

# Lielbritānijas apakšveļas nozares apskats



Valsts aģentūra Latvijas Investīciju un attīstības aģentūra  
Latvian Investment and Development Agency

**Kristīne Metuzāle**

**LIAA pārstāvniecība Lielbritānijā**

# Lielbritānijas tekstiltirgus

- Kompāniju kopējais skaits nozarē pēdējo 4 gadu laikā ir samazinājies par 22,6%
- Šobrīd nozarē strādā 3485 tekstiluzņēmumi, kas salīdzinājumā ar 2003.gadu ir par 1015 uzņēmumiem mazāk.
- Nozarē izteikta ir mazo un vidējo ražošanas uzņēmumu dominance.
- Straujās izmaiņas nozarē liecina par tās nestabilitāti un nepieciešamību izvēlēties neliela daudzuma inovatīvus, nišas produktus, kas nav tiešā konkurencē ar lielajiem ražotājiem pasaulē.

# Lielbritānijā reģistrētie tekstila uzņēmumi, klasificēti pēc to lieluma, 2006.g.

Apgrozījums, tūkst. GBP	Uzņēmumu skaits
0 – 49	535
50 – 99	650
<b>100 – 249</b>	<b>920</b>
249 - 499	525
500 – 999	345
1000 – 4999	380
Vairāk par 5000	135
Kopā	3485

# Apakšveļas sektors

- Neskatoties uz ievērojamo kritumu Lielbritānijas tekstilnozarē, apakšveļas sektors ir bijis pietiekami stabils un veiksmīgs pēdējos gados.
- Apakšveļas sektors, kurš ietver sevī arī sieviešu veļu, zeķu kā arī korsešu izstrādājumu ražošanu 2006.gadā pēc pārdevēju cenu aprēķina bija 2,48 miljardi mārciņu vērts.
- Kopš 2002.gada nozare kopumā ir piedzīvojusi 13,3 % pieaugumu.
- Tomēr zeķu izstrādājumu apakš sektorā laika posmā starp 2002. un 2006.gadu bijis kritums, ko ietekmējuši galvenokārt cilvēku jaunie iepirkšanās paradumi un lielveikalu politika pārdodot 5 pāru paku par īpaši zemām cenām, kā piem. 1,50 GBP par paku. Tā ietekmē arī brend produktu ražotāji bija spiesti reaģēt uz tirgu un ieviest privat-label produktus.
- Brend apakšveļas produkti 2005./2006. gadā piedzīvoja pozitīvu izaugsmi, galvenokārt pateicoties produktu inovācijai un skaidrai produktu diferencēšanai no privat-label sektora.

# Lielbritānijas apakšveļas nozares sadalījums pa apakšsektoriem

Lielbritānijas apakšveļas nozares sadalījums pa sektoriem					
2002.-2006.g., milj. GBP					
	2002	2003	2004	2005	2006
Korsešu izstrādājumi	750	801	860	915	970
Apakšveļa	700	749	784	822	862
Zeķu izstrādājumi	740	720	696	673	750
Kopā	2190	2270	2340	2410	2482
% izmaiņas pret iepriekšējo gadu	—	3,7	3,1	3,0	3,0

# Sektora īpašās iezīmes

- Virkne britu kompāniju turpina ražot apakšveļas izstrādājumu, lai arī tās izjūt lielu tirgus ietekmi no ārvalstu piegādātājiem.
- Arvien pieaugošu tirgus daļu iekaro piegādātāji no Šrilankas un Ķīnas.
- Tirgus attīstība apakšveļas nozarē raksturīga ar jaunu materiālu ienākšanu, tādu kā likra, poliamīds, elastāns un citas šķiedras.
- Arī jaunas ražošanas tehnoloģijas turpina ienākt šai tirgū, kas ļauj ieviest tirgū jaunus produktus, piem. piešķirot auduma šķiedrām vitamīnu E, zeķu izstrādājumi veic arī ādas mitrināšanas funkciju.
- Daudzi ražotāji un tirdzniecības uzņēmumi ir nobažījušies par arvien pieaugošo cenu konkurenci nozarē. Sevišķi stipri tā ir izjūtama privat-label produktu grupā. Uzņēmumu atbilde uz šādu situāciju tirgū bija cenu samazināšana un fokusētu nišas produktu attīstība. 2006.gadā 71% no apakšveļas tirgus aizņēma privat-label produkti, kas ir pieaudzis par 5% salīdzinājumā ar 2004.gadu.
- Uzņēmumi nonākuši situācijā, kurā viņiem skaidri jādefinē sava vieta tirgū, lai izturēt pieaugoši konkurenci, sevišķi no tādas veikalu ķēdes kā Marks & Spencer.

# Preču pārdošanas politika

- Apakšveļas tirdzniecības vietu skaits ir strauji audzis, veikalu ķēdes tādas kā New Look, Next, Oasis utt. ir likusi uzsvaru tieši uz šo produktu grupu savā stratēģijā jaunu produktu attīstībā un cenu politikas pilnveidošanā.
- Iepirkšanās centri un iepirkšanās ielas joprojām saglabā galveno preču pārdošanas vietu. Šo tendenci pastiprina arī pieaugošā lielveikalu nozīme tirdzniecības sektorā.
- Katalogu bizness ir ievērojami zaudējis savu vietu tirgū, jo tā priekšrocības pēcapmaksas veidā ir sarukušas, jo pircēji arvien vairāk izmanto kredītkartes
- Arvien vairāk pieaug pirkumu skaits internetā. Visveiksmīgākais no interneta veikaliem ir Figleaves.
- Pozīcijas tirgū nostiprina privat-label produkti. Kā svarīgāko te varētu minēt Marks&Spencer apakšveļas produktu grupu, kas aizņem 30% tirgus daļu.
- Kopējā tendence ir, ka tirdzniecības uzņēmumi saskata apakšveļu kā produktu grupu, kurai ir liels potenciāls nākotnē.
- Zemu cenu veikali savukārt izdara arvien lielāku spiedienu uz paaugstinātas kvalitātes un tomēr zemu cenu produktiem.



# Patērētāju uzvedība un nozares mārketings

- Laika gaitā novērots, ka pieprasījums pēc apakšveļas nemainās atkarībā no ekonomiskā stāvokļa valstī. Šīs preces tiek uzskatītas par ne īpaši dārgām, tādēļ tās tiek pirktas arī tad, ja ekonomikā notikusi zināma lejupslīde.
- Veiktie pētījumi rāda, ka sievietes arvien vairāk tērē naudu apakšveļas iegādei. Liela daļa sieviešu gadā vidēji tērē 20 - 49 GBP iegādājoties šos produktus.
- Arvien lielākas prasības tiek izvirzītas pret produktu kvalitāti.
- Tāpat no pētījumiem izriet, ka sievietes ir ar mieru izdot arvien vairāk naudas par šīm precēm nekā iepriekšējos gados. To ietekmē arī fakts, ka mūsdienās lielākā daļa sieviešu strādā un ir finansiāli neatkarīgas.
- Šīs izmaiņas patērētāju uzvedībā notikušas pateicoties faktam, ka apakšveļa iekaro arvien būtiskāku modes preces statusu sieviešu vidū, ko ietekmē veikalu milzīgā produktu reklāma un arvien jaunu produktu ienākšana veikalu plauktos.
- Gada laikā no 2005.g.jūnijam līdz 2006.g.jūnijam reklāmas izdevumi nozarē sasnieguši 4,4 miljonus GBP.

# Nozares nākotnes prognozes

- Tuvāko piecu gadu laikā personīgo ienākumu līmenis Lielbritānijā paredzams stabils, tāpēc arī ražotājiem un tirdzniecības uzņēmumiem ir iespējas palielināt savu apgrozījumu.
- Laika periodā starp 2007. un 2011.gadu apakšveļas (t.sk. arī zeķu izstrādājumu ražošana) nozarei paredzēts pieaugums līdz 2,9 miljardiem.
- Globālā tirgū arvien vairāk pieaugs lētu ārvalstu izstrādājumu ietekme.
- Lēto veikalu ķēdes paliks joprojām liels drauds. Privat-label produkti ieņems nākotnē vēl lielāku tirgus daļu un būs izaicinājums pārējiem tirgus dalībniekiem.
- Ražotāji var joprojām ietekmēt patērētājus pirkt vairāk produktu, tiem ir iespējas ienākt tirgū ar jauniem produktiem, tādiem kā uzlabota grūtnieču apakšveļa, apakšveļa dažādu apģērbu tipiem utt.

# Galvenie Lielbritānijas apakšveļas tirgus līderi

- Bentwood Ltd
- Courtaulds Ltd
- Crystal Martin Holdings Ltd
- DBApparel UK Ltd
- Intimas Group PLC
- Unity Brands Ltd
- Lingerie Retailers
- Agent Provacateur
- Ann Summers
- Bhs Ltd
- Contessa Ltd
- Marks & Spencer PLC
- Primark

**LIAA pārstāvniecība Lielbritānijā**  
**72 Queensborough Terrace**  
**London W2 3SH, UK**  
**Tel. 0044 20 7229 8173**  
**Fax 0044 20 7727 7397**  
**e-pasts [uk@liaa.gov.lv](mailto:uk@liaa.gov.lv)**



Valsts aģentūra Latvijas Investīciju un attīstības aģentūra  
Latvian Investment and Development Agency