

УДК 677

**ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ РАБОТЫ ТЕКСТИЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ
НА ОСНОВЕ ПЛАНИРОВАНИЯ И КООРДИНАЦИИ
АССОРТИМЕНТНОЙ СПЕЦИАЛИЗАЦИИ В ОТРАСЛИ**

Н.К. ТЕМНОВА, А.А. РАДЗИНСКАЯ

(Санкт-Петербургский государственный университет технологии и дизайна)

Для большинства текстильных предприятий проблема выбора ассортимента и формирования перспективной ассортиментной политики остается одной из наиболее актуальных. Суть проблемы объяс-

няется отсутствием отраслевого планирования ассортимента, недостатком информации о положении в отрасли, разобщенностью производителей, непредсказуемостью поведения и предпочтений покупате-

ля, слабым маркетинг-менеджментом предприятия.

Координационная работа на уровне отрасли в настоящее время представлена организацией и проведением федеральных ярмарок товаров текстильной и легкой промышленности. Для товаропроизводителей именно участие в таких ярмарках позволяет получить оперативную и достоверную информацию об общей ситуации в отрасли и положении отдельных производителей, о перспективах ассортиментного развития, получить отзывы торгующих организаций и смежников на представляемую продукцию, заключить договоры на производство и поставку в ассортименте.

По результатам работы на ярмарке расписываются производственные мощности предприятия и составляется производственная программа. Некоторые предприятия столь успешно работают на федеральных ярмарках, что практически полностью формируют свою производственную программу на полугодие – год, (но это скорее исключение).

Свободные резервы производственных мощностей используются при размещении текущих заказов на производство в основном по толлинговым схемам. Однако работа на "давальческом" сырье предусматривает, что ассортимент определяет заказчик и действует он исходя из требований рынка. Производитель не участвует в выборе и формировании ассортимента, он лишь сдает в аренду свои производственные и трудовые ресурсы.

Учитывая, что для большинства текстильных предприятий вся деятельность на 60 и более процентов представлена толлингом, можно констатировать, что ассортиментную политику текстильных предприятий в настоящее время формируют не специалисты этих предприятий, а деловой и потребительский рынок. Руководители предприятий, не рассчитывая на силы своих маркетологов, готовы заказывать внешним консультантам и аналитикам маркетинговые исследования и обоснования программ ассортиментного развития.

Деловой рынок текстильной продукции образуют предприятия, приобретающие ее

в качестве бизнес-продукта. Около 39% всех покупателей делового рынка текстильной продукции составляют предприятия швейной, кожевенной, меховой и обувной промышленности, использующие текстиль в собственном производстве в качестве основных и вспомогательных материалов. Примерно 60% потребителей – это так называемые перепродавцы текстильной продукции на конечном потребительском рынке и 1% – крупные промышленные предприятия, использующие продукцию текстильной промышленности по специальному назначению.

Работа по "давальческим" схемам приводит к спонтанности в формировании ассортиментной политики и производитель буквально идет на поводу у заказчика обработки. Это приводит к тому, что производственно-технологический потенциал предприятий используется недостаточно, не учитываются его реальные и потенциальные возможности в ассортиментной специализации, в определенной степени теряется управляемость развитием производства.

В то же время, неиспользуемые основные фонды, ранее обеспечивавшие ассортиментную специализацию, зачастую простаивают в ожидании использования, но при этом их стоимость участвует в начислении амортизации и попадает под налогообложение имущества, ухудшая экономику предприятия.

Во времена плановой экономики существовала специализация, при которой каждое текстильное предприятие выпускало свой ассортимент продукции. Например, "Зиновьевская мануфактура" (ОАО "ЗиМА", г. Иваново) специализировалась на выпуске сатина; "Красная Талка" (г. Иваново) – маркизета, кисеи и фланели; Родниковский меланжевый комбинат (г.Родники) – джинсовых тканей и т.д.

Ассортиментная специализация определялась производственно-технологическим потенциалом предприятия, а это приводило к тому, что текстильные предприятия обладали своего рода монополией на производство определенного вида продукции. Каждому из них принадлежал свой

сектор текстильного рынка, что исключало как ценовую, так и качественную конкуренцию.

За годы реформ производство продукции текстильной и легкой промышленности сократилось почти в 6 раз. Однако рынок заполнен в достаточном количестве швейными и текстильными изделиями, а

покупатель не замечает, насколько уменьшился выпуск отечественной продукции.

Приведем некоторые сведения официальной статистики [1].

Важнейшие макроэкономические показатели легкой промышленности за период 1970-2000 гг. представлены в табл.1.

Таблица 1

Наименование показателя \ Годы	1970	1975	1980	1985	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Число действующих предприятий (на конец года)	...	4416	4217	4192	4515	4725	10150	15562	22126	22347	22835	22556	20821	18813	18037
Объем промышленной продукции, млн. руб. (до 98 г. млрд. руб.)	38,2	42,3	55,2	61,6	65,7	192	1227	6193	11295	24267	25954	25438	23523	45041	65019
Индекс промышленного производства, в % к предыдущему году	106	104	102	100,9	99,9	91	70	77	54	70	72	96	90	112	121

Несмотря на то, что продукция отраслей текстильной и легкой промышленности в основном относится к товарам массового повседневного спроса, в настоящее время удельный вес этой отрасли в отраслевой структуре регионов незначителен и колеблется от 0,3% в Уральском округе до 3,9% в Центральном округе (табл.2).

Таблица 2

Федеральный округ РФ	Удельный вес, %
Центральный	3,9
Северо-Западный	1,3
Южный	1,8
Приволжский	1,5
Уральский	0,3
Сибирский	0,7
Дальневосточный	0,4

Анализируя сложившуюся ситуацию, можно отметить, что легкая промышленность, являясь отраслью с высокой оборачиваемостью и отдачей вложенных средств, по-прежнему не привлекательна для инвесторов. На наш взгляд, в какой-то степени это объясняется "ведомостью" текстильных предприятий стихийным рынком, отсутствием планов страте-

гического, финансового, технологического, организационного и ассортиментного развития. Для инвесторов такая ситуация сопряжена с неопределенностью и оценивается как повышенный риск.

В немалой степени ситуация объясняется низкой заинтересованностью руководителей предприятий в переменах, отсутствием определенной настойчивости, недостаточной личной ответственностью за результаты перед коллективом. В итоге текстильная и легкая промышленность до настоящего времени не оправилась от последствий системного экономического кризиса.

В табл. 3 приведены сведения о динамике производства основных видов тканей (млн. м²) в Российской Федерации; региональное производство основных видов тканей (млн. м²) представлено данными в табл. 4.

Из данных табл.3 следует, что в 2002 г. объем выпуска готовых тканей составлял 2 349 млн. м², что соответствует примерно 15% общего предложения на рынке данной группы товара. На долю импорта пришлось около 85% всех реализуемых тканей.

Таблица 3

Наименование показателя	Годы																
	1970	1975	1980	1985	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	
Ткани всего, в том числе	6868	7257	7538	7976	8449	7619	5090	3739	2197	1774	1431	1565	1387	1666	2329	2333	
хлопчатобумажные	4979	5103	5336	5514	5624	5295	3292	2327	1529	1240	1023	1186	1080	1258	1822	1824	
шерстяные	460	523	517	433	466	386	276	206	91,1	72,2	50,3	46,8	39,3	47,8	54,6	55,6	
льняные и пенькоджу- товые	586	635	533	611	603	497	415	316	162	133	116	107	69,2	90,4	113	113	
шелковые	814	940	969	970	1051	947	731	596	246	198	139	134	111	146	178	179	

Заметное улучшение положения дел в 2000 г. стало возможным только благодаря дэфолту августа 1998 г., после которого импортные ткани стали слишком дорогими, а отечественные ткани стали конкурентоспособными исключительно из-за цены [2]. Однако ресурсы такого ценового преимущества уже исчерпаны, о чем говорит незначительный темп роста производства 2002 г. по отношению к 2000 г. По оценкам специалистов в 2000 и 2001 гг. импорт товаров легкой промышленности увеличивался наиболее высокими темпами [3]: например, импорт одежды вырос на 72%, обуви – на 94%.

По данным Госкомстата РФ среднедушевой денежный доход населения в 2002 г. оказался на 30% выше, чем в 2001 г. Такая тенденция предполагает увеличение расходов населения на покупку товаров и, если российские предприятия не смогут удовлетворить возросший спрос, то объемы импортных закупок будут расти.

В условиях жесткой конкуренции с импортной продукцией отечественным производителям приходится находить новые пути решения старых проблем. Наряду с такими проблемами, как износ основных производственных фондов, нехватка оборотных средств, обозначившаяся проблема нехватки персонала, одной из важнейших проблем является вопрос формирования ассортиментной политики.

С одной стороны, возвращение к специализации текстильных предприятий, при которой существовала низкая товарная конкуренция, может привести к замедлению развития отрасли. С другой стороны,

конкуренция на рынках текстильной продукции для многих групп продукции оказалась чрезвычайно высокой. Когда порог требований конкуренции достижим, когда для этого созданы все условия, конкуренция приводит к совершенствованию производства и его развитию.

Современное состояние отрасли и хозяйствующих субъектов, отсутствие действенных механизмов защиты национального рынка и товаропроизводителей превратили конкуренцию из стимула в разрушительную силу. Отечественные предприятия, "ведомые" стихийным рынком, стали вырабатывать дешевый и низкокачественный текстиль. Все это привело к тому, что наши российские текстильные фабрики фактически конкурируют не с производителями Китая и Турции, а друг с другом, так как работают на один и тот же сегмент низкоценового и низкокачественного продукта.

На наш взгляд, ситуация должна решаться на уровне отрасли. Необходимо отраслевое планирование, координация плано-аналитической работы, возвращение ассортиментной специализации, которая выгодна в первую очередь производителям, поскольку исключает возможность демпинга цен и кризиса перепроизводства.

В отличие от специализации в плановой экономике, когда ассортимент предприятия мог состоять из 10 и более видов групп продукции, расширяясь до 3,5 тыс. наименований (фабрика им. В. Слуцкой, г. Ленинград), в настоящее время специализация предприятий возможна на отдельных ассортиментных группах.

Таблица 4

Наименование показателя	Годы															
	1970	1975	1980	1985	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Хлопчатобумажные ткани	4979	5103	5336	5514	5624	5295	3292	2327	1529	1240	1023	1186	1080	1258	1822	1824
всего, в том числе (по округам)	4182	4224	4482	4589	4712	4391	2580	1814	1238	1079	942,7	1102	967,6	1162	1659	1660
Центральный	177,5	183,6	173,4	138,9	122	120,3	64,5	32,5	15	4,6	2,8	2	2,9	4,2	4	5
Северо-западный	209,1	304,9	311,8	370,2	345	359,6	266	199,4	105,4	85,9	25,3	23,3	52,8	30,1	68,3	68,2
Южный	137,5	131,3	132,1	144,7	167,7	165,5	158,3	115,8	61,6	26,6	22,4	31,8	35,2	41	60,8	61
Приволжский	249,5	234,5	223,9	258,5	256,8	236,4	204,2	148,4	100,7	40,4	28,7	26,7	21,5	18,2	26,4	26,4
Сибирский	11,4	12,4	12,9	12	20,9	22,4	19,1	16,8	8,7	3,5	1	0,3	*	1,7	2,7	2,7
Уральский	11,1	12,5	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Дальневосточный																
Шерстяные ткани всего, в том числе (по округам)	460,3	523	516,7	432,9	465,6	385,9	276,5	206	91,1	72,2	50,3	46,8	39,3	47,8	54,6	55,6
Центральный	346,3	368,6	332,2	280,7	289,7	235,1	168,3	128,1	59,1	45,6	29,6	27,6	24,5	31,1	34,4	35,1
Северо-западный	14,7	15,9	15,2	10,7	12,7	11,6	8,6	7,8	4,5	3,5	2,1	2,6	1,4	2,2	2,8	3,1
Южный	19,5	18,8	20	16,3	17,6	15,4	10,6	8,8	3,4	2,8	1,6	1,8	0,8	0,4	0,8	0,8
Приволжский	60,3	64,5	62	55,4	56,7	49,9	32,5	19,8	10,4	70,2	8	6,5	5,7	6,4	5,8	5,9
Сибирский	6	36,8	58,8	44	61,6	49,1	38	26,2	9,5	6,7	5,3	5	3,9	3,8	4,2	4,3
Уральский	13,5	18,4	28,5	25,8	27,3	24,8	18,6	15,3	4,2	3,4	3,5	3,3	3	3,9	6,4	6,4
Дальневосточный	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Шелковые ткани всего, в том числе (по округам)	814,4	939,9	968,7	970,4	1051	947,1	731,3	596,1	246,2	197,9	139,3	133,7	110,8	149,6	178,5	179
Центральный	641,5	622,4	515,5	474,8	439,9	381,9	272,2	229,6	92,7	80,8	68,9	64,3	56,1	59,9	59,7	60,1
Северо-западный	50,2	41,5	35,9	28,8	23,6	13,1	4,3	2,6	1,6	0,2	0,08	0,05	0,06	0,09	0,09	0,1
Южный	0,5	32,6	51	49,3	76	76,8	53,4	24,1	11,4	7,8	2	1,7	0,3	0,2	0,7	0,8
Приволжский	76,7	171	233,7	281,9	337,4	311,5	272,8	242,2	98,3	77,5	49,8	50,1	39,5	71,3	97	96
Сибирский	45,5	72,4	132,6	135,2	174,1	163,6	128,6	97,6	42,2	31,7	18,5	17,6	14,8	14,1	21	22
Уральский	*	*	*	0,4	0,4	0,2	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Дальневосточный	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*

Примечание. * — явление отсутствует; ... — данные нет.

При выборе ассортиментной специализации по-прежнему следует исходить из производственно-технологических возможностей предприятия, для чего необходимо оценить их по-новому. Последствия распродажи основных фондов в 90-е годы настолько существенны, что для того, чтобы обеспечить ассортиментную специализацию, многим предприятиям потребуется доукомплектовать основные фонды или провести организационную работу по формированию ассортиментных технологических линий.

Такая организационная работа не может рассматриваться как возврат к прошлому, поскольку она должна решаться на иных подходах. За хозяйствующим субъектом должны остаться полная свобода и самостоятельность в принимаемых решениях. Но на отраслевом уровне, где сосредотачиваются финансовые потоки на проведение государственных программ структурной перестройки экономики и под-

держки отдельных отраслей и предприятий, должна разрабатываться практическая концепция развития отрасли, проводиться системная планово-аналитическая работа, координирующая положение дел в отрасли, дающая ориентиры развития ее субъектам.

ЛИТЕРАТУРА

1. Информационный портал Госкомстат РФ. [www/goskomstat.Ru](http://www.goskomstat.Ru).
2. Охотникова В. Я не стал бы обольщаться цифрами: интервью с Главой Администрации Ивановской области Владимиром Тихоновым, 24.08.2001. – www.ivtextile.ru.
3. Быховский Е.Б., Жуков Ю.В. Изгой российской экономики. – Информационный портал легкой промышленности, 26.12.2001. – www.legprominfo.ru.

Рекомендована кафедрой экономики и управления производством. Поступила 05.01.03.