мнению большинства респондентов (от 69,1 % до 94,2 %), более высокая цена льняной ткани по сравнению с другими тканями оправдана (табл. 3.42).

Таблица 3.42 – Доля респондентов, считающих высокую цену льняной ткани оправданной (справедливой)

Страна	Франция	Италия	Великобритания	США	Китай	Индия
Доля респондентов, %	75,2	88,2	69,1	75,0	92,4	94,2

Источник: [13].

Наибольшее число таких респондентов оказалось в Индии (94,2 % от числа опрошенных потребителей) и Китае (92,4 % от числа опрошенных потребителей). Среди итальянцев, так считают 88,2 % респондентов. Наименьшее число таких респондентов оказалось в Великобритании, всего 69,1 % от числа опрошенных потребителей.

В целом, обобщая результаты проведенного маркетингового исследования, можно сделать следующие выводы:

1. В странах Западной Европы и США сложился устойчивый спрос на одежду из льняных тканей, которая, прежде всего, представлена одеждой премиум-класса. Пандемия оказала негативное влияние на этот рынок, но в 2022 году более негативное воздействие на состояние рынка льняной одежды окажут геополитические факторы.

2. В настоящее время в Индии, Китае и на Ближнем Востоке рынок льняной одежды является растущим. Спрос на льняную одежду появляется в странах Африки и Латинской Америки. Рынок льняной одежды этих стран представлен в большей степени одеждой сегмента «масс-маркет».

3. В целом анализ предпочтений потребителей различных стран показал, что наиболее востребованной одеждой изо льна являются: мужские сорочки, летние платья, мужские пиджаки, а также национальная мужская одежда. Следовательно, стратегия РУПТП «Оршанский льнокомбинат», направленная на расширение ассортимента костюмных тканей, соответствует общим тенденциям развития рынка льняной одежды, ее реализация укрепит экспортный потенциал предприятия и позиции на внутреннем рынке.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

На основе проведенного исследования можно сделать следующие выводы:

1. Анализ показал, что до пандемии рынок ткани и одежды был быстро-растущим. Ежегодно потребление одежды увеличивалось во всех странах мира. Традиционными рынками сбыта льняной одежды являются страны ЕС, США и Канада. К рынкам, где интерес к льняной одежде ежегодно повышается, относятся страны Юго-Восточной Азии. Этому явлению способствует два основных тренда: экологичность и мода.

Лидером по производству льняных тканей является Китай, там производится около 38 % от мирового объема, второе место занимает Франция (10,7 %), третья – Россия (8,7 %), Беларусь (8 %) находится на четвертом месте. По экспорту льняных тканей в натуральном выражении тройку лидеров образуют: Китай, Беларусь и Италия, а по экспортной выручке: Китай, Италия и Бельгия. Основными импортерами льняной ткани являются США, Южная Корея, Италия и Афганистан.

По прогнозам, учитывающим влияние пандемии, незначительный рост объемов производства льняной ткани должен был начаться с 2021 года и в 2025 году составить 85,67 тыс. т или 94,3 % к уровню 2019 года. Позитивные прогнозы были даны и относительно экспорта льняной ткани по странам-лидерам. Однако, учитывая новые риски, связанные с негативным влиянием геополитических факторов, прекращение падения мирового рынка льняной ткани и одежды следует ожидать не раньше весны 2023 года, а возобновление позитивных тенденций (при оптимистичном сценарии развития событий) – не раньше 2025 года.

При этом сокращение объемов производства льна в странах Западной Европы (Франция, Бельгия и Нидерланды) может быть вызвано не только падением спроса на одежду, но и сокращением урожайности, в связи с дефицитом удобрений. Что касается Республики Беларусь, России и Китая, то, в отличие от стран ЕС, эти страны не будут испытывать дефицит в энергоресурсах и удобрениях, и они имеют все возможности нарастить объемы производства льно-тресты, льняной ткани и льняных изделий.

2. В последние несколько лет наблюдается положительная динамика роста экспортных цен. Эта тенденция затронула большинство стран-лидеров производства. Цены экспорта выше мировых продемонстрировали Бельгия, Великобритания, Вьетнам, Германия, Испания, Италия, Турция, Франция, Япония. По наиболее низкой цене в 2020 г. льняные ткани поставлялись на экспорт из Греции. Наибольший темп роста цены наблюдается в России. Цены экспорта льняных тканей, по мнению экспертов, в разрезе стран в период 2021–2025 гг. должны планомерно возрастать. Наибольший рост цены ожидается в Южной Корее, а наименьший – в Великобритании и Польше, хотя уровень цен в этих странах существенно дифференцирован.

В 2020 г. цены экспорта льняных тканей неотбеленных или отбеленных, содержащих более 85 % льняных волокон, льняных тканей прочих, содержащих

более 85 % льняных волокон, существенно превышающие мировые, сложилось в Ирландии и Финляндии. Согласно прогнозам экспертов, динамика мировой цены экспорта льняных тканей в целом сохраняется вне зависимости от вида.

3. Динамика импортных цен на льняные ткани продемонстрировала сходные тенденции. В 2016–2020 годах мировые цены импорта росли, при этом наибольшая цена отмечена в США, наиболее низкая – в Греции. В 11 странах уровень цен импорта льняных тканей сложился выше мировой.

По прогнозу ожидается рост мировой цены импорта льняных тканей, такая же тенденция характерна и для цен во всех странах. Наибольший рост импортной цены возможен в Гонконге, а наименьший – в Индии. В абсолютном выражении в 2025 г. наибольшую цену импорта следует ожидать по-прежнему в США, а наименьшую – в Южной Корее.

Прогнозы разрабатывались в условиях влияния одного негативного фактора – Covid-19. Кардинальное изменение геополитической и экономической ситуации может существенно повлиять на качество прогнозных оценок. Рост цен на топливо и удобрения, а также на ресурсы, используемые при производстве льняной ткани, будет способствовать росту мировых импортных и экспортных цен.

4. Исследование предпочтений российских потребителей на льняную одежду проводилось на основе глубинного интервью, в котором приняли участие 27 респондентов. По уровню дохода они представляют 3 сегмента: «уровень дохода ниже среднего», «средний уровень дохода» и «уровень дохода выше среднего».

Среднегодовое потребление верхней легкой одежды в целом по респондентам составляет 3,11 ед. Данный показатель коррелирует с возрастом респондентов, чем старше респонденты, тем ниже потребление одежды. Основная часть респондентов предпочитает совершать покупки в торговых центрах, многие – в интернет-магазинах. Выявлена зависимость между уровнем дохода потребителей и ценами приобретения одежды, чем выше доход респондента, тем шире диапазон цен и выше минимальная цена приобретения одежды. Наиболее популярным стилем одежды среди российских респондентов является «модный», многие респонденты не имеют явных предпочтений в стиле одежды.

На основе глубинного интервью определены «сигнальные цены» (цены выше или ниже которых респонденты не приобретают одежду). По видам одежды сложились следующие «сигнальные цены»: женские костюмы – 4000–5000 росс. руб.; юбки – 2000–3000 росс. руб.; женские брюки – 2000 росс. руб.; платье, сарафан – 3000 росс. руб.; жакеты – 3000 росс. руб.; мужские костюмы – 7000–10000 росс. руб.; мужские брюки – 3000 росс. руб.; пиджаки – 3000 росс. руб.; мужские сорочки – 2000 росс. руб.

Популярность одежды из льняной и льносодержащей ткани среди российских респондентов является средней, так как приобретают такую одежду 55,6 % от общего числа опрошенных. В качестве основных причин приобретения одежды из льняной и льносодержащей ткани респонденты указали «экологичность» и «просто нравится», а причинами, по которым респонденты не приобретают

одежду из льняной и льносодержащей ткани, относятся быстрая сминаемость, жесткость и усадка после стирки, отсутствие льняной одежды в ассортименте торговых объектов, где обычно совершаются покупки.

В основном из льняной и льносодержащей ткани респонденты приобретают платья и сарафаны, мужские сорочки, женские брюки и шорты.

Большая часть приобретённой респондентами одежды была произведена в России и Беларуси, также некоторыми респондентами приобреталась одежда производства Китая, Турции и Италии.

Большинству респондентов нравится льняная ткань, выдержанная в сдержанной и пастельной цветовой гамме, а наиболее популярными рисунками являются стилизованный и растительный. Трети респондентов рисунки на ткани не нравятся.

COVID-19 оказал влияние на потребительские предпочтения половины российских респондентов, которое проявилось в снижении покупательской способности и увеличении покупок через интернет-магазины.

5. Исследование предпочтений отечественных потребителей на льняную одежду проводилось на основе анкетирования, в котором приняли участие 136 чел., представляющих 3 сегмента: «уровень дохода ниже среднего», «средний уровень дохода» и «уровень дохода выше среднего».

Среднегодовое потребление легкой верхней одежды среди респондентов составляет 4,11 единицы. Среднегодовое потребление легкой верхней одежды зависит от возраста и уровня дохода у респондентов. Потребление одежды среди респондентов в возрасте от 18 до 40 лет несколько выше, чем у респондентов более старшего возраста. Отличия в потреблении одежды у респондентов сегментов «средний уровень дохода» и «уровень дохода ниже среднего» не значительны, а вот разрыв в среднегодовом потреблении между этими сегментами и сегментом «уровень дохода выше среднего» весьма заметный.

Самым популярным местом совершения покупок одежды у респондентов являются торговые центры, многие приобретают одежду в интернет-магазинах. Большая часть респондентов предпочитают деловой стиль одежды.

На основе опроса выявлены наиболее приемлемые диапазоны цен по видам одежды. В целом большая часть респондентов приобретает легкую верхнюю одежду по цене от 100 до 150 руб. Для потребителей наиболее приемлемыми ценами на женские юбки, женские брюки, мужские сорочки являются цены от 50 до 100 руб., на женские костюмы, платья и сарафаны, жакеты и мужские брюки – от 50 до 150 руб. По таким видам одежды, как мужские костюмы и пиджаки, респонденты по ценовым диапазонам распределились относительно равномерно, поэтому выделить наиболее предпочтительный диапазон цен не представилось возможным. Мужские костюмы респонденты приобретают от 60 до 450 руб., а пиджаки – от 50 до 300 руб.

Популярность одежды из льняных и льносодержащих тканей среди отечественных потребителей является средней, ее предпочитает чуть более половины опрошенных. Большинство респондентов приобретают льняную одежду из-за ее

экологичности и натуральности, трети респондентов – такая одежда просто нравится. Велика доля и тех респондентов, которые не приобретают льняную одежду, почти половина из них по причине быстрой сминаемости, жесткости и усадки одежды после стирки, а треть – из-за того, что ее нет в ассортименте торговых объектов, которые они посещают.

В основном из льняной и льносодержащей ткани респонденты приобретают платья и сарафаны, женские брюки и мужские сорочки отечественного производства. Значительно меньшая часть респондентов приобретает одежду турецкого, российского и китайского производства.

Опрос показал, что предпочтения респондентов относительно наличия рисунка на льняной ткани распределились относительно поровну. Причем для половины респондентов, предпочитающих рисунок, подходит любой.

COVID-19 оказал влияние на потребительские предпочтения только четверти респондентов. В большинстве случаев изменения вызваны снижением покупательской способности, ростом расходов на товары повседневного спроса и увеличением покупок через интернет-магазины.

6. В странах Западной Европы и США сложился устойчивый спрос на одежду из льняных тканей, которая, прежде всего, представлена одеждой премиум-класса. В настоящее время в Индии, Китае и на Ближнем Востоке рынок льняной одежды является растущим. Спрос на льняную одежду появляется в странах Африки и Латинской Америки. Рынок льняной одежды этих стран представлен в большей степени одеждой сегмента «масс-маркет». Пандемия оказала негативное влияние на этот рынок, но в 2022 году более негативное воздействие на состояние рынка льняной одежды окажут геополитические факторы.

Опрос зарубежных потребителей представлен исследованием CELC, в котором приняло участие 6600 чел. из 6 стран: Франция, Италия, Великобритания, США, Китай, Индия. Исследование показало, что наиболее значимыми показателями при выборе одежды для потребителей из Великобритании являются цена и комфорт, для потребителей Италии – цена и качество ткани, для американцев – комфорт и цена, для французов – стиль и цена. Для потребителей из Китая и Индии наиболее важны комфорт одежды и качество ткани.

Большая часть респондентов в течение года планирует приобрести льняную одежду. Все потребители наиболее популярными видами льняной одежды считают рубашки. Европейские и американские потребители также к такой одежде относят летние платья. У китайцев популярны мужские пиджаки, а в Индии – национальная мужская одежда курта. Выбор в пользу льняной одежды обусловлен ее высоким качеством и экологичностью. Подавляющая часть респондентов независимо от страны проживания считает высокие цены на льняную одежду оправданными.

На основе исследования потребительских предпочтений можно заключить, что стратегия РУПТП «Оршанский льнокомбинат», направленная на расширение ассортимента костюмных тканей, соответствует общим тенденциям развития рынка льняной одежды, ее реализация укрепит экспортный потенциал предприятия и позиции на внутреннем рынке.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Top 10 Exporting Countries of Textile and Apparel Industry [Электронный ресурс]. – 2021. – Режим доступа : <https://www.fibre2fashion.com/industry-article/8471/top-10-exporting-countries-of-textile-and-apparel-industry>. – Дата доступа : 10.03.2021.

2. Global Textile Industry Factsheet 2020: Top 10 Largest Textile Producing Countries and Top 10 Textile Exporters in the World [Электронный ресурс]. – 2021. – Режим доступа : <https://blog.bizvibe.com/blog/top-10-largest-textile-producing-countries>. – Дата доступа : 20.03.2021.

3. Официальный сайт «Statista» [Электронный ресурс]. – 2021. – Режим доступа : <https://www.statista.com>. – Дата доступа : 30.03.2021.

4. Kvasnikova, V., Tomashava, R., Gerasimova, O. Problems of light industry development in the Republic of Belarus in the context of global trends. International conference on textile and apparel innovation (ICTAI 2021), Vitebsk, 8–10 June 2021 / VGTU. – Vitebsk, 2021. – Vol. 2430. – С. 040007-1–040007-6.

5. Официальный сайт «BusinesStat» [Электронный ресурс]. – 2021. – Режим доступа : <https://businesstat.ru/>. – Дата доступа : 15.03.2021.

6. Официальный сайт «Persistence Market Research» [Электронный ресурс]. – 2021. – Режим доступа : <https://www.persistencemarketresearch.com/market-research/linen-fabric-market.asp>. – Дата доступа : 16.03.2021.

7. Официальный сайт «Expert Market Research» [Электронный ресурс]. – 2021. – Режим доступа : <https://www.expertmarketresearch.com/reports/linen-fabric-market>. – Дата доступа : 17.03.2021.

8. Официальный сайт «Grand View Research» [Электронный ресурс]. – 2021. – Режим доступа : <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/textile-market>. – Дата доступа : 14.03.2021.

9. Hemp fabrics are yet to be recognized by the market. How will my country's hemp textile industry break through in 2020? [Электронный ресурс]. – 2021. – Режим доступа : <https://kknews.cc/zh-my/news/444pprv.html>. – Дата доступа : 22.03.2021.

10. EmergingTextiles.com; Textile and clothing trade information [Электронный ресурс]. – 2021. – Режим доступа: <https://emergingtextiles.com/?q=art&s=201124-linen-flax-market-price&r=&n=1&kO=eTkCPRFabs/>. – Дата доступа : 15.04.2021.

11. Анализ мирового рынка льняных тканей в 2016–2020 гг., оценка влияния коронавируса и прогноз 2021–2025 гг. [Электронный ресурс]. – 2021. – Режим доступа : <https://businesstat.ru/>. – 147 с.

12. Economic conditions outlook, March 2022 [Электронный ресурс]. – 2022. – Режим доступа : <https://www.mckinsey.com/business-functions/strategy-and-corporate-finance/our-insights/economic-conditions-outlook-2022>. – Дата доступа : 09.04.2022.

13. Flax/Linen Barometer 2021 [Электронный ресурс]. – 2022. – Режим до-

ступа : <http://news.europeanflax.com/outils/>. – Дата доступа : 29.11.2021.

14. Linen dream lab [Электронный ресурс]. – 2022. – Режим доступа : <http://news.europeanflax.com/outils/>. – Дата доступа : 10.12.2021.

15. Fabric series: All about Linen [Электронный ресурс]. – 2021. – Режим доступа : <https://www.kleiderly.com/our-blog/fabric-series-all-about-linen>. – Дата доступа : 19.03.2021.

16. Linificio e Canapificio Nazionale riporta in Italia la coltivazione del lino [Электронный ресурс]. – 2021. – Режим доступа : <https://it.fashionnetwork.com/news/Linificio-e-canapificio-nazionale-riporta-in-italia-la-coltivazione-dellino,-1104796.html>. – Дата доступа : 05.05.2021.

17. Hemp fabrics are yet to be recognized by the market. How will my country's hemp textile industry break through in 2020? [Электронный ресурс]. – 2021. – Режим доступа : <https://www.ctn1986.com/index.php?c=content&a=show&id=94905>. – Дата доступа : 13.03.2021.

18. Hemp fabrics are yet to be recognized by the market. How will my country's hemp textile industry break through in 2020? [Электронный ресурс]. – 2021. – Режим доступа : <https://kknews.cc/news/444pprv.html>. – Дата доступа : 19.04.2021.

ПРИЛОЖЕНИЕ А

ГАЙД

для выявления потребительских предпочтений на одежду из льняных и льносодержащих тканей жителей России

Уважаемый респондент, опрос проводится в рамках исследования мирового рынка одежды из льняных и льносодержащих тканей учеными кафедр «Дизайн и мода» и «Финансы и коммерческая деятельность» Витебского государственного технологического университета (<https://vstu.by/>).

Мы хотим оценить уровень популярности льняной одежды на рынке России, определить Ваши предпочтения относительно данного товара.

Ваши ответы будут использоваться для разработки новых артикулов костюмных льносодержащих тканей. Пожалуйста, ответьте на вопросы, представленные ниже.

1. Какой стиль в одежде Вы предпочитаете? *(нужно выбрать только один ответ либо написать свой вариант):*

- 1) деловой/классический;
- 2) спортивный;
- 3) элегантный;
- 4) модный;
- 5) у меня нет явных предпочтений;
- 6) напишите свой вариант ответа.

2. В течение года сколько всего единиц легкой верхней одежды Вы приобретаете *(независимо от материала изготовления)? (нужно выбрать один ответ либо написать свой вариант):*

- 1) 1;
- 2) 2;
- 3) 3;
- 4) 4;
- 5) 5;
- 6) 6;
- 7) 7;
- 8) 8;
- 9) 9;
- 10) 10;
- 11) напишите свой вариант ответа.

3. Обычно Вы приобретаете одежду? *(нужно выбрать только один ответ либо написать свой вариант):*

- 1) в торговых центрах;

- 2) в брендовых магазинах;
- 3) в бутиках;
- 4) в небольших магазинах;
- 5) на рынках;
- 6) в интернет-магазине;
- 7) напишите свой вариант ответа.

4. По какой цене (диапазон цен «от» и «до»), как правило, Вы приобретаете легкую верхнюю одежду (независимо от материала изготовления)? (укажите цену в российских рублях):

- 1) костюм женский;
- 2) брюки женские;
- 3) юбка;
- 4) платье, сарафан;
- 5) жакет;
- 6) костюм мужской;
- 7) брюки мужские;
- 8) пиджак;
- 9) сорочка;
- 10) шорты;
- 11) напишите свой вариант ответа.

5. Приобретаете ли Вы одежду из льняных и льносодержащих тканей?

1. Да.
2. Нет.

6. Если на вопрос № 5 Вы ответили «нет», пожалуйста, укажите причину, по которой Вы не приобретаете одежду из льняных и льносодержащих тканей (нужно выбрать один ответ либо написать свой вариант):

- 1) мне не нравится такая одежда, так как она быстро мнется, более жесткая, по сравнению с другими тканями, сильно садится после стирки и пр.;
- 2) в торговых объектах, где я обычно приобретаю одежду, такая одежда не представлена;
- 3) напишите свой вариант ответа.

7. Если Вы на вопрос № 5 Вы ответили «да», пожалуйста, укажите причину, по которой Вы приобретаете одежду из льняных и льносодержащих тканей (нужно выбрать один ответ либо написать свой ответ):

- 1) экологичность, натуральность;
- 2) гигиеничность;
- 3) это модно;
- 4) мне просто нравится;
- 5) напишите свой вариант ответа.

8. Пожалуйста, укажите, какие виды легкой верхней одежды из льняных и льносодержащих тканей Вы приобретаете (можно выбрать несколько ответов или написать свой):

- 1) костюм женский (юбка + жакет);
- 2) костюм женский (брюки + жакет);
- 3) брюки женские;
- 4) платье, сарафан;
- 5) юбка;
- 6) жакет;
- 7) костюм мужской;
- 8) брюки мужские;
- 9) пиджак;
- 10) сорочка;
- 11) шорты;
- 12) напишите свой вариант ответа.

9. Как правило, Вы приобретаете одежду из льняных и льносодержащих тканей, страной-производителем которой является (являются)? (можно указать несколько вариантов ответов либо написать свой вариант):

- 1) Китай;
- 2) Россия;
- 3) Беларусь;
- 4) Турция;
- 5) Польша;
- 6) Литва;
- 7) Эстония;
- 8) Финляндия;
- 9) США;
- 10) Италия;
- 11) Франция;
- 12) Германия;
- 13) Испания;
- 14) напишите свой вариант ответа.

10. Какую цветовую гамму легкой верхней одежды из льняных и льносодержащих тканей Вы предпочитаете? (нужно выбрать только один ответ либо написать свой):

- 1) сдержанную, пастельную;
- 2) яркую, насыщенную;
- 3) для меня приемлема любая цветовая гамма;
- 4) напишите свой вариант ответа.

11. Какой рисунок льняной и льносодержащей ткани для одежды Вам нравится? (нужно выбрать только один ответ либо написать свой):

- 1) растительный;
- 2) геометрический;
- 3) стилизованный;
- 4) абстрактный;
- 5) любой;
- 6) мне не нравится ткань с рисунком;
- 7) напишите свой вариант ответа.

12. Укажите место (город, район, область) Вашего проживания:

13. Ваш пол:

- 1) женский;
- 2) мужской.

14. Ваш возраст:

- 1) 18–25;
- 2) 25–30;
- 3) 30–35;
- 4) 35–40;
- 5) 40–45;
- 6) 45–50;
- 7) 55–60;
- 8) 60–65;
- 9) старше 65.

15. Выберите утверждение, которое является справедливым для Вас: (нужно выбрать один ответ):

- 1) мой месячный доход не в полной мере покрывает мои текущие расходы;
- 2) мой месячный доход достаточен для того, чтобы покрыть мои текущие расходы, но приобретение потребительских товаров длительного пользования (бытовой техники и др.) вызывает определённые трудности;
- 3) моего месячного дохода достаточно для покрытия текущих расходов, я без проблем могу приобрести любые потребительские товары;
- 4) мой месячный доход позволяет приобрести мне автомобиль;
- 5) мой месячный доход позволяет приобрести мне недвижимость.

16. Напишите, какое влияние оказал COVID-19 на Ваши потребительские предпочтения (2–3 предложения).

Благодарим, что уделите нам время и ответили на вопросы!

Научное издание

Квасникова Вера Владимировна
Герасимова Ольга Олеговна

**МИРОВОЙ РЫНОК ЛЬНЯНОЙ ТКАНИ:
СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ**

Монография

Редактор *Т.А. Осипова*
Корректор *Т.А. Осипова*
Компьютерная верстка *В.В. Квасникова*

Подписано к печати 06.05.2022. Формат 60x90^{1/16}. Усл. печ. листов 6,2.
Уч.-изд. листов 7,8. Тираж 50 экз. Заказ № 131.

Учреждение образования «Витебский государственный технологический университет»
210038, г. Витебск, Московский пр., 72.

Отпечатано на ризографе учреждения образования
«Витебский государственный технологический университет».

Свидетельство о государственной регистрации издателя, изготовителя,
распространителя печатных изданий № 1/172 от 12 февраля 2014 г.

Свидетельство о государственной регистрации издателя, изготовителя,
распространителя печатных изданий № 3/1497 от 30 мая 2017 г.