

**РАЗВИТИЕ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА
В ТЕКСТИЛЬНОЙ ОТРАСЛИ В ПОСТКРИЗИСНЫЙ ПЕРИОД
SMALL BUSINESS DEVELOPMENT
IN TEXTILE INDUSTRY IN THE POST-CRISIS PERIOD**

О.Б. ДИГИЛИНА, Н.В. АБДУЛАЕВ
O.B. DIGILINA, N.V. ABDULAEV

(Владимирский государственный университет
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых)
(Vladimir State University named after Alexander and Nikolai Stoletovs)
E-mail: nizamka33@mail.ru

В статье рассматриваются состояние и перспективы развития малого предпринимательства в текстильной отрасли, оценивается потенциал малого предпринимательства и предлагаются меры по его государственной поддержке.

In the article the authors describe current state of small business and perspectives of its' development in textile industry, estimate small business potential and suggest measure for state support.

Ключевые слова: малое предпринимательство, текстильная отрасль, государственная поддержка, клиентоориентированная стратегия.

Keywords: small business, textile industry, state support, customer-oriented strategy.

Выживание и дальнейшее развитие текстильной отрасли в посткризисных условиях связаны с разработкой стратегии, основными направлениями которой является развитие институциональных основ отрасли, господдержка и модернизация. Модернизация предполагает внедрение разного рода инноваций – в организацию и способы производства, реализацию продукции, управление, маркетинг, во все бизнес-процессы на предприятии.

Цель инновации – повышение качества, расширение и обновление ассортимента с целью удовлетворения новых запросов потребителей, завоевание новых рынков, снижение затрат для манипулирования ценой и т.д. Для крупных предприятий текстильной отрасли инновации могут быть направлены на изменение структуры, самой производственной системы. Для этого можно воспользоваться зарубежным опытом.

На российских текстильных предприятиях сосредоточен весь комплекс вспомо-

гательных производств, в то время как западные текстильные компании чаще всего приобретают услуги (по транспортному обслуживанию, ремонту и т.д.) у специализированных фирм, экономя собственные средства на приобретение специальных средств, оборудования и помещений.

Зарубежные фирмы давно решили дилемму: покупать требуемые в производстве компоненты или производить их своими силами в пользу первого, используя практику аутсорсинга. Предприятия привлекают внешних поставщиков услуг для реализации второстепенных для компании задач, функций, процессов или их частей, используя преимущества специализации и высокого профессионализма.

За рубежом производство и транспортировка пара, газа (для отделочных производств) и электроэнергии; производство запасных деталей для ремонта текстильного оборудования; в отдельных случаях даже составление бухгалтерского баланса переданы специализированным фирмам.

В результате данной новации появляется возможность снизить общепроизводственные расходы предприятия (могут составлять до 30...50%, из которых значительная часть приходится на вспомогательные производства) и повысить качество выполнения работ, сконцентрировать управленческие усилия на меньшем количестве объектов [7].

Для России – это задача не одного дня, но вполне выполнимая в процессе реструктуризации предприятий на основе оптимизации бизнес-процессов. В этом случае потребуется создание кооперационных связей с предприятиями, осуществляющими такие услуги. Эти предприятия являются, как правило, малыми или средними.

Создание кооперационных связей между малыми предприятиями позволяет частично решить задачу поддержки малых предприятий заказами, что способствует реализации функции малого бизнеса как части экономической системы страны, которая влияет на темпы экономического роста, состояния занятости населения, структуру и качество валового национального продукта.

Развитие малого бизнеса в целом и в текстильной отрасли в частности весьма перспективно. Малый бизнес гибко реагирует на изменение рыночной конъюнктуры, с меньшими затратами удовлетворяет потребности в дефицитных видах товаров и услуг на основе разработки местных источников, диверсифицируя региональные рынки.

Характерной особенностью малого предприятия является высокая интенсивность использования всех видов ресурсов и постоянное стремление к оптимизации их количества, обеспечение наиболее рациональных для данных условий пропорций. На малом предприятии не бывает лишнего оборудования, избыточных запасов сырья и материалов, лишних работников [6]. Не случайно малые предприятия во многих странах признаны в качестве важной и перспективной формы хозяйствования (в развитых странах малый бизнес дает до 40% ВВП).

В случае эффективной государственной политики малые предприятия могут стать основой рыночных структур во многих отраслях, обеспечивая перелив инвестиций в сферы наиболее эффективного приложения ресурсов, и, тем самым, соединить процессы структурной политики и формирование всероссийского рынка. Это особенно актуально для предприятий обрабатывающих отраслей. В том числе и текстильной, испытывающей сильную конкуренцию зарубежных производителей после вступления в ВТО.

В России в посткризисных условиях наблюдается медленный рост количества малых предприятий в текстильной отрасли. Если в 2010 г. число малых предприятий в текстильном и швейном производстве составляло 10247, в 2011 г. – 11057, то в 2012 г. – 12109, то есть выросло почти на 15%. Количество микропредприятий составило соответственно 7645, 8345, 9158. В 2011 г. на малых предприятиях текстильного и швейного производства было занято 130,0 тыс. чел., а среднесписочная численность без внешних совместителей составила 121,8 тыс. чел., на микропредприятиях – соответственно 25,3 и 22,7. Оборот малых предприятий составил в 2010 г. 74,7 млрд. руб., в 2011 г. – 84,1 млрд., в 2012 г. – 81,0. Оборот микропредприятий составил соответственно 15,7 млрд. руб., 17,6 и 21,9. Если на микропредприятиях он вырос, то на малых предприятиях, наоборот, несколько снизился.

Таким образом, в настоящее время именно малые предприятия, включая микропредприятия, составляют около 82% общего числа организаций текстильного производства, они обеспечивают рабочими местами 26% занятых в отрасли и формируют 39% общей выручки.

Во Владимирской области в структуре отгруженной продукции обрабатывающих производств в 2013 г. преобладало производство пищевых продуктов. Доля текстильного и швейного производства составила всего 2,7%, что примерно в 10 раз меньше, чем в производстве пищевых продуктов. Продукции текстильного и швей-

ного производства в 2013 году было отгружено на 7,1 млрд. руб. (96,4%).

Спад производства в текстильном секторе обусловлен снижением объемов выпуска тканей. В связи с падением спроса на продукцию текстильной отрасли производство хлопчатобумажных тканей в области уменьшилось на 14%, тканей из синтетических и искусственных волокон – на 10,4% [1].

Практически все отечественные швейные предприятия работают на настоящий момент на импортном сырье. Исключение составляют некоторые позиции, сохраненные отечественными ткачами, — это ткани для рабочей одежды и, конечно, технические ткани. Производство гражданской синтетики практически полностью утеряно, в то время как практически все современные ткани, прежде всего стрейчевые, включают в себя синтетические компоненты, все ткани для домашнего пользования (негорючие ткани). Эта ниша занята производителями развитых стран (Италия, Германия, Австрия).

За рубежом малые и средние предприятия занимаются доведением научных исследований и разработок до готового рыночного продукта, выпуском малосерийной продукции, производством комплектующих и оказанием услуг в рамках промышленной субконтракции, своевременно обеспечивая отрасли инновационной продукцией.

Что касается инновационной деятельности малых предприятий, то удельный вес предприятий, осуществляющих технологические инновации, в общем числе обследованных предприятий, в 2011 г. составил всего 3,32 процента; объем инновационных товаров, работ и услуг – 274,0 млн. руб., удельный вес инновационных товаров, работ, услуг в общем объеме отгруженных товаров, выполненных работ, услуг, 0,68 процентов. Затраты на технологические инновации малых предприятий в текстильном и швейном производстве в 2011 г. составили 186,4 млн. руб., в которых исследование и разработка новых продуктов, услуг и методов их производства (передачи), новых производственных процессов составили 32,5%, производст-

венное проектирование, дизайн и другие разработки (не связанные с научными исследованиями и разработками) новых продуктов, услуг и методов их производства (передачи), новых производственных процессов составили 2,1%, приобретение машин и оборудования, связанных с технологическими инновациями – 46,7% [2].

Многие проблемы отечественных текстильщиков проистекают из-за несвоевременно проведенной модернизации – не секрет, что в странах, где текстильная отрасль является приоритетной, государством субсидируется модернизация как часть социальной политики.

Чтобы окончательно не потерять текстильную отрасль, требуется принять активные меры по ее спасению. Эксперты предлагают стратегию, основанную на учете особенностей региональной структуры промышленного производства. Выпуск продукции легкой промышленности в структуре промышленного производства регионов Центрального ФО, Приволжского ФО и Южного ФО составляет от 10 до 30 процентов. Именно в этих регионах целесообразно модернизировать крупные производства, имеющие важное отраслевое и региональное значение.

В наименее развитых, с точки зрения отрасли, федеральных округах – Сибирский ФО, Дальневосточный ФО, Уральский ФО – представляется целесообразным стимулирование создания средних и малых предприятий по пошиву готовых изделий, в ряде случаев способных выполнять роль центров инновационной активности. Прекращение в результате структурной перестройки деятельности других отраслей в этих округах приведет к высвобождению занятого населения, которое целесообразно направить на создаваемые предприятия в легкой промышленности.

Легкая промышленность в форме малого и среднего бизнеса в Уральском ФО, Сибирском ФО, Дальневосточном ФО развивается вместе с текстильной отраслью, обеспечивая поставку полуфабрикатов и сырья [3].

При этом для успеха малым предприятиям необходимо осваивать специфиче-

ские, узкоспециальные ниши рынка. Например, сектор рынка рабочей одежды уверенно удерживается отечественным производителем. Китайские производители явно не будут претендовать на производство, например, мужских костюмов.

Кроме того, для малого и большого бизнеса в настоящее время основная проблема – это реализация. Перспективным направлением поддержки малых текстильных предприятий является создание в каждом регионе маркетинговых центров для малого бизнеса, где будет проводиться консалтинг по таким вопросам, как проведение рекламной кампании, создание собственного бренда и построение цепей реализации продукта, оказываться помощь в организации выставочной деятельности.

Малым предприятиям текстильной отрасли можно порекомендовать использовать клиентоориентированную стратегию по примеру японской теории управления – "кайдзен", суть которой заключается в том, что все системы организации нацелены на удовлетворение возрастающих потребностей клиентов, а не на решение внутриорганизационных проблем и задач. Концепция клиентоориентированной стратегии предприятия предусматривает, что ассортимент и количество производимой продукции диктуются напрямую потребителем. Иными словами, внедрение клиентоориентированного подхода в предпринимательскую деятельность требует более внимательного отношения к потребителям. Четкая идентификация потребностей клиентов позволяет предприятию оптимально организовать свою деятельность для достижения максимальных результатов [4].

В современных условиях для реализации поддержки малого бизнеса в текстильной отрасли необходима корректировка Ведомственной целевой программы "Развитие малого предпринимательства в отраслях промышленности и торговле" в части: установления упрощенного порядка предоставления субъектам малого предпринимательства помещений для организации деятельности по производству продукции текстильной и легкой промышленности; предоставления субъектам малого

предпринимательства технологического оборудования во временное пользование на льготных условиях; обеспечения льготного подключения субъектов малого предпринимательства, осуществляющих производство продукции текстильной и легкой промышленности, к инженерным сетям.

Важнейшими направлениями финансовой поддержки малого предпринимательства в текстильной отрасли, на наш взгляд, являются:

- увеличение размера грантов начинающим малым предприятиям на частичное возмещение расходов, связанных с началом предпринимательской деятельности;
- снижение налоговой нагрузки;
- замораживание тарифов естественных монополий, ведущих к росту цен на энергоресурсы;
- увеличение объемов государственного заказа.

Немаловажную роль может сыграть обеспечение информационной поддержки отрасли в СМИ путем подготовки и выпуска цикла телевизионных программ о российских производителях товаров текстильной и легкой промышленности [5].

Все эти меры направлены на развитие конкурентоспособной текстильной промышленности, которая, несмотря на текущие проблемы, имеет существенный потенциал роста и способна обеспечить импортозамещение.

ЛИТЕРАТУРА

1. Аналитическая записка об основных итогах работы промышленности Владимирской области в 2013 году (материал подготовлен с использованием сведений территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Владимирской области). <http://www.kppn.avo.ru>.
2. Малое и среднее предпринимательство в России. http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru.
3. Малый бизнес и легкая промышленность. Общественный совет по развитию малого предпринимательства при губернаторе Санкт-Петербурга. http://www.osspsb.ru/experts/otrasli_MB/legkaya_prom
4. Маркив А. Инновационная стратегия развития предприятий текстильной промышленности России. http://www.ieay.ru/nauch/sc_article/2012/04/Markiv.shtml.
5. Тезисы к выступлению А.В. Разбродина. Рекомендации по поддержке легкой, текстильной,

кожевенной и обувной промышленности в связи с присоединением России к Всемирной Торговой Организации <http://media.rspp.ru/document>.

6. *Ткачева О.В., Авдеева Т.Г.* Анализ развития малого бизнеса в легкой промышленности в республике Беларусь и за рубежом. <http://sibac.info/index.php/2009-07-01-10-21-16/5623-2012-12-22-16-09-32>.

7. *Ульянова О.Б.* Аутсорсинг: инструмент повышения эффективности бизнес-систем в тек-

стильной отрасли // Рынок легкой промышленности. №46. 2006. <http://rustm.net/catalog/article/97.html>.

Рекомендована кафедрой менеджмента и маркетинга. Поступила 02.07.14.
