



вано изготовить 1200 тыс. пар обуви на 875 млн. рублей (без НДС), это 103% к предыдущему периоду.

Так, темп роста производства готовой обуви в I квартале по фабрике «Парижская коммуна» (в натуральном выражении) составил 100,2%, в стоимостном - 100,0%. А по всей группе предприятий - соответственно 102,0% в натуральном и 102,6% в стоимостном.

Это позволяет судить о том, что планы года будут выполнены.

Использование мощностей составит 71,8% (68% - использование мощностей по кожевенно-обувной отрасли считается одним из самых высоких).

Тем не менее, повышение уровня использования мощностей остается актуальной задачей.

Для группы предприятий ЗАО МОФ «Парижская коммуна» с учетом наращивания объема поставок по кооперации - объем производства можно было бы довести до 1,5 млн пар.

Но для этого нужны заказы, которые мы не получим, не имея конкурентоспособного ассортимента.

**В 2011 году реализация ассортимента политики** была сконцентрирована на четырех проектах: детской обуви клеевого и литьевого методов крепления, мужской и женской обуви литьевого и клеевого метода крепления, рабочей и специальной обуви, поставляемой по линии государственного заказа для силовых структур.

Уменьшился средний размер серии выпускаемой обуви. Пять лет назад мы выпускали до 1000 пар одного артикула, в настоящее время - 300-500 пар.

Подготовка диверсифицированной коллекции - это очень непростая и достаточно дорогостоящая работа. Но это и наше преимущество, обеспечивающее мобильность в зависимости от ситуации на рынке. В стране нет ни одного производителя, кто мог бы себе это позволить.

В 2011 году было разработано 2500 артикулов гражданского ассортимента: в том числе детской - 2050; совместно с зарубежными фирмами - 1500 артикулов.

Вместе с тем в 2011 году только 40% (2010 - 38%) артикулов моделей детской обуви было отобрано нашими клиентами. Разработанные модели мужской и женской обуви не были приняты торговлей. Проблема результативности коллекции, попадания ее в рынок, остается острой, и пока ощутимых сдвигов тут нет.

Пока мы несем конкретные экономические потери, и это надо понимать.

**Сегодня ЦМиТ обладает всем необходимым для развития ассортимента.** Справедливости ради необходимо отметить, что многое сделано, мы научились создавать масштабные коллекции, и в настоящее время уже нет необходи-

мости роста числа предлагаемых моделей. Сегодня важен рост КПД коллекции, и здесь нужна конкретная плотная работа совместно с менеджерами Торгового Дома и «Паркомторга первого» на всех этапах планирования коллекции. Это вопрос профессиональной чести руководителей Центра моделирования и технологии. Медлить и ошибаться мы уже больше не можем.

В целом же разрабатываемый детский ассортимент и заказы торговли подтверждают, что мы движемся в правильном направлении, как в отношении дизайна (в рамках разработанной концепции брендов «Парижская коммуна», «Топотам», «Элегами»), так и в отношении среднего сегмента цен.

Без сомнения, можно сказать,

мости роста числа предлагаемых моделей. Сегодня важен рост КПД коллекции, и здесь нужна конкретная плотная работа совместно с менеджерами Торгового Дома и «Паркомторга первого» на всех этапах планирования коллекции. Это вопрос профессиональной чести руководителей Центра моделирования и технологии. Медлить и ошибаться мы уже больше не можем.

Но снижение себестоимости это не только замена материалов это и результат плодотворной совместной творческой работы модельеров-технологов с менеджерами Торгового Дома «ПК-Заря» и «Паркомторга первого».

В текущем году им предстоит приложить все силы, чтобы подтянуть долю коллекции, востребованной нашими клиентами, до 70%. Это будет реальный вклад в снижение себестоимости продукции.

Разработка ассорти-

мента, отработка технологии - это по существу НИОКР - определяющая инновационность предприятия. На решение этих вопросов в 2011 году в соответствии со «Стратегическим планом инновационного развития на период до 2015 года» было направлено около 40 млн рублей (в т.ч. на НИОКР 6 млн 350 тыс. рублей).

Но эти наработки нам нужны не столько для того, чтобы оформить промышленные образцы, патенты и зафиксировать в балансе нематериальные активы, а в первую очередь для развития своих конкурентных преимуществ.

Учитывая расширение ассортимента и мелкосерийный характер производства, резко возрастает нагрузка не только на разработчиков и производственников, но и на коммерческие службы, как по своевре-

мях сократились почти на 18%, а доля транспортных расходов в фактической себестоимости продукции сократилась на треть. Очень неплохой результат. И это только за счет улучшения управления.

Удалось нам наладить в 2011 году и ритмичность международных

большую до налогообложения в сумме 7,9 млн рублей.

Значительно расширился круг клиентов. К началу 2012 году их количество достигло 500, в том числе московских - 80.

Развивается сотрудничество с фирмами Казахстана, Украины и Белоруссии.

Проведенная работа позволила запланировать на 2012 год следующие объемы: на I полугодие (отгрузка) продажа 280 тыс. пар на сумму 158 млн рублей; на II полугодие объем продаж (отгрузки) - 510 тыс. пар на 430 млн рублей.

Не удалось увеличить объем женской и мужской обуви, что будет одной из главных задач на 2012 год. Не менее важной задачей является увеличение серийности ассортимента, опережающий заказ на производство обуви осенне-зимнего ассортимента, пошиваемого на предприятиях ЗАО МОФ «Парижская коммуна», организация закупки недостающих видов по кооперации и, естественно, ускорение оборачиваемости запасов, и возврат денежных средств.

**Ситуация в нашей фирменной торговле в 2011 году** складывалась таким образом, что мы вынуждены были пойти на смену руководителей. При заключении контракта с новыми руководителями была поставлена задача непрерывного развития и достижения установленных показателей эффективности сети в контрактные сроки. Задача достигнута.

По состоянию на 01.01.2012 года сеть фирменных магазинов обуви «Парижская коммуна» состояла из 16 магазинов, из них два магазина - в регионах РФ.

В течение года было открыто 4 магазина в разных районах Москвы: в Алтуфьеве, Новомарьино, у метро «Первомайская» и «Бабушкинская», и закрыто 3 магазина у метро «Белорусская» (апрель), в Орехово-Зуеве (май), у метро «Свиблово» (декабрь).

Объем товарооборота за 2011 год составил 586,6 млн.рублей, что составляет 98,1% от уровня 2010года.

Валовой доход за 2011 год составил 257,2 млн руб., или 94% к уровню 2010 года. Прибыль до налогообложения 6,9 млн. рублей.

Объем реализации обуви под маркой «Парижская коммуна» в 2011 г. составил 188,8 тыс. пар на сумму 252,3 млн рублей или на 100,7% и соответственно 106,8% к уровню предыдущего периода.

Валовой доход, полученный от реализации обуви под маркой «Парижской коммуны» за 2011 год, равен 102,6 млн руб., что составляет 103% к уровню 2010 года.

В 2011 году продолжилась работа по прямым заказам обуви по зарубежной кооперации.

**С целью увеличения доли прямых заказов**, увеличения наценки на продаваемый ассортимент и снижения доли сторонних поставщиков (посредников) было принято решение ввести новое направление - заказы с фабрик Турции; переданы на регистрацию дополнительные торговые марки.

В 2012 году в розничной фирменной торговле «Паркомторга» и «Таймторга» запланировано увеличение объема товарооборота до 640,0 млн рублей, 109% к уровню 2011 года, обеспечение темпов роста по продаже обуви «Парижской коммуны» - 105%, привлеченной 112%, открытие 2 новых фирменных магазинов.

Основной же задачей на 2012 год является увеличение объемов продаж обуви, производимой группой предприятий ЗАО МОФ «Парижская коммуна» под торговой маркой Общества и наращивание объемов

Доклад ревизионной комиссии представила Т.В. Мишина



что мы достигли серьезных успехов в разработке ассортимента рабочей и специальной обуви. Результаты наших 10-летних исследований были представлены по теме «Разработка импортозамещающих конструкций и технологий производства специальной обуви» и получили признание инженерной и научной общественности и удостоены Государственной премии Правительства РФ в области науки техники в 2011 году. Эта награда принадлежит всему нашему коллективу и говорит о научном потенциале нашего инженерного корпуса. Тем более что подобная награда присуждается впервые в истории отрасли.

В отчетном периоде было подготовлено 442 артикула и 91 модель рабочей обуви с использованием двух новых фасонов, коллекции охотничьей обуви, 6 моделей специальной обуви для силовых структур. Процент внедрения составил 80%.

С удовлетворением можно констатировать, что на этом направлении удалось создать модель научно-технического сотрудничества по всей цепочке: постановка задачи - создание и проектирование обуви с заданными защитными свойствами - организация серийного производства с использованием инновационных технологий и наноматериалов.

Мотором этого инновационного направления является группа наших коллег, молодых специалистов, ученых и аспирантов.

**Активная роль в этой работе принадлежит научно-техническому совету ЗАО МОФ «Парижская коммуна»**, деятельность которого осуществляется с привлечением ведущих ученых и специалистов кожевенно-обувной промышленности.

Решения, принятые научно-техническим советом, позволили серьезно продвинуться в создании нового ассортимента с применением инновационных материалов. Эту работу надо продолжать.

Постоянное, особенно в этом году, повышение стоимости нату-

ральных материалов и необходимость обеспечения ценовой конкурентоспособной обуви заставили нас пойти на расширение ассортимента с применением искусственных материалов как для рабочей обуви, и так и для гражданской коллекции весна-лето 2012 года.

Но снижение себестоимости это не только замена материалов это и результат плодотворной совместной творческой работы модельеров-технологов с менеджерами Торгового Дома «ПК-Заря» и «Паркомторга первого».

В текущем году им предстоит приложить все силы, чтобы подтянуть долю коллекции, востребованной нашими клиентами, до 70%. Это будет реальный вклад в снижение себестоимости продукции.

Разработка ассортимента, отработка технологии - это по существу НИОКР - определяющая инновационность предприятия. На решение этих вопросов в 2011 году в соответствии со «Стратегическим планом инновационного развития на период до 2015 года» было направлено около 40 млн рублей (в т.ч. на НИОКР 6 млн 350 тыс. рублей).

Но эти наработки нам нужны не столько для того, чтобы оформить промышленные образцы, патенты и зафиксировать в балансе нематериальные активы, а в первую очередь для развития своих конкурентных преимуществ.

Учитывая расширение ассортимента и мелкосерийный характер производства, резко возрастает нагрузка не только на разработчиков и производственников, но и на коммерческие службы, как по своевременной поставке материалов, так и по обеспечению их соответствия заданным параметрам - эталонам. На сегодняшний день это узкое место и требует комплекса мер по устранению причин несоответствия, возникающих как по субъективным, так и объективным причинам.

поставок. Это тоже вклад в конкурентоспособность нашей продукции.

**Сложившиеся в 2011 году принципиальные отношения между ТД «ПК-Заря» - ЦМиТ - коммерческими службами - производством - ТД «ПК-Заря»** позволили нам перейти от выделения зон ответственности каждой службы, к эффективному сотрудничеству.

Следующим приоритетным направлением для Общества является оптовая, фирменная розничная торговля, работа с корпоративными клиентами по поставке рабочей обуви, участие в тендерах и поставка обуви по госзаказу.

И если в блоке производства обуви мы ограничены мощностями, трудовыми ресурсами и наша доля в 2011 году в объеме отечественного производства обуви составляет около 2%, то доля на оптовом розничном обувном рынке составляет около 0,54%, на рынке рабочей обуви 2,8%, а на рынке госзаказа около 7,6%.

За каждым направлением закреплено структурное подразделение Общества. Перед всеми поставлено три задачи:

первое - набор заказов для загрузки мощностей и продвижение этой продукции на рынок;

второе - поиск рыночной ниши с целью продвижения сторонней продукции, изготовленной по кооперации при условии обеспечения соответствующего уровня прибыли;

третье - продвижение торговых марок ЗАО МОФ «Парижская коммуна» с целью повышения их капитализации как нематериальных активов.

Если анализировать результаты работы 2011 года, то по всем трем процессам были достигнуты положительные темпы роста.

В 2011 году было реализовано 814 тыс. пар, что составило 114%



к уровню 2010 года. Выручка (без НДС) составила 548,4 млн рублей, или 118% к уровню 2010 г.

По итогам года заработана при-