

УДК 67.001.12/. 18

**К ВОПРОСУ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ
ПРЕДПРИЯТИЙ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ
В РЕГИОНАХ**

*Н.С. Мокеева, профессор
Новосибирский технологический институт МГУДТ (филиал),
г. Новосибирск, Российская Федерация*

Одной из важнейших предпосылок социально-экономического развития России и стран СНГ является стабилизация и рост конкурентоспособного производства во всех отраслях экономики. В настоящее время проблема конкурентоспособности и участия в ее решении государства стоит очень остро в связи с подготовкой вступления стран в ВТО. Особенно это касается легкой промышленности страны, конкурентоспособность продукции которой зависит от многочисленных социально-экономических факторов как внешних, так и внутренних. Особенность этой отрасли состоит в том, что конкуренция отечественных производителей с зарубежными производителями, продающими более качественную продукцию на внутреннем рынке, все время возрастает, а также в доминировании теневых каналов сбыта контрафактной продукции.

К сожалению, за годы реформ легкая промышленность не приблизилась к достижению конкурентоспособности за счет лучшего качества. Объем промышленного производства в отрасли сократился почти в десять раз. Выпуск продукции предприятиями легкой промышленности России в 2008 г. составил немногим более 1% в промышленном производстве. Такая ситуация является свидетельством сложного положения этой отрасли, причинами которой являются недостаток оборотных средств, монополизация рынка сырьевых и топливно-энергетических ресурсов, изношенность производственных фондов, несовершенство отлаженных действующих механизмов продвижения продукции на рынки и недостаточность государственной поддержки.

Между тем, как показывает опыт Китая и Турции, легкая промышленность в состоянии в короткие сроки расширить производство товаров массового спроса. Отрасль отличается относительно небольшой капиталоемкостью, высокоэффективной отдачей и быстрой оборачиваемостью вложенных средств, низкими затратами на создание рабочих мест.

Поэтому перед легкой промышленностью стоят чрезвычайно серьезные вызовы и задачи, решение которых требует новых подходов не только на краткосрочную, но и на долгосрочную перспективу. Главная из задач - необходимость существенного рынка отечественной конкурентоспособной продукцией в условиях открытости российской экономики.

Решение этой задачи требует углубленных научных исследований в области оценки перспективных возможностей превращения отечественной легкой промышленности в высоко развитую отрасль, производящую продукцию, успешно конкурирующую на мировых и внутренних рынках и функционирующую в условиях гармонизации ее производственной и торговой политик.

Именно в области этих исследований существует ряд нерешенных вопросов, связанных с оценкой и оптимизацией перспективного развития отрасли в целом и отдельных ее составляющих, особенно рыночной инфраструктуры в части функций продвижения собственной продукции на рынки сбыта.

С целью прогнозирования развития предприятий легкой промышленности выбраны следующие показатели (по разным предприятиям Новосибирска и Новосибирской области):

- объем отгруженной продукции;
- число предприятий;
- основные фонды;

- фондоотдача;
- коэффициент обновления основных фондов;
- коэффициент выбытия основных фондов,
- инвестиции в основной капитал;
- капиталоемкость продукции;
- численность работников;
- производительность труда;
- среднемесячная зарплата работающего;
- потребление электроэнергии;
- затраты на технологические инновации;
- объем инновационных товаров;
- доля инновационных товаров;
- уровень рентабельности продукции;
- уровень рентабельности активов;
- розничный товарооборот.

Для анализа влияния внешних и внутренних воздействий на результаты реализации Стратегии развития легкой промышленности России до 2020 г. нами были использованы экономико-математические модели. В моделях анализировались и оценивались результаты недофинансирования Стратегии из разных источников инвестиционных средств. Это связано с основным риском неуспеха реализации Стратегии - малой вероятностью привлечения необходимых объемов инвестиций и бюджетных средств. Опасения разработчиков Стратегии были совершенно обоснованными. Считается целесообразным именно здесь дать небольшую характеристику современной инвестиционной обстановки в отрасли. Давно известно, что легкая промышленность по определению инвестиционно привлекательна. В ней очень быстрая оборачиваемость капитала, относительно невысокие капитальные затраты. Однако российские производители фактически оказались отрезаны от источников внешнего финансирования.

Инвестиционный голод едва ли не главный корень проблем отрасли. Как отмечается в Стратегии, современный уровень инвестиций в отрасли не только недостаточен для полноценного развития, но и для поддержания процесса простого воспроизводства. Эффективные отечественные предприятия легкой промышленности вынуждены экономить буквально на всем, и это мешает им выиграть конкуренцию за лучшие управленческие и производственные кадры, продвигать собственные розничные бренды, развивать систему дистрибуции своей продукции.

Недостаток собственных средств и сложности с привлечением внешнего финансирования мешают завершить техническое перевооружение легкой промышленности, для чего отрасли, по оценке экспертов, необходимы вложения не менее 300 млрд. рублей (10,7 млрд. долларов) в течение ближайших пяти-шести лет. В Стратегии на весь срок ее реализации до 2020 г. предусмотрено не многим больше 145 млрд. рублей. Возможно, что эксперты завышают потребную величину инвестиций, тем не менее, исходя из состояния отрасли, оценки экспертов близки к реальности. Как утверждают специалисты, само по себе техническое перевооружение никакой неразрешимой задачи для отрасли не представляет. Например, самое современное оборудование для обувного производства в Италии под гарантии 8АСЕ (экспертное агентство Италии. - «ЭПРО») можно купить в кредит под минимальный процент. А если за импортера еще поручится и государство российское, то оборудование можно купить в рассрочку на десять лет.

Однако для того, чтобы привлечь финансирование под техническое перевооружение, кредитора необходимо убедить в том, что у заемщика есть перспективы на рынке и что он сохранит платежеспособность в течение срока кредита. С этим у российских компаний ре-

гулярно возникают трудности. С точки зрения частного инвестора эти трудности практически исключают его из инвестирования развития предприятий легкой промышленности.

В подтверждение этому, можно привести простой пример. Закупочная цена пары обуви в Европе составляет 70 евро (речь идет о реальной паре обуви одного из популярных европейских брендов). Расходы на логистику и таможенную (при условии использования светлосерых схем растаможивания), по оценкам участников рынка, составляют порядка 25% от закупочной стоимости товара. Еще 70% приходится на внутренние издержки торговой сети (аренда, зарплата и т.д.). С учетом установленных владельцем бренда розничных коэффициентов пара попадает на полку магазина за 300-310 евро. Таким образом, прибыль розничной сети (если она самостоятельно закупает и ввозит товар) до выплаты процентов по кредитам и налогообложения составляет более 220% - разумеется, при условии, что вся закупленная коллекция будет распродана, чего на практике никогда не происходит. Так что в реальности маржа импортера будет на 20-30% меньше.

Для сравнения: маржа производства одной из наиболее продвинутых и эффективных отечественных обувных компаний ТД «Белка», по словам ее генерального директора Андрея Бережного, составляет примерно 10% от совокупного объема выручки, то есть почти в 20 раз меньше. При этом риски инвестиций в производство неизмеримо выше, капитальные затраты больше, а сроки окупаемости проектов заметно длиннее. Добавим также, что маржа импортеров одежды из верхнего, среднего и высшего ценового сегмента может превышать 500%. Таким образом, наши компании проигрывают конкуренцию за инвестиции не столько зарубежным производителям, сколько ориентированной на импорт отечественной рознице. И стратегия взаимодействия промышленных предприятий и торговли должна быть тщательно спланирована и скоординирована региональными административными департаментами.

УДК 685.04:519.34

О РОЛИ НОРМАТИВНО-ПРАВОВОЙ ОСНОВЫ НА ВОСТРЕБОВАННОСТЬ ПРОДУКЦИИ И ЕЕ ИННОВАЦИОННУЮ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ ДЛЯ ЭКОНОМИКИ

*Б.В. Морозов, аспирант, А.С. Петрова, студент, С.П. Магдаланина, доцент,
Т.М. Осина, доцент, В.Т. Прохоров, профессор*

*Южно – Российский государственный университет экономики и сервиса,
г. Шахты Ростовской области, Российская Федерация*

Акцент политики, нацеленной на обеспечение качества с учетом потребностей покупателя, предполагает всестороннее изучение его вкусов, расчетов, замыслов. По существу дела потребитель рассматривается соучастником определения качества. Качество в XXI веке требует нового масштаба понимания, объективизации потребительского интереса и четкой ориентации в тенденциях макроэкономических процессов в национальном и мировом масштабах. Техническое регулирование качества продукта также нужно систематически модифицировать, чтобы быть в резонансе, изменениями в покупательском реальном спросе.

У качества товара несколько творцов. Одни из них - модельер, конструктор, технолог, менеджер всегда на виду, их квалификация, опыт измеряется без проблем. Другие – тоже в пределах доступности, только измерение их затруднено, особенно, если речь идет о потребителе.