

В українській пресі, якщо йде мова про легку промисловість, то практично всі аналітики й експерти вважають своїм обов'язком згадати про критичний стан фабрик, про відсутність підтримки держави, про зрадницькі закони, які стоять виключно на боці інтересів уряду, про податки, що отруюють життя, про ненависну всім давальницьку систему, вказують на відсутність культури правильно організованої роздрібної торгівлі, продуманих рекламних стратегій. І, безумовно, не забувають про об'єми ринку секонд-хенду.

Це улюблені теми для тих, хто любить бурчати замість того, щоб запропонувати конкретні дії. Адже найпростіше сховатися за зовнішніми чинниками, ніж почати із змін себе. В повітрі вже давно витає і досить успішно прижився дух вільної конкуренції, країною правлять представники пострадянського істеблішменту, податки без сумніву, якщо і змінюватимуться, то лише на користь уряду. Куди не сунься ти сам собі господар, ти сам пліч-о-пліч працюєш з умовами чиновників, випробовуєш на власних плечах тиск діючих законів і розпоряджень.

Така правда життя і нікуди від цього не подітися. Виживай, розвивайся, вчися на помилках, пізнавай нові правила девелопмента. Криза підкинула нам шанс приступити до роботи над помилками. Кожне підприємство, головною метою якого є пошук шляхів розвитку, замислюється над цим, шукає і знаходить альтернативні рішення.

Думаю, немало в Україні залишилося фабрик, які живуть виключно на давалці і мріють про диверсифікацію своїх ринків збуту. Мені довелося познайомитися з керівництвом однієї з них. На мої питання відповіла Заступник директора львівської фірми «КУБЕРА» Галина Челяк.

Галино, на вашу думку, що зараз відбувається на ринку легкої промисловості?

На сьогоднішній день ринок легкої промисловості західноукраїнського регіону наповнений закордонними фірмами-виробниками, виробництво яких суттєво відрізняється від відчизняних виробництв високим технологічним рівнем, організацією праці. Та слід відзначити, що саме праця, співпраця, виконання підрядних робіт для закордонних фірм-виробників дали змогу навчитись нашим людям правильно та якісно шити вироби, перейняти та застосовувати у себе на практиці їхній підхід в організації повного циклу роботи, тобто маркетингу, менеджменту, виробництва. Хоч, не будемо кривити душу, - у нас на прилавках дитячих магазинів все частіше починає з'являтися якісний дитячий одяг українських виробників, що не може не тішити, враховуючи повну відсутність сприяння цій галузі з боку держави.

Ваше підприємство досить молоде. Розкажіть про стратегію підприємства з початку заснування?

Наше підприємство ПП « Фірма « Кубера» засноване у 2005 році . Ідея створення підприємства полягала у виробництві власної продукції під власним брендом. Першими напрямками діяльності підприємства були: оптова-роздрібна торгівля побутової техніки, виробництво корпусних меблів та будівництво, а з осені 2005 року фірма відкрила невеликий швейний цех пошиття одягу для бойових та ігрових видів спорту під торговою маркою «КУБЕРА». З 2007 року швейне виробництво фірми перейшло з принципу пошиття індивідуальних замовлень на роботу з замовниками за давальницькою схемою, розвиток якої привів до суттєвого розширення швейного цеху, збільшення технічної бази виробництва, залучення більшої кількості кваліфікованих кадрів як вищих ланок так і швей.

Чи є у вас проблеми з кваліфікованими кадрами?

Враховуючи те, що наше підприємство молоде і на ринку легкої промисловості працюємо лише 4 роки, ми ставимо перед собою достатньо амбіційні плани, що вимагає від нас постійно вдосконалювати свій рівень. На сьогоднішній день на нашому підприємстві працюють кваліфіковані кадри, що дає нам змогу працювати з будь-яким закордонним замовником з пошиття трикотажного одягу, тобто здійснювати розмитнення сировини, пошиття виробів, відвантаження готової продукції замовнику (поний цикл виробництва продукції).

З 2008 року Ваше підприємство перейшло на виробництво дитячого одягу. Чому перейшли саме на дитячий одяг?

Як я попередньо згадувала, підприємство почало свій виробничий досвід з виробництва спортивного одягу для бойових та ігрових видів спорту. З часом, переорієнтувавшись на роботу за давальницькою схемою, ми змінили і напрямок пошиття, у відповідності до потреб замовника, та , зрештою, як ми на сьогодні бачимо, і до потреб ринку та суспільства, в цілому. І не прогадали, адже все починається з маленького....

Як я розумію ЧП Кубера повністю орієнтовано на експорт. Чи плануєте ви диверсифікувати виробництво, щоб бути менш залежними від зовнішньоекономічних факторів?

Незовсім. Починаючи з червня цього року ми розпочали створення одягу для немовлят та дітей ясельної групи під торговою маркою «КУБЕРА».

Чи займаєтесь Ви розвитком власної ТМ, адже зараз дуже поширена думка, що розвиток власного бренду є альтернативним кроком на шляху врятування вітчизняної легкої промисловості?

Так, ТМ " KUBERA" існує. На сьогоднішній день ми активно займаємось розробкою власних колекцій дитячого одягу, яку надалі плануємо представляти під власною

ТМ " KUBERA".

Та на період переходу від роботи за давальницькою схемою до власного виробництва потрібен час і, що найголовніше - кошти, які можливі лише за умови безперервного виробництва. У зв'язку з цим, перед нашим підприємством стоїть зараз питання забезпечення виробництва замовленнями щоб втримати виробництво та кваліфікованих кадрів.

Чи працюєте ви з українськими замовниками?

З українськими замовниками ми не працюємо.

Чи змінювалася цінова політика відносно контрагентів фірми "Кубера"?

На ринку Західної України домінують дацькі фірми-виробники , які надають нам замовлення на пошиття виробу, оплата за виконання роботи визначається ними згідно розцінки за 1 хв. пошиття. Таким чином складність виробу впливає на час пошиття і, відповідно, на вартість роботи з його виготовлення.

Замовники працюють за даною схемою, а, отже, оплачують виконання роботи в одному ціновому діапазоні.

Чи дозволяє Вам толінгова схема обновлювати обладнання, оптимізувати виробництво?

Робота за давальницькою схемою не є прибутковою на сьогоднішній день настільки, щоб давати можливість обновлювати обладнання та оптимізувати виробництво.

Що робите, щоб відновити потік замовлень?

Поперше: звертаємось в громадські організації. Подруге: звернулись до європейських та американських виробників дитячого одягу, шляхом надсилання електронних листів-пропозицій через міжнародні пошукові бізнес сайти. Крім того, на сьогоднішній день займаємось розробкою власного WEB-сайту для покращення інформування про власну фірму.

Подвойська Ольга

Власна інф.