**23 апреля**

**Тема урока: Факторы развития швейной промышленности в современных социально-экономических условиях.**

**Задание: изучить тему, составить конспект в тетради.**

Швейная промышленность является одной из ведущих отраслей легкой промышленности, целью которой является удовлетворение потребностей всех возрастных групп в одежде.

На предприятиях швейной отрасли производится весь ассортимент одежды, к основным видам которых относятся пальто, куртки, костюмы, пиджаки, плащи, брюки, платья, сарафаны, юбки, сорочки, головные уборы из всех видов тканей, нетканых материалов, натуральной и искусственной кожи, пленочных материалов и др.

Среди подотраслей легкой промышленности выделяются текстильная, швейная и кожевенно-обувная. Причем темпы роста объема производства швейной промышленности сейчас значительно опережают темпы роста, как самой легкой промышленности, так и ее подотраслей. Важным моментом в восстановлении и развитии швейной промышленности страны является эффективное использование имеющихся сырьевых, трудовых, производственных и других ресурсов.

Развитие текстильной отрасли в стране во многом зависит от наличия финансовых ресурсов. Пока же условия кредитования оставляют желать лучшего. Минимальная процентная ставка, по которой можно взять кредит в банке - 18%, а сроки нереально сжатые.

Предоставление ряда преференций в указанный период времени почти сразу отразилось на развитии отрасли. Предприятия начали восстанавливаться и даже наращивать объемы производства. Так, в 2010 году рост составил около 9%, а в 2011 - почти 20%. Текстильная отрасль заработала на 10?12% от своих мощностей. Отечественные предприятия начали частично вытеснять с рынка импорт. Началась легализация „подпольных“ предприятий.

Износ основных фондов в текстильной отрасли составляет 70% при нулевых инвестициях. Сегодня добиваются рассмотрения отечественных потребителей как инвесторов. Предлагается освободить от налога на прибыль те средства, которые реинвестируются в собственное производство.

Одной из основных причин того, что отрасль не может выйти из кризиса, является высокая доля теневой экономики - по данным экспертов, в сфере легкой промышленности теневой оборот достигает 95%. Львиная доля товара поступает контрабандным путем, импортируется фальсифицированная продукция, которая также добавляет теневую составляющую. Доля официально декларируемого импорта в общем объеме импортных поставок составляет немногим более 2%”.

Перечислим факторы, влияющие на развитие рынка швейной продукции в Московской области и РФ.

Для удобства анализа можно их разделить на общие и частные.

Общими являются те факторы, которые влияют как на рынок швейной продукции, так и на рынки других товаров. Факторы же, имеющие влияние только на рынок швейной продукции, являются факторами частными. Под воздействием всех этих факторов складываются определенные предпочтения потребителей на рынке швейной продукции в рассматриваемых регионах.

Общие факторы:

* 1) Стабильность общей политической ситуации в РФ. Чем стабильнее эта ситуация, тем стабильнее доходы, которыми располагает сектор потребителей, являющийся целевой аудиторией рынка швейной продукции. А чем выше эти доходы, тем больше компаний интересуют товары, которые являются предметами первой необходимости. К числу таких товаров относится и швейная продукция.
* 2) Налоговая политика государства. Она затрагивает торговлю любым товаром. Швейная продукция не является исключением.
* 3) Таможенные условия. Они касаются любых импортных товаров. Импортная швейная продукция занимает свое место на рынке России. Поэтому на него влияют таможенные условия.
* 4) Сезонность. Зависимость спроса от времени года свойственна многим товарным рынкам, в том числе и рынку швейной продукции. Спрос на данный вид продукции, особенно на сезонную одежду, находится в большой зависимости от времени года.

Частные факторы:

Частные факторы, влияющие на рынок швейной продукции, являются критериями потребительских предпочтений.

Наиболее важным критерием для респондентов является цена (так считают 72,3% респондентов). То, что цена на товар остается наиболее важным критерием потребительских предпочтений, свидетельствует о недостаточно высоком благосостоянии и потребителей, и о недостаточной развитости экономики.

Говоря о барьерах на пути развития рынка швейной промышленности, следует отметить, что инвесторы, вне зависимости от их „происхождения“, пока не готовы вкладывать более серьезные финансовые средства, необходимые для оснащения фабрик оборудованием, позволяющим выпускать разнообразный ассортимент высококачественных тканей.

Фабрики будут производить пряжу, суровье, а также в небольшом объеме ткани для постельного белья и спецодежды. Более того, вряд ли в ближайшей перспективе будет обрабатываться весь объем хлопка-сырца.

Вместе с тем приход иностранных инвесторов в текстильную отрасль воспринимается неоднозначно. Противники укрепления данной тенденции на казахстанских просторах вспоминают времена советской эпохи, когда мощностей республики хватало на переработку всего сырья. Они уверены, что при создании определенных условий можно вернуть былое. Неразрешенной проблемой является теневой бизнес в сфере легкой промышленности.

Оценка наличия теневого оборота усложняется из-за смешения потока тканей с потоком швейных изделий: из ввезенных контрабандным способом тканей продукция также нелегально производится и реализуется. Фактически казахстанский рынок текстиля и готовой одежды заполняется примерно на 800 млн. долларов. 10% - доля продукции отечественных предприятий (30%- порог экономической безопасности), 10% - официальный импорт, остальные 80% - нелегальные поставки. Годовой оборот нелегальной продукции оценивается приблизительно в 4 млрд. долларов.

Проанализировав информацию по стране и фокусируясь на рассматриваемых областях, можно сделать вывод, что современный уровень развития швейной промышленности свидетельствует о том, что товаропроизводители швейной продукции переживают сегодня очень сложное время. Кризисное состояние швейной промышленности обусловлено совокупным влиянием следующих факторов:

* - отсутствие доступного рынка кредитных ресурсов;
* - отсутствие конкретных защитных мер при импорте товаров по демпинговым ценам;
* - низкий уровень покупательской способности населения;
* - недостаточный уровень использования местных сырьевых ресурсов в обеспечении прироста общего объема продукции и ее экспорта;
* - значительное снижение объемов производства и реализации продукции на предприятиях отрасли в связи с низкой конкурентоспособностью по дизайну, качеству и цене, а также перенасыщением отечественного рынка импортными товарами;
* - отсутствие социально ориентированной ассортиментной политики по обеспечению потребностей мало защищенных слоев населения (старики, дети, инвалиды), госзаказа на продукцию швейной промышленности;
* - недостаток квалифицированных рабочих и инженерно - технических кадров;
* - низкая инновационная активность, невостребованность разработок и потенциала научных организаций;
* - малый опыт управления, неадекватность профессиональной и управленческой компетенции.

Четкая и правильная организация производства услуг создает условия для рациональной и эффективной организации обслуживания населения. В свою очередь успешная работа производственных звеньев предприятий во многом зависит от уровня обслуживания населения. В связи с этим на первый план в организации обслуживания потребителей выходит регулярная работа с ним.

Существует определенный ряд факторов, влияющих на работу с потребителем.

Первый фактор - это естественные противоречия между интересами предприятий, оказывающих услуги, и их потребителями.

Второй фактор - это причины, препятствующие обращению потребителей на предприятия сферы сервиса.

Третий фактор - это непосредственное отношение к работе с потребителем. Прежде всего, необходимо привыкнуть к тому, что потребителя нужно завоевать. Многие предприятия сферы услуг не придают должного значения процессу обслуживания, игнорируют опыт и знания в этой сфере как зарубежных, так и российских предприятий.

Четвертый фактор - это различие субъективных требований потребителя к качеству услуг и обслуживания.

Пятый фактор связан с возможностями и масштабами самого предприятия сферы сервиса.

Так, крупные элитные предприятия обеспечивают конкурентоспособность за счет высокого уровня сервисных и производственных технологий, обеспечивая потребителю высокое качество обслуживания и производства услуг.

Малые предприятия с целью привлечения потребителей стремятся к максимально возможному снижению цен, установлению доверительных отношений с клиентом, гибкому приспособлению к требованиям клиентов, тем самым, обеспечивая себе возможность выживания в конкурентной борьбе.

Идеальное сочетание целей предприятий сферы сервиса по работе с потребителем и требований клиентов обеспечит и той и другой стороне выгоды. Во многом этому способствует рациональная организация обслуживания потребителей, позволяющая сглаживать противоречия, возникающие между производителем услуг и их потреблением [9, c. 245].

Таким образом, фактически, швейная отрасль одна из немногочисленных отраслей в стране создающих добавленную стоимость, на основе которой возможно дальнейшее развитие всего швейного кластера. С другой стороны, швейная промышленность имеет высокую социальную значимость, в силу значительного потенциала по созданию рабочих мест (уже сейчас занятость оценивается в более чем 150 тыс. человек).

Дальнейшее развитие отрасли требует применения новых подходов в управлении на отраслевом уровне и на уровне предприятий. Малые размеры предприятий, ранее дававшие преимущества в плане мобильности и гибкости, сейчас не позволяют сотрудничать с крупными покупателями в виде розничных сетей, брендовых производителей одежды. Конечно, сохраняют свою актуальность и необходимость принятия мер на макроуровне, связанных с улучшением инвестиционного и делового климата, с поддержанием макроэкономической стабильности, с поддержкой местных производителей на внешних рынках на государственном уровне. В этой связи, реализация настоящей комплексной стратегии требует консолидации усилий всех заинтересованных сторон, как со стороны государства, так и частного и неправительственного секторов.