

УДК 33 DOI: 10.14451/1.249.65

Применение аналитических методов при оценке конкурентоспособности продукции текстильной промышленности стран ЕАЭС

© 2025 **Ханбалаев Сабир Ханбалаевич**

Аспирант. Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы (РУДН).

E-mail: sabir.khanbalaev@yandex.ru

© 2025 **Голодова Жанна Гаврииловна**

Доктор экономических наук, профессор. Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы (РУДН).

E-mail: golodova_zhg@rudn.university

Ключевые слова: конкурентоспособность, индекс Баласса, интегральный индекс конкурентоспособности, коэффициент Грубеля-Ллойда, относительное торговое преимущество, текстильная промышленность.

В работе проведена оценка конкурентоспособности продукции текстильной промышленности стран ЕАЭС с применением различных аналитических методов. Систематизированы подходы к анализу конкурентных позиций на уровне производителей, отраслей и национальных экономик. Рассчитаны интегральные индексы конкурентоспособности для швейных и текстильных предприятий ЕАЭС в сравнении с западноевропейскими и азиатскими производителями. Выявлено критическое отставание производителей ЕАЭС по ключевым параметрам, а именно: узнаваемости брендов, эффективности логистических цепочек, качеству продукции и маркетинговой поддержке. Определены показатели рентабельности и доли на мировом рынке, подтверждающие слабые позиции региональных производителей. Проанализированы коэффициенты Баласса, Грубеля-Ллойда и относительного торгового преимущества, демонстрирующие отсутствие конкурентных преимуществ текстильной отрасли ЕАЭС в международной торговле. Установлено, что доля стран союза составляет менее 0,0005% мирового рынка текстильной продукции при операционной рентабельности в 2–5 раз ниже среднемировых показателей.

Отрасль текстильной продукции всегда была важной для национальной экономики, так как позволяет удовлетворять широкий спектр как человеческих потребностей, так и потребностей бизнеса. Несмотря на это, в России в частности и в евразийском интеграционном экономическом пространстве в целом наблюдается низ-

кая доля исследуемой сферы в создаваемом валовом внутреннем продукте. Поэтому следует обратить внимание на текущий уровень конкурентоспособности продукции для выявления важных факторов, оказывающих воздействие на текущее положение дел.

Оценка конкурентоспособности продукции на внешних рынках осуществляется посредством применения различных аналитических подходов, которые можно систематизировать по уровню анализа и сфере применения. Для конкретного производителя применяются специализированные методы, позволяющие оценить устойчивость рыночных позиций через коэффициенты перманентности и устойчивости конкурентоспособности. Данные показатели дополняются анализом клиентской базы через коэффициенты удержания существующих и приобретения новых клиентов.

Сопоставление ценовых параметров и качественных характеристик продукции представляет собой базовый инструмент конкурентного анализа, который может быть расширен применением модели с идеальной точкой. Потребительская стоимость служит основой для комплексной оценки, при этом метод структурирования функций качества позволяет детализировать требования потребителей и трансформировать их в технические характеристики продукции. Анализ сетей обеспечивает понимание взаимосвязей между различными участниками рынка, а мониторинг динамики отзывов и оценок продукции в цифровой среде предоставляет актуальную информацию о восприятии товара потребителями.

Универсальные методы характеризуются возможностью применения независимо от специфики продукции или рынка. SWOT-анализ выявляет сильные и слабые стороны, возможности и угрозы, формируя основу для стратегического планирования. Интегральный индекс конкурентоспособности и многоугольник конкурентоспособности обеспечивают визуализацию многомерной оценки рыночной позиции. В рамках модели Розенберга фокус смещен на анализе потребительских предпочтений через декомпозицию общей полезности продукта, в то время как модель Кано классифицирует атрибуты продукции по степени их влияния на удовлетворенность потребителей.

Матричные методы БКГ и МакКинзи позволяют позиционировать продукцию в координатах привлекательности рынка и конкурентной позиции. Количественные показатели международной деятельности включают уровень продаж, маржинальность и индекс доли международного рынка. Экспертная оценка привносит качественный компонент в анализ, карта стратегических групп визуализирует конкурентное пространство, а метод анализа иерархий структурирует многокритериальный выбор через парные сравнения.

На макроуровне конкурентоспособность продукции страны оценивается через индекс Баласса, измеряющий выявленные сравнительные преимущества в экспорте. Индекс Грубеля-Ллойда обеспечивает количественную оценку уровня внутриотраслевой торговли, отражая степень дифференциации продукции и интеграции в глобальные цепочки создания стоимости. Показатель относительного торгового преимущества комбинирует анализ экспортной специализации с оценкой импортозависимости.

Вспомогательные аналитические методы формируют инструментальную базу для проведения оценки. Горизонтальный анализ выявляет временные тренды, вертикальный определяет структурные пропорции. Экспертный метод, интервью и анкетирование обеспечивают сбор первичной информации качественного характера. Коэффициентный анализ позволяет стандартизировать сравнение разнородных параметров, а прямой математический расчет применяется для вычисления интегральных показателей конкурентоспособности на основе формализованных алгоритмов.

Использование отличающихся методов решения аналитической задачи позволит выявить уровень конкурентоспособности продукции текстильной промышленности стран ЕАЭС. Участие государств ЕАЭС в глобальной торговле текстильными товарами остается минимальным — их присутствие составляет менее одной сотой процента. Показатели варьируются в диапазоне



Рис. 1. Изменение удельного веса ЕАЭС на мировом рынке текстильных изделий, одежды, изделий из кожи и смежных изделий в 2019-2023 гг., %. Источник: составлено автором по материалам [5; 10; 11].

0,0004–0,0005%. Интеграционное объединение практически невидимо для международной торговли данной продукцией, а исчезновение осталось бы незамеченным для глобального предложения, что отражают данные рисунка 1.

Рентабельность продаж служит дополнительным критерием оценки конкурентных преимуществ. Глобальные производители швейной продукции генерируют значительно большую прибавочную ценность по сравнению с компаниями ЕАЭС. На каждую сотню американских долларов выручки от реализации швейных товаров приходится 19,77 доллара США операционного дохода, что показано на рисунке 2.

Аналогичная ситуация наблюдается в текстильном секторе, где общемировая рентабельность достигает 8,13%. Производители тканей в евразийском интеграционном экономическом пространстве демонстрируют гораздо худшие результаты. В секторе тканевого производства данный коэффициент равен 3,5%, для кожевенной индустрии – 3,7%. Швейный сегмент показывает лучшие результаты (4,5%), однако существенно отстает от глобальных стандартов. Приведенные данные дополнительно свидетельствуют о слабых позициях текстильных производителей евразийского региона, что обусловлено несовершенством применяемых подходов к ведению бизнеса.

Как показано на рисунке 3, анализ доходности инвестированных средств выявляет иную картину. Текстильные предприятия евразийского региона достигают отдачи от вложенного акционерами капитала 29,1%, превышая глобальный уровень (27,42%). Швейная индустрия ЕАЭС

генерирует доходность инвестиций акционеров 27,3%, опережая международные стандарты (24,53%) почти на три процентных пункта.

Данные результаты свидетельствуют об определенных преимуществах региональных текстильных компаний перед зарубежными игроками. Кожевенная отрасль региона показывает худшие результаты – всего 18,1% отдачи от вложений владельцев, указывая на системные трудности этого направления.

Комплексный коэффициент конкурентных возможностей представляет собой еще один существенный критерий оценки. Множество элементов определяют перспективы развития сектора. Академические работы и бизнес-публикации раскрывают значимость различных аспектов для создания общей конкурентной позиции организации.

Швейные фабрики зависят главным образом от узнаваемости торговых марок. Приверженность покупателей существенно влияет на объемы реализации и размер операционного дохода от каждой денежной единицы выручки. Критическую роль играют организация логистических процессов, характеристики товаров и их внешний вид, стоимостные параметры, результативность продвижения товаров, тесно связанная с репутацией марки.

Сравнительный анализ проводится с европейскими и американскими производителями, чьи потребители обладают высокой покупательной способностью и приоритетами в области качественных характеристик товаров, экологической безопасности и этических методов ведения



Рис. 2. Сравнительный анализ чистой рентабельности в сфере производства текстильных изделий, одежды, изделий из кожи и смежных изделий в 2023 г., %. Источник: рассчитано автором по материалам [1; 4; 9; 13].



Рис. 3. Сравнение рентабельности собственного капитала в сфере производства текстильных изделий, одежды, изделий из кожи и смежных изделий в 2023 году, %. Источник: составлено автором по материалам [1; 4; 9; 13].

бизнеса. Европейско-американский рынок характеризуется склонностью к частой смене модных тенденций. Производственные компании азиатского региона – китайские, вьетнамские, индийские предприятия – представляют другую сравнительную категорию, специализирующуюся на крупносерийном выпуске бюджетной продукции.

По данным комплексной оценки конкурентных позиций швейных фабрик евразийского интеграционного экономического пространства выявляет значительное отставание от европейско-американских и азиатских игроков. По данным, представленным в таблице 1, евразийские производители набирают лишь 3,96 балла, европейско-американские достигают 9,40 балла, азиатские компании получают 8,90 балла.

Слабость торговых марок представляет наиболее проблемную область для евразийских компаний – всего три балла при весовом коэффициенте 0,287. Европейско-американские бренды достигают десяти баллов по этому параметру, азиатские марки набирают восемь баллов. Низкая международная узнаваемость ма-

рок евразийского региона серьезно сдерживает возможности зарубежных поставок текстильных товаров.

Логистические системы евразийских фабрик нуждаются в совершенствовании и рационализации, получив четыре балла при весе критерия 0,147. Европейско-американские и азиатские компании достигают десятибалльного уровня, демонстрируя превосходную организацию снабженческо-сбытовых операций и глубокую интеграцию логистических цепочек. Дизайнерские решения и качественные характеристики товаров евразийских производителей получают четыре балла при весе 0,178, демонстрируя потребность в модернизации технологических операций и усилении инновационной активности. Европейско-американские компании достигают десятибалльного результата по этому критерию, азиатские фабрики набирают девять баллов.

Стоимостные параметры представляют относительное преимущество евразийских фабрик – шесть баллов при весовом показателе 0,213. Но даже здесь наблюдается отставание:

Таблица 1. Интегральный индекс конкурентоспособности производителей одежды ЕАЭС, западноевропейских государств и азиатских стран в 2024 г.

Фактор конкурентоспособности	Коэффициент, доля ед.	ЕАЭС		Западные страны		Страны Азии	
		Балл	Взвешенный балл	Балл	Взвешенный балл	Балл	Взвешенный балл
Авторитет брендов	0,287	3	0,86	10	2,87	8	2,3
Продуктивность цепи поставок	0,147	4	0,59	10	1,47	10	1,47
Качество продукции и дизайна	0,178	4	0,71	10	1,78	9	1,6
Ценовой фактор	0,213	6	1,28	8	1,7	10	2,13
Маркетинговая поддержка	0,175	3	0,53	9	1,58	8	1,4
Всего	—	—	3,96	—	9,4	—	8,9

Источник: составлено автором по материалам [6; 8].

европейско-американские производители получают восемь баллов, азиатские лидируют с десятью баллами. Маркетинговые стратегии евразийских компаний оцениваются тремя баллами при весе 0,175. Европейско-американские игроки демонстрируют девятибалльный результат, азиатские конкуренты достигают восьми баллов, подтверждая недостаточную развитость рекламно-сбытовых подходов в евразийском регионе.

Текстильная индустрия требует особого внимания к встраиванию в глобальные производственные цепочки, оптимизации снабжения сырьевыми ресурсами, повышению операционной результативности, квалификации кадров и технологическому уровню оборудования. Комплексный показатель конкурентных возможностей текстильных фабрик ЕАЭС существенно отстает от европейско-американских и азиатских аналогов. Евразийские компании набирают 5,89 балла из десяти максимальных, европейско-американские – 8,44 балла, азиатские получают 8,2 балла (табл. 2).

Европейско-американские текстильные корпорации концентрируются преимущественно на проектировании товаров, организации сбыта

и продвижении брендов, делегируя производственные операции партнерам, включая фабрики Юго-Восточной Азии. Большая часть прибавочной ценности сохраняется в европейско-американском регионе, поэтому подобные организационные схемы анализируются отдельно.

Конкурентные позиции евразийской текстильной индустрии ослабляют недостаточная эффективность снабженческих операций, слабая включенность в глобальные производственные цепочки и отставание в технологическом развитии. Московский регион, являющийся экономическим локомотивом России, и другие территории ЕАЭС удалены от крупных морских маршрутов. Это обстоятельство автоматически предоставляет преимущества странам Юго-Восточной Азии благодаря дешевизне морских перевозок относительно железнодорожного транспорта.

Географическое положение негативно отражается на организации поставок сырьевых ресурсов. Необходимы инвестиции в автоматизированные и цифровые решения для технологической модернизации. Текущий технологический уровень оценивается пятью баллами из десяти максимальных, тогда как европейско-американские компании достигают девяти баллов. Операционная результативность

Таблица 2. Расчет интегрального индекса конкурентоспособности производителей текстиля ЕАЭС, западно-европейских государств и азиатских стран в 2024 г.

Фактор конкурентоспособности	Коэффициент, доля ед.	ЕАЭС		Западные страны		Страны Азии	
		Балл	Взвешенный балл	Балл	Взвешенный балл	Балл	Взвешенный балл
Менеджмент входных ресурсов	0,189	6	1,14	8	1,52	9	1,70
Производственная рациональность	0,193	8	1,55	8	1,55	9	1,74
Развитие человеческого капитала	0,182	7	1,27	8	1,45	7	1,27
Участие в международных цепочках	0,242	4	0,97	9	2,18	8	1,94
Технологичность	0,193	5	0,97	9	1,74	8	1,55
Всего	-	-	5,89	-	8,44	-	8,20

Источник: составлено автором по материалам [6; 8].

и квалификация специалистов евразийских предприятий приближаются к уровню международных конкурентов, создавая основу для перспективного развития текстильного сектора региона.

Методология индекса Баласса предусматривает использование региональных данных. Проводится сопоставление с глобальными производственными показателями и параметрами конкретных территорий – Европы и Центральной Азии. Данные для всего ЕАЭС отсутствуют, поэтому внимание уделено именно РФ.

По данным рисунка 4, коэффициент Баласса для текстильного сектора России относительно глобальной торговли держался на отметке 0,0001 в 2019 г., 2021–2023 гг., незначительно увеличившись до 0,0002 в 2020 году. Сопоставление с европейско-центральноазиатским регионом демонстрирует схожую динамику: показатель равнялся 0,0002 в период 2019–2021 гг., затем опустился до 0,0001 в 2022–2023 гг. Полученные результаты значительно ниже единицы, указывая на серьезные конкурентные слабости текстильных производств России и других государств евразийского союза в международной торговле.

Практически нулевые значения отражают фактическое отсутствие конкурентных возможностей отечественных текстильных товаров в глобальном масштабе. Текстильные изделия занимают минимальную долю в российском экспорте относительно их удельного веса в международных поставках. Это указывает на системные трудности сектора и неспособность соперничать с зарубежными фабриками на внешних рынках. Необходим поиск путей укрепления позиций для компенсации отрицательного воздействия на торговый баланс государства.

По данным рисунка 5, показатель Грубеля-Ллойда для текстильно-швейной отрасли России демонстрировал нисходящую траекторию внутриотраслевого товарообмена в рассматриваемые годы. Коэффициент равнялся 0,17 в 2019 году, поднялся до 0,18 в период 2020–2021 гг., после чего последовательно опустился до 0,15 в 2022 году и резко упал до 0,07 в 2023 году.

Минимальные величины коэффициента Грубеля-Ллойда, существенно отстающие от единицы, указывают на доминирование межотраслевого товарообмена в российском текстильном секторе, что отражает дисбаланс внешнеторговых потоков отечественной текстильной индустрии,

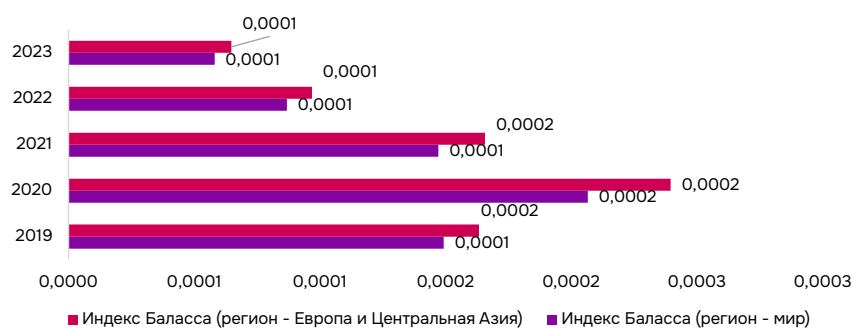


Рис. 4. Коэффициент Баласса для сферы производства текстиля и одежды на примере РФ и Европы с Центральной Азии в 2019–2023 гг. Источник: составлено автором по материалам [2; 3; 7; 12].

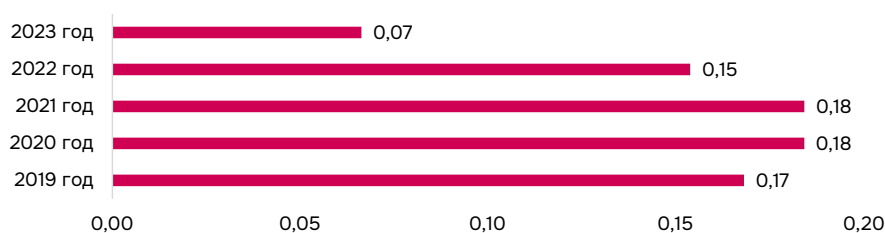


Рис. 5. Коэффициент Грубеля-Ллойда для сферы производства текстиля и одежды на примере РФ в 2019–2023 гг. Источник: составлено автором по материалам [2; 3; 7; 12].

где импортные поставки значительно превосходят экспортные объемы. Обвальное сокращение коэффициента до 0,07 в 2023 году демонстрирует углубление разрыва между ввозом и вывозом текстильных товаров, подтверждая критическое ослабление рыночных позиций российских фабрик.

Анализ траекторий коэффициентов Баласса и Грубеля-Ллойда выявляет фундаментальные трудности конкурентных возможностей отечественной текстильной индустрии. Коэффициент Баласса подтверждает отсутствие относительных достоинств в глобальной торговле, падающий коэффициент Грубеля-Ллойда отражает усиливающуюся импортозависимость и слабость российских предприятий даже на национальном рынке.

По данным рисунка 6, коэффициент относительного торгового превосходства (RTA) демонстрирует критически слабые конкурентные позиции евразийского союза в текстильно-швейном секторе. Россия генерирует главные внешнеторговые потоки, многократно превосходящие совокупные объемы остальных государств-участников интеграционного блока.

Следовательно, представленные показатели отражают общую картину ЕАЭС, а не исключительно российскую ситуацию. Сохраняется минимальный уровень относительного торгового превосходства. Ввоз существенно опережает вывоз, формируя отрицательные значения коэффициента.

При сравнении с европейско-центральноазиатским регионом, что отражают данные рисунка 7, наблюдается аналогичная картина.

Произошло незначительное уменьшение негативного показателя – с 0,0028 до 0,0026 долей единицы за период 2019–2023 гг. Однако результат остается существенно ниже равновесного состояния или зоны относительного торгового превосходства. Это подтверждает слабость конкурентных возможностей евразийского союза в глобальной торговле текстильными товарами.

Таким образом, можно сделать вывод, что участие ЕАЭС в глобальной торговле текстилем, швейными товарами, кожевенной продукцией остается минимальным – всего 0,0005 процента от международного объема. Операционная рентабельность достигала 3,5 процента

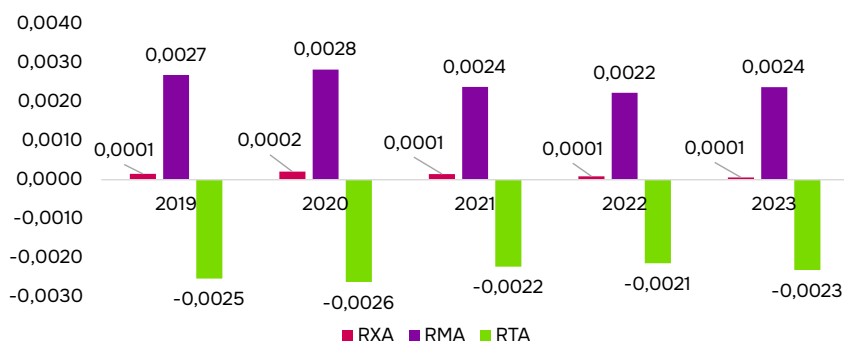


Рис. 6. Изменение коэффициента относительного торгового преимущества, RTA, (регион – мир) на примере РФ в 2019–2023 гг. Источник: составлено автором по материалам [2; 3; 7; 12].

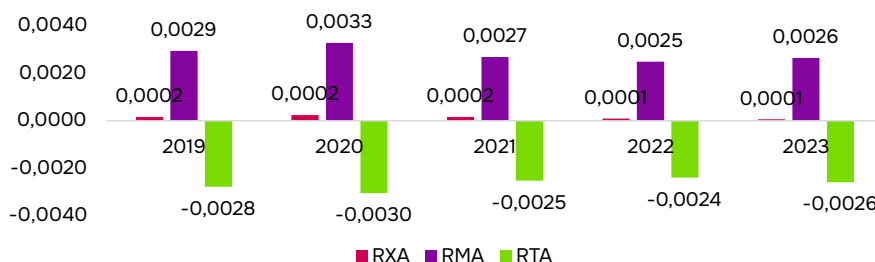


Рис. 7. Изменение коэффициента относительного торгового преимущества (RTA, регион – Европа и Центральная Азия) на примере РФ в 2019–2023 гг. Источник: составлено автором по материалам [2; 3; 7; 12].

в текстильном производстве и 4,5% в швейном секторе. Глобальные показатели существенно выше, ведь швейная индустрия демонстрирует 19,77%, текстильная – 8,13%. Ключевые коэффициенты конкурентных позиций свидетельствуют об отсутствии относительных преимуществ у государств евразийского интеграционного

блока. Россия и другие страны-участники ЕАЭС играют незначительную роль в международной текстильной торговле, что указывает на необходимость разработки мер усиления позиции национального товаропроизводителя для изменения положения дел на глобальном рынке.

Библиографический список

1. Справочник ТестФирм: финансовые показатели российских организаций по отраслям. – URL: <https://www.testfirm.ru/otrasli> (дата обр. 20.05.2025).
2. Статистика внешнего сектора. – URL: https://cbr.ru/statistics/macro_itm/external_sector/etg (дата обр. 20.05.2025).
3. Товарная структура экспорта и импорта Российской Федерации, годы (с 1995 г.) – URL: <https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/99stru.xlsx> (дата обр. 20.05.2025).
4. Финансовые показатели. – URL: <https://www.testfirm.ru/otrasli/15> (дата обр. 20.05.2025).
5. Apparel market worldwide – statistics & facts. – URL: <https://www.statista.com/topics/5091/apparel-market-worldwide/> (visited on 05/20/2025).
6. Competitive factors of fashion retail sector with special focus on SMEs / G. Gonda [et al.] // Economies. – 2020. – No. 4.
7. Export by country and region. – URL: <https://wits.worldbank.org/CountryProfile/en/Country/WLD/Year/LTST/TradeFlow/Export/Partner/all/> (visited on 05/20/2025).
8. Hurreeram D. K., Devkumar S. C., Soobhug K. Key Success Factors for the Apparel Manufacturing Industry: A Case Study at Company X // Proceedings of the World Congress on Engineering 2014 Vol II. – 2014. – P. 1–7.
9. LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton SE (LVMH). – URL: <https://www.investing.com/equities/l.v.m.h.-ratios> (visited on 05/20/2025).
10. Revenue of the apparel market worldwide from 2019 to 2029. – URL: <https://www.statista.com/forecasts/821415/value-of-the-global-apparel-market> (visited on 05/20/2025).

11. Textiles – Worldwide. – URL: <https://www.statista.com/outlook/io/manufacturing/material-products/textiles/worldwide> (visited on 05/20/2025).
12. Textiles and Clothing Exports by country in US\$ Thousand 2022. – URL: https://wits.worldbank.org/CountryProfile/en/Country/WLD/Year/LTST/TradeFlow/Export/Partner/by-country/Product/50-63_TextCloth (visited on 05/20/2025).
13. TJX Companies Inc (TJX). – URL: <https://www.investing.com/equities/tjx-co-inc-ratios> (visited on 05/20/2025).