

УДК 687.157

АНАЛІЗ ОСОБЛИВОСТЕЙ ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ РИНКУ ОДЯГУ СПЕЦІАЛЬНОГО ПРИЗНАЧЕННЯ В ЗАКАРПАТСЬКІЙ ОБЛАСТІ**Т.В. КОВАЛЬ, Н.І. БОКША**
Мукачівський технологічний інститут

У статті вивчено можливості і перспективи формування асортименту спецодягу підприємствами-виробниками та фірмами-реалізаторами на ринку в Закарпатському регіоні, а також проаналізовані результати маркетингових досліджень, проведених авторами з метою вивчення попиту на одяг спеціального призначення

На сьогоднішній день ринок спецодягу в Україні, та й на Закарпатті зокрема, розвивається досить динамічно у порівнянні з минулими роками. Про це свідчить, перш за все, зростання зацікавленості вітчизняних роботодавців у забезпеченні своїх працівників належними умовами праці і добротним спецодягом в тому числі.

Разом з тим, вітчизняні виробники спецодягу активно реагують на ці позитивні тенденції і пропонують потенційним клієнтам широкий асортимент продукції різноманітного волокнистого складу, різних цінових категорій для майже всіх видів професій.

В усіх регіонах України, і на Закарпатті в тому числі, відкриваються філії і представництва підприємств-виробників одягу спеціального призначення, широко використовуються засоби маркетингу для просування товарів даного асортименту на регіональні ринки.

Особливістю Закарпатської області в плані розвитку ринку одягу спеціального призначення є той факт, що в даному регіоні відсутні великі промислові підприємства. В той же час в області інтенсивно розвивається середній та дрібний сектор приватного підприємництва, що займається виробництвом та наданням послуг різних видів. Цей факт, та відсутність значної кількості підприємств, що працюють на державне замовлення, зумовлюють специфіку розвитку ринку спецодягу в Закарпатті.

Об'єкти і методи дослідження.

Об'єктом дослідження є регіональний ринок спецодягу в Закарпатській області.

Предметом дослідження є вивчення попиту і вподобань споживачів щодо одягу спеціального призначення.

Під час дослідження використані маркетингові методи збору первинної інформації у формі так званих "польових" досліджень, а саме: спостереження, опитування у вигляді бесіди та анкетування.

Постановка задачі

Основною метою дослідження є вивчення попиту на асортимент спеціального одягу та виявлення споживчих переваг.

Для досягнення поставленої мети в ході дослідження було виконано такі завдання:

- проаналізовано роботу торгових організацій, що займаються реалізацією спецодягу;
- досліджено попит та ступінь задоволеності споживачів.

Результати та їх обговорення

На Закарпатті дуже мало фірм, які безпосередньо виготовляють спецодяг, як наприклад ПП «Копанські джерела» (с.Велика Копаня Виноградівського р-ну). Але в зв'язку з тим, що попит на спецодяг існує і постійно збільшується, на ринку є багато фірм-реалізаторів, які вже міцно освоїли свою нішу, та з'являються все нові і нові оператори. Так за наявним у фірм-реалізаторів асортиментом спеціального одягу, взуття, та засобів індивідуального захисту можна виділити наступні фірми-виробники, які поставляють продукцію в м. Мукачево: ПП «ТК – Спецодяг» (магазин «Тканина»), фірма «Промсервіс ПВС» (фірмовий магазин у м.Мукачево). Дані підприємства пропонують широкий асортимент виробів для працівників різних робітничих професій, співробітників відомств, військовослужбовців, працівників сервісу та обслуговування, медичних установ. Спецодяг даних фірм виготовлений з матеріалів різного волокнистого складу і широкого цінового спектру від простої дешевої «спецівки» до спецодягу еврокласу.

Крім перерахованих фірм, деякі види спецодягу реалізуються і через спеціалізовані магазини в обласному та районних центрах області: магазини «Мисливць», «Усе для рибалки», «Спецодяг», «Текстиль - Контакт» та ін.

Проаналізувавши торговельну діяльність та співпрацю підприємств-виробників спецодягу з їх клієнтами, можна зробити висновок, що великі промислові підприємства Закарпатської області, які закупають комплекти спецодягу для своїх працівників великими партіями (1000-2000 одиниць), напряму співпрацюють з фірмами «ПромСІЗ», «ТК – Спецодяг».

Ці фірми відносяться до крупних операторів на ринку спецодягу в Україні, вони мають на своїх складах значні запаси готових відшитих комплектів. Стратегія їх діяльності полягає в виготовленні спецодягу великими партіями задовільної якості за

відповідну ціну. Дані фірми пропонують одяг широкого асортименту і різного цінового спектру та введуть гнучку систему знижок.

Однак, як вже зазначалося раніше, особливістю Закарпатського регіону є той факт, що таких великих промислових підприємств в нашій області не так вже й багато. В той же час інтенсивно розвиваються малі і середні підприємства, працівників яких також необхідно забезпечити спеціальним одягом. З'явився попит на так званий «корпоративний спецодяг»: фірми «Облагодор», ПП «ПроКК», ПП «Гурман» та ін. Визначальними рисами такого одягу є відповідна кольорова гама, логотип фірми та інші корпоративні відзнаки. З такими підприємствами широко співпрацює київська фірма «Промсервіс ПВС», яка має філіал фірми-реалізатора у м. Мукачеві. Ефективність діяльності даної фірми в нашому регіоні визначається власною виробничою стратегією:

- широкий асортимент одягу спеціального призначення для працівників різних професій;
- задовільна якість виготовлення при відповідній ціні;
- використання для пошиву спецодягу високоякісних текстильних матеріалів;
- співпраця з замовниками за принципом індустриалу;
- погодження зразків моделей, візрів тканин та їх ціни з замовником;
- виконання невеликих партій замовлень (приймають замовлення на виготовлення навіть однієї шт. виробів);
- виконання замовлення в оптимально короткій термін.

Існує група споживачів, які отримують на підприємствах і організаціях спецодяг за рахунок фірми, наприклад працівники «Укрзалізниця», Соломлянської солекональної та ін. В ході опитування працюючих таких фірм було виявлено наступний перелік незадоволеностей: вигаданий спецодяг є досить низької якості, не відповідає умовам використання і не витримує термінів експлуатації. Споживачі воліли б оплатити частину вартості комплектів робочого одягу за власний рахунок і, таким чином, отримати більш якісний спецодяг. Є ще одна значна група робітників, переважно будівельних професій, які забезпечують себе спецодягом за власні кошти (є вільнонайнятими працівниками). З метою економії грошей на робочому одязі, ці робітники підбирають собі спецодяг, що вже був у використанні – так званий “секонд-хенд”, який надходить з-за кордону. Не дивлячись на те, що даний одяг вже був у використанні, за рахунок незначної зношеності і високої якості матеріалів та виготовлення, термін експлуатації його все може становити як мінімум 6 місяців - 1 рік.

Додати ще до цього низьку ціну (50% - 60% від вартості нового робочого спецодягу вітчизняного виробництва) – виходить досить конкурентоспроможний товар для певного сегменту споживачів.

Аналіз роботи торгових організацій на прикладі магазинів по реалізації спецодягу у м. Мукачево представлено в зведеній таблиці 1:

Таблиця 1
Аналіз асортименту спецодягу торгових організацій м. Мукачева

Асортимент	Найменування торгових організацій											
	"Промислові ПРС"			Магазин "Спецодяг"		"ТК-Спецодяг"			Спеціаліст "Спецодяг - лідер"			
	Ціна, грн	Волокнистий склад	Рівень якості виготовлення	Ціна, грн	Волокнистий склад	Рівень якості виготовлення	Ціна, грн	Волокнистий склад	Рівень якості виготовлення	Ціна, грн	Волокнистий склад	Рівень якості виготовлення
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Костюм робочий (фуртка та штани)	Від 09,50	Дроговацька Вов 100%	Високий	-	-	-	50,76	Серва Вов 100%	Середній	-	-	-
	Від 120,00	Орлон 51% ПЕ 49% Вов	Високий	120,00	Орлон 51% ПЕ 49% Вов	Середній	79,92	Орлон 51% ПЕ 49% Вов	Середній	-	-	-
	Від 125,50	Грел 51% Вов 49% ПЕ	Високий	120,00	-	-	109,02	Текстиль комунікація	Високий	-	-	-
Костюм спеціальний	Від 80,00 до 150,00	Бреїтінг комбінізон	Високий	-	-	-	81,94	51% Вов 49% льон	середній	-	-	-
Куртка зимова	49,50	Дроговацька Вов 100%	Високий	-	-	-	55,76	Вов 100%	Середній	40,00	Велр текстиль спеціальний Утіль м-а напівшпальня	Високий
	75,50	Вов+ПЕ	Високий	-	-	-	129,12	Текстиль комунікація	Високий	-	-	-
	89,50	Текстиль комунікація	Високий	-	-	-	-	-	-	-	-	-
99,50	Текстиль спеціальний	Високий	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Жилет зимовий	Від 35,00	Дроговацька Вов 100%	-	-	-	-	27,34	Дроговацька Вов 100%	Середній	35,00	Серва Вов 100%	Високий
Жилет літній	Від 59,50	Текстиль спеціальний	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Палак робочий	Від 28,00	Дроговацька Вов 100%	-	-	-	-	25,32	Дроговацька Вов 100%	Середній	-	-	-

Паралельно з аналізом особливостей розвитку ринку спецодягу в Закарпатській області з метою вивчення попиту та споживчих вподобань було проведено маркетингові дослідження в формі бесіди та анкетного опитування. Для цього була розроблена спеціальна анкета по вивченню споживчих переваг на предмет встановлення вподобань відносно призначення спецодягу, марки виробника, волокнистого складу тканини, комплектиності, оцінки рівня цін та їх співвідношення до якості, умов використання, терміну експлуатації.

В результаті вибіркового опитування було опитано 50 респондентів: з них 70% - це клієнти фірм-реалізаторів спецодягу (представники організацій, індивідуальні покупці); 30% - інші споживачі, наприклад працівники «Укрзалізниці», шахтарі Солотвинської солекопальні, будівельники, робітники з різних підприємств м. Мукачево.

Спецодяг у більшості випадків закупавався організацією, або ж самими працюючими з частковою компенсацією витрат. Близько 10% серед опитаних купляли спецодяг за власні кошти.

Результати анкетування показали: при відповіді на питання «з якою метою купляете спецодяг?» близько 60% респондентів відповіли, що використовують спецодяг за призначенням, 34% - в якості форменного і лише 6% купляють деякі види костюмів для мисливства, риболовлі або інших цілей (див рис.1):

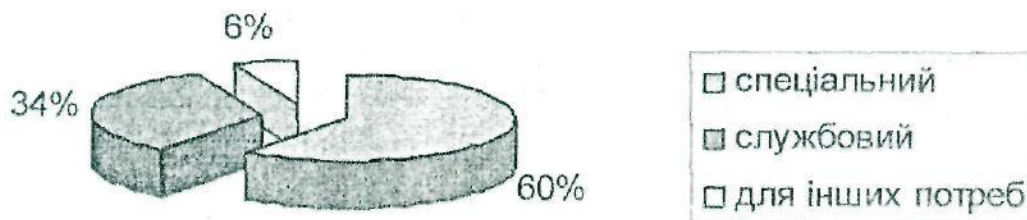


Рис.1. Діаграма основних видів призначення спеціального одягу

Оцінюючи співвідношення ціни і якості спецодягу, більшість споживачів, а саме 80%, відмітили, що, в основному, питання якості виготовлення, якості матеріалу, зовнішній вигляд для них важливіші, ніж ціна, і лише 20% сказали, що, перш за все, їх цікавить ціна (див. рис.2):

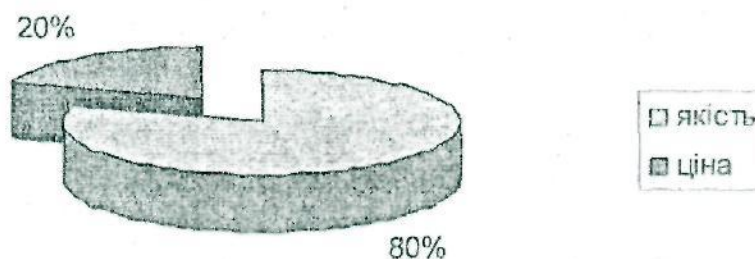


Рис.2. Діаграма співвідношення ціни і якості спецодягу

В результаті анкетного опитування встановлено, що не всі респонденти володіють інформацією про сучасний волокнистий склад тканин спеціального призначення. При відповіді на питання стосовно волокнистого складу матеріалів, з яких виготовляють спецодяг, з врахуванням відповідного роз'яснення, число споживачів, які надають перевагу бавовняній тканині, склало 20%; респонденти, які купляють вироби змішаного волокнистого складу - бавовна та поліестер ПЕ або бавовна

та поліамід ПА, становлять 70%. На їх думку, вироби такого волокнистого складу відрізняються підвищеною міцністю, формостійкістю, стійкістю до стирання, відсутністю посадки, і, крім того, така тканина має непогані гігієнічні властивості. І лише 10% споживачів вважають, що одяг із синтетичних волокон, таких як ПА чи ПЕ, найбільше підходить для виробів спеціального призначення (див. рис.3):

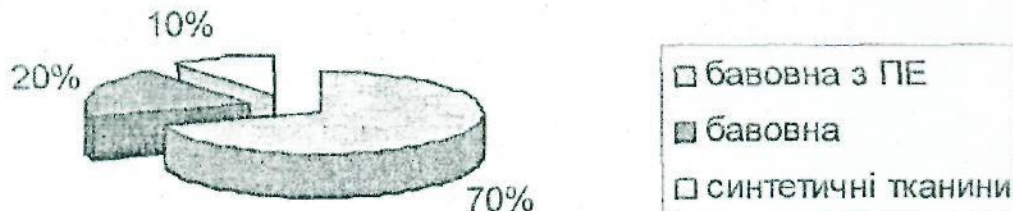


Рис.3. Діаграма переваг споживачів щодо волокнистого складу спецодягу

При відповіді на питання «Якому складу виробів в комплекті надасте перевагу?» 54% із опитаних відповіли, що надають перевагу штанам і куртці, 22% назвали комплектність «куртка та напівкомбінезон», і 24% надають перевагу напівкомбінезону (див. рис.4):

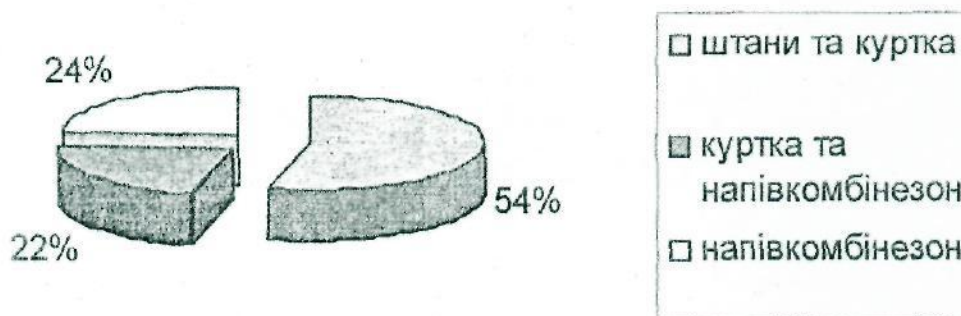


Рис.4. Діаграма переваг споживачів щодо комплектності спецодягу

На запитання «Як часто купуєте (чи отримуєте від фірми) спецодяг?» 40% респондентів відповіли, що отримують або купують спецодяг не частіше, ніж 1 раз в два роки, 22% споживачів отримують 1 раз в рік, 2 рази на рік забезпечуються спецодягом ще 22%, і 16% респондентів купляють одяг рідко або дуже рідко (див. рис.5).

При цьому респонденти, які отримують нові комплекти спецодягу 1 раз в 2 роки відмітили, що після року експлуатації їх спецодяг потребує ремонту, так як втрачає більшість характеристик.

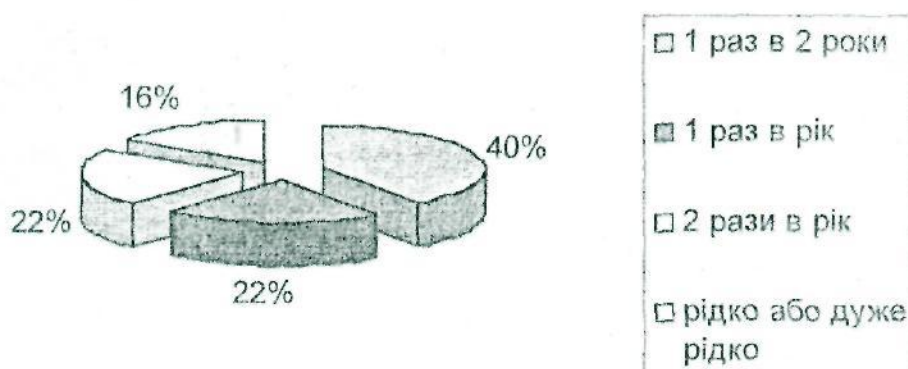


Рис.5. Діаграма частоти забезпечення працівників спецодягом

Також в результаті опитувань були встановлені ділянки найбільшої зношеності та забрудненості – це край деталей виробу, комір, входи в кишені, область талії, область коліна, нижня частина рукавів, область сидіння і ліктьова частина рукавів.

При відповіді на запитання «що є для вас визначальним при виборі спецодягу?» найчастіше називалися такі характеристики: якість виготовлення, якість матеріалу, зносостійкість, захисні властивості, зовнішній вигляд, ціна, посадка на фігурі.

Висновки

Аналіз роботи торгових організацій та вивчення попиту споживачів на спецодяг, дає можливість зробити такі висновки:

- спецодяг користується стійким попитом;
- ринок даного асортименту тільки почав свій розвиток в регіоні;
- для багатьох професій існуючий спецодяг не відповідає призначенню і умовам виробництва;
- виявлено недостатність інформації серед споживачів про асортимент, існуючі характеристики сучасного спецодягу, фірми-виробники та фірми-реалізатори.

Таким чином, враховуючи виявлену неохоченість ринку, можна рекомендувати швейним підприємствам області організувати окремі підрозділи, швейні цехи або хоча б дільниці по виготовленню одягу спеціального призначення.

ЛІТЕРАТУРА

1. Романов В.Е. Системный подход к проектированию специальной одежды. М., Легкая и пищевая промышленность, 1981
2. Вачевський М.В., Скотний В.Г., Вачевський О.М. Промисловий маркетинг. Основи теорії і практики. Навч. посібник. –К.: Центр навчальної літератури, 2004.-256с.
3. Мороз Л.А., Чухрай Н.І. Маркетинг. Навч. посібник. – Львів: ДУ «Львівська політехніка», ІВЦ «Інтелект» ПП, 1999. – 244с.