

- ✦ создание и расширение предложения индивидуализированных «интерактивных» безалкогольных напитков с использованием нанотехнологий;
- ✦ создание предложения функционального таблеточного питания, полностью заменяющего необходимый пищевой рацион;
- ✦ стратегия вертикальной интеграции «назад»: покупка сельскохозяйственных земель и начало сельскохозяйственного производства продуктов питания;
- ✦ создание предложения молочных, кондитерских и мясных продуктов питания в нижнем ценовом сегменте на основе органических отходов.

ВЫВОДЫ

Таким образом, в контексте наиболее вероятно полициклического сценария развития среды были установлены оптимальные соответствия основных прогнозных значений паттернов (шаблонов) поведения потребителя на рынке продуктов питания и видов стратегий предприятия в период 2020 – 2050 гг., используя методы «тонкой подстройки» к поведению потребителя. Данные соответствия представляют собой основу каталога оптимальных стратегических альтернатив

предприятия в рассматриваемом периоде. Также был приведён пример оптимальных стратегий предприятия ТПП «Rainford» в 2020 – 2050 гг.

ЛИТЕРАТУРА

1. **Kitchin J.** Cycles and Trends in Economic Factors / Review of Economic Statistics, January, 1923 preliminary Vol. V.
2. **Clement Juglar.** Des Crises commerciales et leur retour periodique en France, en Angleterre, et aux Etats-Unis. Paris: Guillaumin, 1862.
3. **Кондратьев Н. Д.** Большие циклы конъюнктуры и теория предвидения // Экономика.– 2002.– 768 с.
4. **Snooks G. D.** (1996). The dynamic society. Exploring the sources of global change. London and N. Y.: Routledge, 491 p.
5. **Форрестер Дж.** Мировая динамика.– М.: Наука, 1978.
6. **Berry V. J. L.** Long-wave Rhythms in Economic Development and Political Behaviour.– Baltimore & London 1991.
7. **Кузык Б. Н.** Теория, методология и опыт глобального цивилизационного прогнозирования / Б. Н. Кузык, Ю. В. Яковец.– М.: МИСЦ, 2008.– 46 с.
8. **Кокодей Т. А.** Глобальные кризисы XXI столетия: генезис, взаимообусловленность, последствия / Т. О. Кокодей // Бюллетень международного нобелевского экономического форума.– 2010.– № 1(3).– С. 160 – 169.

УДК 338.4:677

РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ТЕКСТИЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ КИТАЯ

ЧЕН ХОЙШЕН

Харьков

Актуальность данной темы обусловлена тем, что поиск покупателей продукции, выбор оптимального ассортимента, построение сбытовой сети являются важными проблемами. Однако отгруженная продукция еще не является реализованной. В связи с резким ускорением инфляционных процессов задержки в поступлении платежей от покупателей продукции также приводят к финансовым потерям для предприятия.

Опыт практической работы автора с текстильными предприятиями Украины и стран СНГ свидетельствует о том, что на предприятиях данной проблеме уделяется недостаточное внимание.

Так, например, на большинстве обследованных предприятий отсутствует систематическая аналитическая работа в данной области, решения по отгрузке продукции принимаются на интуитивной основе, без учета их влияния на финансовое состояние и прибыль предприятия.

К тому же в отечественной науке [1 – 3] недостаточно разработана методология планирования условий

реализации продукции. Поэтому возникла необходимость глубокого исследования накопленного отечественного и зарубежного опыта при выборе стратегии развития текстильной промышленности, а также создания математических моделей и методик и адаптации их к экономическим реалиям, сложившимся в Китае в настоящее время.

В период перехода Китая от сельскохозяйственной экономики к промышленно развитой текстильная промышленность была признана приоритетной. Это послужило базой для развития других отраслей промышленности Китая, ускорило темпы роста всей его экономики.

В настоящее время, вследствие повышения курса юаня, понижения ставки возврата налога на экспорт, повышения мировых цен на хлопок, а также новой политики властей по экономии электроэнергии, текстильная промышленность в Китае стоит на пороге кризиса.

Средняя цена на китайский хлопок в 2011 г. (СС Index328) прорвала барьер в 20 тыс. юаней за тонну и достигла самого высокого порога за 10 лет – 20 236 юаней (\$2,89 тыс.). До этого она составляла 17 тыс. юаней за тонну.

На рост цен на хлопок также повлияло и то, что в Синьцзяне, основном районе производства хлопка в КНР, из-за неблагоприятных погодных условий в прош-

лом году было засеяно на четверть меньше хлопчатника, чем обычно.

Китайская национальная корпорация по запасам хлопка (CNCRC) 25 сентября пустила в продажу 20063,4 тонн хлопка. Начиная с 10 августа это уже 33-й подобный шаг со стороны CNCRC, которым она надеется сдерживать непрерывный рост цен на данную продукцию. Всего за это время CNCRC пустила в продажу более 540 тыс. тонн хлопка, что составляет 86,69% всех её запасов. В провинции Шаньдун уже закрылись многие средние и мелкие текстильные предприятия.

Ситуация усугубляется ещё и тем, что местные власти начали проводить политику экономии электроэнергии. Так как текстильная промышленность является энергоёмкой, то немало таких предприятий в провинции Чжецзян и Шаньдун закрылось из-за длительного выключения электричества.

Текстильная промышленность является одним из основных столпов китайской экономики. Её продукция составляет одну пятую всех экспортируемых Китаем товаров. В данной отрасли задействовано более 20 млн человек, большинство из которых рабочие-мигранты из сельских районов.

В развитии текстильной промышленности Китая выделяется шесть этапов (реконструкция, развитие, экспортная экспансия, рост, зрелость и трансформация), которые, по существу, корреспондируются с направлениями стратегического развития всей экономики, начиная от самодостаточности, сопровождаемой экспортной экспансией, и заканчивая индустриальной модернизацией и трансформацией. В условиях развитой конкуренции отрасли промышленности используют различные стратегии развития с целью завоевания конкурентных преимуществ. Учитывая изменение экономических условий, которое привело к смене используемых ресурсов и применяемых технологий, можно сказать, что текстильная промышленность Китая прошла в своем развитии путь от трудоемкого до капиталоемкого производства. В результате она стала более конкурентоспособной, особенно в таком трудоемком производстве, как производство одежды и аксессуаров.

Основной особенностью текстильной промышленности Китая, которую необходимо учитывать при разработке стратегии дальнейшего ее развития, является ее замкнутый характер – от первичного сырья до готовых изделий. В то же время из-за недостатка природных ресурсов в Китае химическое волокно стало преобладающим сырьем. Хорошо развитая нефтехимическая промышленность полностью обеспечивает производство химического волокна, что способствует дальнейшему развитию всей текстильной промышленности. Однако поскольку Китай испытывает недостаток нефти, его текстильная промышленность весьма восприимчива к проблемам с ее поставками, что необходимо учитывать при разработке стратегии ее развития.

Следует отметить, что, сталкиваясь с конкуренцией, нужно в зависимости от поставленной цели выбрать одну из трех конкурентных стратегий, описанных М. Портером [4]. При этом существуют общие условия,

наличие которых необходимо для достижения стратегических целей (табл. 1).

Таблица 1

Требования к технологии и ресурсам для реализации стратегий

Стратегия	Ресурсные и технические условия
Лидерство затрат	Большие капитальные вложения со свободным доступом к капиталу. Технология конвейерного производства. Жесткий контроль за работой персонала. Легкая для производства продукция. Низкозатратная система распределения
Дифференциация	Большие маркетинговые возможности. Технология ручного производства. Инновации. Устойчивая инфраструктура НИОКР. Компания должна обладать репутацией производителя высококачественной продукции или технологического лидера
Концентрация	Комбинация вышеупомянутых стратегий, которая способствует достижению стратегических целей

Кроме того, для выбора и обоснования стратегии развития текстильной промышленности следует применить теорию жизненного цикла товара. Так, в период индустриального развития многие отрасли промышленности после стремительного преодоления стадии роста вступают в относительно умеренную стадию, т. е. стадию зрелости. В стадии зрелости все больше и больше конкурентов соперничают за долю рынка. Потребители также могут изменить свои предпочтения и выбрать новые марки товаров. К тому же и конкуренты, и потребители уделяют большее внимание цене и качеству обслуживания. Увеличившиеся объемы производства или качество рабочей силы в данной стадии не являются решающим фактором экономического роста, так как в контексте усилившейся международной конкуренции будут иметь преимущества изменения в производстве, продажах и НИОКР. Прибыль предприятий может снизиться, тем самым подталкивая промышленность к организационным преобразованиям и внедрению научно-технических достижений. Организационная структура промышленности также подвергается изменениям в стадии зрелости и приобретает интернациональный характер. Это, в свою очередь, поддерживает конкурентное преимущество компаний [5].

Основное условие для интернационализации отраслей промышленности состоит в том, что фирмы в целях получения экономических выгод могут объединиться на международном рынке, что позволит им добиться конкурентных преимуществ за счет глобализации. Существует четыре основных источника глобальных преимуществ:

- ✦ традиционное сравнительное преимущество;
- ✦ экономия на масштабах производства;
- ✦ преимущества, вызванные дифференцированием продукции;
- ✦ общественный характер товаров под влиянием рыночной информации и технологии.

Обычно эти факторы взаимодействуют друг с другом. Например, экономия на масштабах производства является основанием для выхода на внешний рынок, что, в свою очередь, приведет к экономическим выгодам.

Наиболее важные тенденции в условиях глобализации состоят в том, что она нивелирует экономические различия (доходы, затраты на производство и распределение) между развитыми странами и новыми индустриальными странами (НИС). Кроме того, мобильность технологий позволяет большему количеству конкурентов (включая НИС) осуществлять инвестирование и внедрять современное оборудование.

В рамках этих тенденций в последние два десятилетия появились новые индустриальные страны, использующие традиционные преимущества (дешевая рабочая сила или природные ресурсы), что позволило им успешно участвовать в конкурентной борьбе при производстве текстиля, игрушек, обуви и т. д. Со временем в новых индустриальных странах получили развитие и капиталоемкие отрасли промышленности (например, судостроение, производство стали и химического волокна). Отдельные страны, экономика которых была менее развита (страны АСЕАН, Индия, страны Латинской Америки и т. д.), в результате изменений условий производства также постепенно создали конкурентоспособную текстильную промышленность и стали конкурировать с развитыми странами и НИС.

Таким образом, необходимо продолжать исследования, направленные на разработку новых изделий, совершенствование производства, расширение системы продаж и маркетинга. В первую очередь нужно определить величину внутреннего спроса и потенциальных рынков для экспорта продукции, а затем следует выбрать виды продукции, наиболее отвечающие спросу. Даже в том случае, если уровень экспорта текстиля промышленного назначения, изготовленного из синтетического волокна (главным образом используемого в других отраслях), не превысит уровень экспорта иных видов текстильной продукции, он, тем не менее,

будет вносить существенный вклад в активное торговое сальдо и способствовать получению экономических выгод национальной экономикой [6].

Стратегия развития текстильной промышленности Китая должна исходить из принципов «улыбающейся кривой» (рис. 1), а также сосредоточиться на создании добавленной стоимости для расширения пределов возможностей и увеличения значимости текстильной промышленности в национальной экономике.

Учитывая особенности текстильной промышленности, которая уже прошла стадию зрелости, некоторые производители текстильной продукции приняли стратегию глобализации с ее мобильностью ресурсов и технологий, использовали сравнительные преимущества, например, размещая заводы в местах с более низкими производственными издержками. Все это создало благоприятные условия для развития текстильной промышленности во вновь возникающих производственных базах (страны АСЕАН, Центральной и Южной Америки) при уменьшении экономических различий между развитыми странами, НИС (Тайвань, Южная Корея, Сингапур и Бразилия) и слабо развитыми странами. План развития текстильной промышленности основывается на общей стратегии конкурентоспособности.

Согласно концепции, предложенной Ротвеллом и Зегвельдом [7], с развитием S-образного классического жизненного цикла товара может произойти замещение уходящих с рынка товаров новыми, выявление их свойств, технологическая модернизация или продление стадии зрелости в производстве текстильной продукции, что должно привести к следующему жизненному циклу данной промышленности. ■

ЛИТЕРАТУРА

1. Гаврилова Ю. В. Анализ и прогноз развития текстильной промышленности / Ю. В. Гаврилова, С. Н. Рысева // Изв. вузов. Техн. текст. пр-сти. – 2006. – № 6. – С. 3 – 5.
2. Бенюк Н. В. Пути ближайшего развития текстильной промышленности Украины / Н. В. Бенюк // Економіст. – 2005. – № 8. – С. 60 – 65.
3. Бородиня О. Актуальні проблеми легкої промисловості / О. Березиня // Легка промисловість. – 2003. – № 1. – С. 4 – 5.
4. Porter M. E. Competition in Global Industries. – Boston. Harvard Business School Press, 1986. – 347 p.
5. Осипенко Н. Формування якості текстильних матеріалів / Н. Осипенко // Стандартизація, сертифікація, якість. – 2008. – № 5. – С. 52 – 56.
6. Василенко В. О. Стратегічне управління підприємством : [навч. посібник] / В. О. Василенко, Т. І. Ткаченко ; за ред. Василенка В. О. – 2-е вид., виправл. і доп. – К. : ЦНЛ, 2004. – 400 с.
7. Rothwell R., Zegveld W. Reindustrialization and technology. Longman, Harlow, 1985. – 129 p.

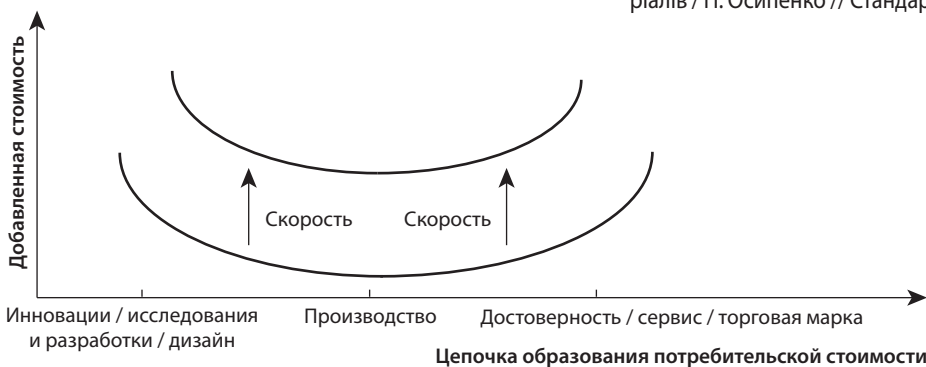


Рис. 1. Стратегия развития текстильной промышленности