

УДК 338.46: 687.001.895

## КОНЦЕПЦИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ АССОРТИМЕНТНОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЙ ПО ПРОИЗВОДСТВУ ОДЕЖДЫ НА ОСНОВЕ ПРИНЦИПА КАСТОМИЗАЦИИ

Шкуропацкая В.К., Фалько Л.Ю., Клочко И.Л.

*ФГОУ ВПО «Владивостокский государственный университет экономики и сервиса», Владивосток, e-mail: imyak@mail.ru*

В статье рассмотрен принцип кастомизации как способ увеличения производительности и реализации изделий легкой промышленности. Интегрированный метод производства – кастомизация – рассматривается авторами как один из возможных способов взаимодействия системы «потребитель – производитель». Рассмотренная система, с одной стороны, учитывает индивидуальные потребности покупателей, а с другой – способствует повышению экономической эффективности предприятий по производству одежды. В работе выделены факторы, влияющие на формирование ассортиментной политики предприятий по производству одежды, разработан и предложен алгоритм формирования ассортиментной линейки при кастомизированном подходе.

**Ключевые слова:** кастомизация, производство одежды, ассортиментная политика, капсульный гардероб

## THE CONCEPT OF IMPROVEMENT ASSORTMENT POLICY OF THE COMPANIES PRODUCING CLOTHING BASED ON THE PRINCIPLE CUSTOMIZATION

Shkuropatskaya V.K., Falko L.Y., Klochko I.L.

*Vladivostok State University of Economics and Service, Vladivostok, e-mail: imyak@mail.ru*

In the article was considered the principle of customization as a way to increase productivity and sales of products of light industry. Integrated method of production – customization – considered by the authors as one of the possible ways of interacting system «user – producer». The system considered, on the one hand, takes into account the individual needs of customers, and, on the other hand – improves the economic efficiency of enterprises for the production of clothing. In the work were identified the factors influencing the formation of the assortment policy of enterprises for the production of garments, was developed and proposed algorithm for the formation of the product range with customized approach.

**Keywords:** customization, clothing, assortment policy, capsule wardrobe

Трансформация технологических процессов в производстве изделий легкой промышленности затронула все сегменты индустрии и оказала существенное влияние на формирование потребительских предпочтений. Задача производителей и продавцов одежды на данном этапе заключается в выработке единых интегрированных алгоритмов организации и реализации ассортиментной матрицы, в основе которой заложен принцип рациональной системы. В частности, наибольший интерес представляет использование потребителем принципа рациональности при создании собственного гардероба и переосмысление места и роли каждого элемента гардероба как при определении индивидуальной капсулы, так и в системе «человек – одежда» в целом, где и возникают новые формы рационального взаимодействия.

Любое современное предприятие стремится к максимизации прибыли, чаще всего достигая этого увеличением объема продаж и минимизацией себестоимости. И если сокращение себестоимости имеет свои пределы, то объемы реализации ограничены только существующими ресурсами компании и емкостью рынка потребления.

В этой связи большинство компаний ежедневно сталкиваются с задачей поиска покупателей, прибегая к поиску новых рынков с использованием различного инструментария: рекламы, ценовой конкуренции и др.

Широко известные используемые инструменты не принесут желаемого результата, если они не станут неотъемлемой составляющей определенной стратегии компании или стратегии производства.

Все большую популярность в настоящее время получает такой вид производства, как кастомизация, который представляет собой производство продуктов и услуг и максимально учитывает интересы и требования покупателей.

**Цель исследования.** Исключение случайных факторов, влияющих на формирование ассортиментной линейки предприятий по производству одежды и поиск инструментов для увеличения прибыли при минимизации затрат на производство обусловило цель исследования.

### Материалы и методы исследования

Использование в работе метода анализа и синтеза позволило рассмотреть кастомизированное

производство в тесном взаимодействии производитель – потребитель на основе востребованности и конкурентоспособности продукта. Взаимосвязи между предпочтениями потребителя с позиции индивидуализации его выбора и модульным ассортиментом предприятий по производству одежды установлены на основе метода функционального анализа.

### Результаты исследования и их обсуждение

Предприятия в рамках кастомизированного производства не просто ориентируются на определенные группы потребителей, а рассматривают потребителя как отдельного индивида со своими предпочтениями и желаниями.

Исследование кастомизированного производства с точки зрения производства изделий легкой промышленности имеет свои особенности: это одновременно и массовое производство изделий легкой промышленности, и ориентация на удовлетворение нужд конкретного потребителя. Казалось бы, неразрешимая задача, однако решение этой проблемы происходит через создание определенными способами у потребителя ощущения, что работа делается лично для него [2]. Таким образом, предприятия легкой промышленности предлагают своим потребителям индивидуальный товар по цене продукта массового производства.

Кастомизированное производство в определенной степени имеет достоинства как массового, так и индивидуального производства, практически исключая недостатки друг друга, формируя уникальный процесс из взаимозаменяемых этапов указанных видов производства одежды. Достоинства и недостатки массового и индивидуального производства изделий легкой промышленности представлены в таблице.

Достоинства и недостатки массового и индивидуального производства изделий легкой промышленности

Параметр	Массовое производство	Индивидуальное производство
Достоинства	<p>Непрерывный выпуск продукции</p> <p>Низкая себестоимость</p> <p>Большие объемы производства</p> <p>Широкая целевая аудитория</p> <p>Прогрессивный уровень организации технологических процессов</p> <p>Короткий технологический цикл</p> <p>Высокая степень автоматизации производственных процессов</p> <p>Специализация рабочих мест</p>	<p>Индивидуальный подход</p> <p>Высокая степень учета потребительских предпочтений</p> <p>Отсутствие затоваривания</p> <p>Высокая маржа</p> <p>Высокие профессиональные навыки персонала</p> <p>Мобильное перестраивание технологических процессов</p>
Недостатки	<p>Низкая маржа</p> <p>Опасность переизводства и затоваривания</p> <p>Отсутствие гибкости технологических процессов</p>	<p>Узкий круг потребителей</p> <p>Высокая себестоимость</p> <p>Сезонность заказов</p> <p>Отсутствие узкоспециализированного оборудования</p>

Массовое производство присуще крупным предприятиям легкой промышленности. Оно требует больших производственных мощностей, высококвалифицированного персонала, финансовых вложений и широкого рынка сбыта. За счет массовости производства происходит экономия на постоянных издержках, поэтому себестоимость изделий, как правило, выходит гораздо ниже по сравнению с мелкосерийным или индивидуальным производством. Однако для того чтобы реализовать всю произведенную продукцию компаниям приходится устанавливать цены, привлекательные для потребителей, которые значительно ниже, чем на продукцию других видов производств, поэтому и уровень маржи, получаемый при массовом производстве, выходит значительно ниже. Стоит отметить, что чем больше объем производства, тем труднее его реализовать, в этой связи возникает опасность затоваривания, преодолеть которую компании стремятся за счет еще большего снижения цен.

При индивидуальном производстве опасность затоваривания практически отсутствует, что обусловлено небольшим количеством клиентских заказов, соответствующим мощности предприятия. Считается, что это одежда, которая изготовлена с учетом индивидуальных предпочтений потребителя, более высокого качества, чем продукция массового производства. Из-за небольших объемов производства у компании практически нет резервов для экономии на издержках, поэтому себестоимость такой продукции гораздо выше, однако за счет уникальности одежды производители имеют практически неограниченные воз-

возможности для увеличения цены реализации, что делает такую продукцию высоко-рентабельной.

При кастомизированном производстве компания также имеет возможности для больших объемов производства с невысокой себестоимостью, но с более высоким уровнем рентабельности, меньшими рисками перепроизводства, ведь кастомизированная продукция гораздо предпочтительнее для потребителей. Несмотря на массовость производства, у покупателя создается впечатление, что он приобретает эксклюзивную продукцию, что, в свою очередь достигается за счет возможности индивидуальной модификации конкретного изделия. Для производителя же несомненным преимуществом является упрощение работы с целевым рынком (по сравнению с индивидуальным производством), так как индивидуальные потребители при кастомизированном производстве сгруппированы по определенным сегментам.

Рассмотренные выше подходы по оптимизации процессов совершенствования ассортиментной политики позволяют утверждать, что кастомизация считается идеалом взаимодействия системы производитель – потребитель. Но это не только большой шаг навстречу потребителю, кастомизация также экономически выгодна производителю, поскольку обеспечивает конкурентное преимущество благодаря созданию более высокой стоимости [3].

В настоящее время существует достаточно большое количество подходов к кастомизации, которые зависят от степени участия потребителя в создании конечного продукта. Результат, как правило, будет определяться на стадии формирования ассортиментной политики предприятия, где одним из возможных путей для совершенствования ассортимента является использование производственными предприятиями в своей работе алгоритма формирования гардероба потребителем с учетом факторов, определяющих спрос внутри сегментированной группы. К таким факторам относят стиль жизни, характерный для потребителя, степень пристрастия к моде, индивидуальные предпочтения, ценовую политику и т.д. [5].

Если рассматривать гардероб как систему, то в качестве элементов системы будут выступать предметы одежды и аксессуары, а связываться в единое целое они будут за счет гармонизирующих систему композиционных решений (объемно-простран-

ственная форма, пропорции, цвет и фактура материалов).

Внутри рационального гардероба предметы одежды могут систематизироваться различным образом, главное, чтобы в целом вся система отвечала заданным заказчиком критериям рациональности гардероба.

Критерии рациональности гардероба – конкретные показатели, характеризующие результаты проектирования (стоимость, количество предметов, количество вариантов сочетания одного предмета одежды, соответствие стилевым предпочтениям обладателя гардероба, цветовому типу внешности, линиям внешности, форме и размерам тела, модным тенденциям определенного сезона и т.п.) [4].

Как правило, рациональный гардероб формируется потребителем интуитивно, но под воздействием перечисленных факторов. Ассортимент, грамотно представленный производителем и предложенный покупателю продавцом, стимулирует потребителя на приобретение тех изделий, которые полностью удовлетворят возрастающие запросы, а также способствуют сокращению расходов на покупку необходимой одежды для всех случаев жизни. Однако, несмотря на глубокое исследование рынка, производитель не всегда учитывает пожелания потребителя и запускает модельные ряды, на основе анализа модных тенденций или на основе субъективно-личностного подхода работников предприятия, что приводит к негативным последствиям. В связи с этим необходим мобильный мониторинг потребностей покупателей через призму его жизненного стиля и индивидуализации запросов [5].

Предприятиями легкой промышленности чаще всего используется косметический подход, когда потребитель принимает активное участие в проектировании нового продукта не на стадии предпроектных исследований или производства продукции, а во время приобретения или использования. При этом подходе к кастомизации адаптация уже готовых изделий осуществляется путем внесения небольших изменений в предлагаемый производителем образ. Например, использование аксессуаров и элементов декоративной отделки одежды для создания индивидуального образа.

При таком подходе используется метод модульной кастомизации, который предоставляет потребителю достаточную степень индивидуализации товара. Производство одежды при таком методе направлено

на производство определенных модулей ассортиментной линейки, или элементов потребительского гардероба, из которых впоследствии потребитель самостоятельно может создавать различные стилевые решения собственного образа. Описанный подход предполагает формирование капсульного клиентского гардероба, когда из определенных взаимозаменяемых элементов возможно формирование множества самостоятельных комплектов, соответствующих стилевым и образным предпочтениям клиентов.

– капсульность ассортиментной линейки и ее преемственность по отношению к предыдущим коллекциям;

– индивидуализация предпочтений.

Необходимо отметить, что коммуникативные каналы в современных условиях реализации готовой продукции отличаются от классических маркетинговых мероприятий и требуют уникальных технологий продвижения, основанных на интеграции всех способов и средств коммуникации в единую систему, эффективность функционирования



*Алгоритм формирования ассортиментной политики предприятий по производству одежды при кастомизированном подходе*

При успешной модульной кастомизации производитель может позволить себе сохранить цену персонализированного товара на уровне массовых продуктов либо незначительно выше [1].

На основе вышеизложенного выделены факторы, влияющие на формирование ассортиментной политики предприятий по производству одежды, а именно:

- коммуникативные связи между потребителем и производителем;
- стиль жизни потребителя, степень его пристрастия к моде;
- сегментация потребителей по стилевым образным группам;

которой в большей степени зависит от обратной связи с потребителем.

В самом общем случае концепцию совершенствования процесса оптимизации ассортиментной политики предприятий по производству одежды при кастомизированном методе производства можно представить алгоритмом на рисунке.

### Заключение

В формировании ассортиментной политики при кастомизированном методе производства можно выделить ряд особенностей.

Потребители рассматриваются не просто как отдельные группы, а как индивидуальные

потребители, которые сгруппированы в сегменты. Одежда разрабатывается и производится не как единичное изделие, а как часть капсульного гардероба, которая может использоваться в различных сочетаниях с другими элементами капсулы. Управление ассортиментом также происходит через призму капсулы, что значительно упрощает этот процесс.

Каждое предприятие самостоятельно решает, какой метод производства ему выбрать и какой стратегии придерживаться, однако для успешного существования на рынке производства одежды необходимо учитывать современные условия конкуренции, потребности потребителей и быть готовы к изменяющимся условиям внешней среды. Кастомизированное производство в настоящее время в наибольшей степени соответствует этим требованиям: способно быть гибким и своевременно реагировать

на меняющиеся запросы потребителей, снижать производственные риски производителей, обеспечивая предприятия необходимым уровнем рентабельности.

#### Список литературы

1. Азоев Г.Л., Старостин В.С. Технологии кастомизации / Г.Л. Азоев, В.С. Старостин // Маркетинг. – 2013. – № 1 (128). – С. 86–102.
2. Всякий М.А., Стрижанова И.А. Особенности организации кастомизированного производства / М.А. Всякий, И.А. Стрижанова // ЭКОНОМИНФО. – 2001. – № 15. – С. 26–28.
3. Тамберг В.Р., Бадьин А.О. Как кастомизировать продукт и не остаться при этом у разбитого корыта [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.goodsmatrix.ru/articles/964.html> (дата доступа 01.12.2014).
4. Фалько Л.Ю. Индивидуальный стиль в одежде. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://abc.vvsu.ru/Books/1\\_individ](http://abc.vvsu.ru/Books/1_individ).
5. Шкуропацкая В.К., Ключко И.Л., Фалько Л.Ю. Пути совершенствования ассортимента предприятий малого и среднего бизнеса по производству одежды // Современные проблемы науки и образования. – 2014. – № 3; URL: [www.science-education.ru/117-13663](http://www.science-education.ru/117-13663) (дата доступа 28.11.2014).