

Мениджмънтът на българските фирми за текстил и облекло и възможностите за постигане на конкурентоспособен растеж

ст.н.с. д-р Лилия Чанкова
*Икономически институт на БАН,
секция „Икономика на фирмата”*
тел.: 8104033
e-mail: l_chankova@abv.bg

Резюме: Повишаването на качествено равнище на мениджмънта на българските фирми на съвременния етап на икономическо развитие е една от важните насоки за постигането на конкурентоспособен растеж. Другата важна насока е подобряването на качеството на бизнес средата. Конкурентоспособният растеж на фирмата изразява реализирането на целта за постоянно създаване на нови и актуализиране на съществуващи конкурентни предимства съобразно динамичните промени на пазара. С други думи, този растеж се свързва с постигането на устойчивост на конкурентоспособността на фирмата. Той осигурява нейния дълготраен успех, израз на който е нарастването на пазарната ѝ стойност.

Водеща теза в статията е, че постигането на конкурентоспособен растеж по линия на повишаване на качеството на мениджмънта на фирмите за текстил и облекло в сегашните условия може да се осъществи с преимущественото развитие на неговите стратегически аспекти. С тях е свързан изборът на подходяща стратегия, на съвременни управленски

подходи, методи и структури, с използването на информационни и комуникационни технологии за постигане на дълготрайни конкурентни предимства. Въвеждането на системата за управление на качеството, отговаряща на международните стандарти, може да осигури допълнителни положителни ефекти за конкурентоспособния растеж по линия на доброто съчетаване на стратегическите и оперативните аспекти на управление на процесите на производство и на реализация във фирмите за текстил и облекло.

В статията са очертани етапите в развитието на производството на текстил и облекло в страната в преходния период под въздействието на промените в обкръжаващата среда. Акцентът е поставен върху специфичните особености на мениджмънта в малките и средни фирми, които доминират в този сектор. Представени са ползите и вредите от възприемането и широкото прилагане в тях на работата на ишлема. Дефинирани се основните проблеми в управлението на българските фирми за текстил и облекло. Разкрити са възможните насоки на действие за тяхното преодоляване и постигане на конкурентоспособен растеж

Ключови думи: производство на текстил и облекло в преходния период, особености на мениджмънта на фирмите за текстил и

облекло, предимства и негативни страни на работата на ишлема, възможности за конкурентоспособен растеж.

JEL: D21, L23, L67.

Индустрията за производство на текстил и облекло в България има дългогодишни традиции. Текстилната промишленост е най-старата в страната, с над 170-годишна история. В края на 80-те години на миналия век производството на текстил и облекло представлява над 7 % от общия стойностен обем на промишлената продукция в страната. Обемът на произведените тогава памучни, копринени и ленени прежди е над 109 хил. тона, а на платовете от тях – над 321 хил. метра. Произведените облекла в по-голямата си част (около 75 %) са насочени за износ, основно за страните членове на СИВ. Само в трикотажното производство те са над 116 хил. броя¹.

Настъпилите впоследствие обществено-икономически промени в страната и света слагат своя отпечатък върху развитието на индустрията за текстил и облекло у нас. Могат да се очертаят няколко етапа, свързани с измененията в средата, в която функционират фирмите в преходния период.

1. Етапи в развитието на производството за текстил и облекло в преходния период

Първият етап е в периода 1990-1993 г., характеризиращ се с драстичното намаляване на обема на производството на текстил

и облекло. Това се дължи основно на загубата на традиционните пазари на неговите продукти и съответно на прекъсването на изградени дългогодишни производствени връзки с доставчици и клиенти, на рязкото ограничаване на възможните източници на суровини и материали в страната за това производство. В резултат на настъпилата криза в селското стопанство силно намалява обемът на произвежданите дотогава основни текстилни суровини – памук, вълна, лен, коноп, естествена коприна. Поради кризата в цялата промишленост, в т.ч. в химическата, рязко намалява и производството на изкуствени, синтетични влакна и коприни. Затова източниците на суровини и материали за производството на текстилни изделия постепенно стават предимно външни (до 90 %), което създава сериозни затруднения на фирмите в осигуряването на съответния валутен ресурс за техния внос².

Разгледаният етап, отличаващ се с настъпилия рязък спад в производството на текстил и облекло е последван от етап (втори), който се характеризира с изключително голяма нестабилност в развитието на индустрията за текстил и облекло (1993-1998 г.). Причините за нея са много и разнообразни. Те са свързани със силно влошените макроикономически условия в страната, високата безработица, ниското ниво на доходите на населението, намаленото потребителско търсене, нерезгламентирания и неконтролиран внос на нискокачествени евтини текстилни продукти и облекла. Последвалото намаляване на продажбите и високата кредитна задлъжнялост на фирмите водят до изпадането на много от тях в състояние на неплатежоспособност.

Третият етап в развитието на производството на текстил и облекло (1999-2005 г.)

¹ По данни на НСИ и EUROTEX.

² По данни на Bulgarian Association of Textile and Clothing (БАТЕК).

е свързан с процеса на реструктуриране на предприятията, осъществен под влияние на проведената приватизация. Големите държавни предприятия постепенно се заменят със значителен брой малки и средни частни предприятия, предимствата на които се изразяват във възможността да се реагира по-гъвкаво на динамичните промени в търсенето на техните продукти на вътрешния и основно на външните пазари. Макар и с променлива динамика в годините на този период броят на фирмите за производството на текстил в страната е около 800, а за облекло – 4500, като средно заетият в тях персонал е съответно 40 и 30 души³. Производството им е експортно ориентирано, главно за страните от Европейския съюз. Към тях е насочен над 80 % от неговия износ предимно за Германия, Гърция, Италия, Франция, Португалия. Делът на САЩ и Канада в този износ е 10 %, а на страните от Централна и Източна Европа (главно Полша и Унгария) – 4 %.

Поради благоприятната конюнктура на външния пазар, обемът на производството на текстил и облекло за периода 2000-2005 г. нараства значително (близо два пъти), като неговите продукти бележат траен ръст в износа на страната. През 2005 г. този обем представлява 7,9 % от общата произведена продукция на преработващата промишленост. Износът на продуктите на производството на текстил и облекло нараства значително (80 %), като неговият дял в общия стоков износ на страната за посочения период се движи в рамките на 18-25 %⁴.

Определящо влияние за тази тенденция оказва интересът на чуждестранни фирми, с осигурени външни пазари, за сключване на сделки за работа на ишлеме с български предприятия за текстил и облекло. Той се определя от трудоемкия характер на техните продукти, състоянието на трудовия пазар в отделни региони на страната, характеризиращо се с много висока безработица и свързаното с това ниско заплащане на работната сила⁵. В потвърждение за мотивите на техния интерес към работа на ишлеме в страната е информацията за направените преки чуждестранни инвестиции в производството на текстил и облекло. За разглеждания период те представляват около 10 % от общия обем на преките чуждестранни инвестиции в предприятията на преработващата промишленост у нас, а както бе посочено, това производство осигурява близо една четвърт от стоковия износ на страната. Направените инвестиционни разходи в предприятията за текстил и облекло през 2005 г., които представляват 11,6 % от общите разходи, за разглеждания период намаляват⁶. Намалява и относителният дял в тях на инвестиционните разходи за закупуване на машини и оборудване⁷.

Четвъртият етап в развитието на производството на текстил и облекло в страната се отнася за периода от 2006 г. насам. Той се характеризира с тенденция на утвърждаване и разширяване на позициите на неговите продукти на външните пазари. Износът на текстил и облекло през 2007 г. е с 5 % повече от 2005 г. Този ръст в голяма степен се дължи на повишаването на

³ По данни на Българската асоциация на производителите и износителите на облекло и текстил – БАПИОТ.

⁴ По данни на БАПИОТ.

⁵ Разходите за труд на един зает в тази индустрия през 2005 г. са значително по-ниски от тези в ЕС, съответно за текстила – 9 пъти и за облеклото – 7 пъти.

⁶ По данни на БНБ и Агенцията за чуждестранни инвестиции в България.

⁷ Стойността на придобитите ДМА в сектора „Текстил и облекло“ през 2005 г. е на нивото на 2001 г. (по изчисления на Юлия Маринова в статията „Текстилната и шивашката промишленост в България – преди и след присъединяването на страната към ЕС“, сп. Икономически алтернативи, бр. 4 от 2008 г.

конкурентоспособността на изделията поради подобряване на съотношението между качеството и цената. Едновременно с това производителите насочват интереса си към възобновяващия се вътрешен пазар, тъй като се увеличава платежоспособното търсене в страната. Проявява се тенденция на ориентиране на редица производители на облекло към продажба на продукти на българския пазар с налагане на собствена марка⁸. Благоприятно въздействие оказват дългогодишните традиции в това производство и натрупаният опит в работата с чуждестранни фирми през преходния период, членството на страната в Европейския съюз, протичащият процес на либерализация на международния стокообмен.

В същото време обаче все по-високата конкуренция на пазарите на тези продукти в ЕС и в различните страни на света и свързаното с това непрекъснато нарастване на изискванията на потребителите по отношение както на качеството на изделията, така и на условията на доставка (в по-малки серии и на по-кратки интервали), изправят фирмите за текстил и облекло у нас пред сериозни предизвикателства в борбата им за постигане на конкурентоспособен растеж. Това се обуславя и от факта, че по-ниските разходи на труд за производството на изделия за текстил и облекло е източник на конкурентно предимство, който има преходен характер особено като се имат предвид динамично променящите се условия на пазара на труда в страната и в ЕС и директивата за провеждане на политика за повишаване на доходите у нас.

Затова предизвикателствата пред фирмите за текстил и облекло в борбата им за конкурентоспособен растеж са свързани с

разработването на собствени оригинални продукти с по-високо качество и съответно по-високи цени, задоволяващи изискванията на клиентите на определени пазарни сегменти както в страната, така и в чужбина. Това означава развитие на проектантска и развойна дейност в тези фирми на основата на маркетингови проучвания и разработване на стратегии за осигуряване на пазарни позиции. Всъщност тези предизвикателства са най-вече пред мениджмънта на българските фирми за производство на текстил и облекло у нас. Като се има предвид, че доминиращият брой сред тях са малките фирми, трудностите при посрещане на тези предизвикателства са по-големи. Те са свързани главно с постигане на иновационна и инвестиционна активност за прилагане на нови технологии, в т.ч. информационни и комуникационни, с привличане на финансов ресурс за нейното осъществяване, с избора на подходящи организационни форми за коопериране и сътрудничество между обвързаните в продуктова верига малки фирми.

2. Специфични особености и проблеми на мениджмънта на малките фирми за текстил и облекло

Преобладаващата част от малките фирми за текстил и облекло в страната през преходния период и понастоящем работят на ишлеме. Характерно за този начин на работа е, че те сключват договори, главно с чуждестранни фирми, за преработване на доставени от тях основни и спомагателни материали срещу заплащане на вложения от персонала труд. Това се осъществява на основата на разработени от тези чуждестранни фирми технологии, модели, кройки, организа-

⁸ По информация на БАПИОТ в периода от 2005 г. се очертава тенденция на увеличаване на относителния дял на българските изделия за облекло в обема на продажбите в страната.

ционни форми, управленски процедури и методи. В някои случаи те осигуряват машини и съоръжения за преработвателния процес.

Въвеждането на работата на ишлеме в българските фирми за текстил и облекло бе наложено от тежкото състояние, в което изпадна този сектор в началото на прехода в резултат на загубата на традиционните си пазари, на източниците на суровини, на рязко намалената покупателна способност на населението, нестабилната макроикономическа среда в страната. В този период работата на ишлеме се оказва начин за оцеляване на тези фирми, което сложи своя отпечатък върху състоянието и особеностите на техния мениджмънт. В течение на годините на прехода в страната, и особено в периода 2001-2006 г., този начин на работа на фирмите за текстил и облекло се утвърждава и все повече разширява. Това е свързано с интереса на редица чуждестранни фирми да поставят поръчки на българските предприятия за текстил и облекло да работят на ишлеме, като произвеждат сложни и трудоемки продукти с участието на добре квалифицирана и с по-ниско заплащане работна сила. Неговата реализация им осигурява по-ниски производствени разходи на готовата продукция, съответно конкурентно предимство по линия на цената на труда и по-високи печалби. По този начин те имат възможност да насочат усилията си основно към проектантска, дизайнерска, научна и развойна дейност, към по-доброто управление на дистрибуцията и продажбите на готовите изделия.

Поради това се засилва интересът на западноевропейски и гръцки фирми, които, при благоприятната конюнктура на пазара на ЕС в този период, започват да сключват сделки за работа на ишлеме със съществуващи и но-

восъздадени малки български предприятия за производство на текстил и облекло⁹. Обяснимо е, че при тези условия и икономически интереси на чуждестранните фирми равнището на техния мениджмънт следва инерцията на миналото за оцеляване и не претърпява някакво качествено ново развитие.

Работата на ишлеме в българските фирми за текстил и облекло има своите предимства, които се изразяват главно във възможността за:

- оцеляване в трудните години на преходния период;
- запазване на работни места, а в някои случаи осигуряване на допълнителна заетост;
- преквалификация и повишаване на квалификацията на изпълнителския и техническия персонал в осъществяването на отделните операции и производствени процеси;
- придобиване на нови знания и опит в областта на техниката, технологията и организацията на производството;
- запознаване с изискванията на клиентите на международните пазари с прилаганите стандарти за качеството на изделията.

Негативните страни на работата на ишлеме в преобладаващия брой български фирми за текстил и облекло се изразяват основно в отпадането на необходимостта от:

- изграждане на пазарна стратегия с определени приоритети и цели, засягащи всички аспекти в дейността;
- осъществяване на маркетингова дейност;
- използване на ефективна организационна структура за условията на силно конкурентна пазарна среда;
- проектиране на модели, технологии, дизайн на изделията;

⁹ В този период обемът на производството на текстил и облекло в страната нараства средногодишно съответно със 17 % и с 13 % (по данни на БАТЕС – Bulgarian Association of Textile and Clothing).

- въвеждане на иновации в продуктове, технологичен и управленски аспект.

Тези негативи са свързани с обстоятелството, че чуждестранната фирма – възложител на работата на ишлеме в българско предприятие за текстил и облекло, всъщност определя неговото съществуване и просперитет. Това се проявява чрез вземаните от нея решения за обема на сключените сделки за производството на търсените на международните пазари изделия за текстил и облекло, техния характер (степен на сложност и трудоемкост), нивото на заплащане, условията на труд, формираната печалба. Провежданата от тях политика, свързана с икономическия им интерес, като правило е постигането на ценова конкурентоспособност на международните пазари, идваща от по-ниските разходи за труд. Това определя ниското ниво на заплащане на техния персонал, малкия размер на печалбата и съответно крайно ограничения собствен финансов ресурс на фирмите за текстил и облекло, за да могат да осъществяват иновационна и инвестиционна дейност за производство на собствени продукти.

Негативните страни на работата на ишлеме в тези фирми предопределят специфичните особености на техния мениджмънт, които в систематизиран вид се изразяват във:

- доминиране на краткосрочния, оперативен тип управление на малките предприятия за текстил и облекло, като преобладава стремежът за приемане на поръчки за работа на ишлеме с оглед натоварване на производствените мощности и осигуряване на заетост на персонала;
- използване на организационни структури, недостатъчно пригодни за силно конкурентни пазарни условия, като отсъстват звена и дейности за разработване на стратегии за осигуряване на пазарни ниши в страната и

чужбина със създадени собствени оригинални продукти;

- прилагане на традиционни подходи и методи на управление, които не допринасят за формиране на допълнителни конкурентни предимства;
- ниска степен на въвеждане на информационно-компютърни системи за взаимосвързано управление на производствени и логистични дейности;
- отсъствие на активна политика за квалификационното развитие на управленските кадри;
- недостатъчно добро равнище на управление на производствените процеси, свързано с остарели технологии и оборудване;
- липса на иновационен мениджмънт за създаване на нови продукти с по-висока добавена стойност и насочени към различни сегменти на вътрешния и външен пазар;
- ниска степен на внедряване на международните стандарти за системи за управление на качеството и тяхното сертифициране.

Посочените специфични особености на мениджмънта на малките фирми за текстил и облекло представят неговото незадоволително равнище, особено от гледна точка на постигането на конкурентоспособен растеж в съвременните пазарни условия. Основният проблем на мениджмънта на тези предприятия е свързан с отсъствието на дългосрочни, стратегически аспекти на управление, с провеждането на съответна иновационна и инвестиционна политика, което се определя от възприетия от тях начин на работа (на ишлеме). Другият съществен проблем, произтичащ от първия, се отнася до недостига на финансови средства за ефективно управление на дейности и процеси в предприятието с помощта на компютърно-информационни и комуникационни системи, за технологично обновяване и иновации, благодарение на което да могат да се затвърдят и усилят не-

говите конкурентни позиции на вътрешния и външните пазари. Следващият важен проблем на мениджмънта на малките предприятия за текстил и облекло се изразява в недостатъчната мотивация и незадоволителното ниво на подготовка на управленските кадри за работа в силно конкурентна пазарна среда. Тук се проявяват ролята на формирания в други условия манталитет на тези кадри, инерцията от миналото в техните действия, трудността да се приспособяват към изискванията на силно конкурентната среда, недостатъчно натрупаният опит и знания в областта на съвременния мениджмънт.

Сравнително нов проблем на мениджмънта на фирмите за текстил и облекло е недостигът на работна ръка, главно в групата на производствения персонал, което ще доведе до увеличаване на заплащането на техния труд и съответно до намаляване на възможностите за формиране на конкурентни предимства по тази линия. Средната работна заплата в този сектор през 2007 г. е нараснала с 18,1 %, а заетите в него са близо 156 хил. души, което е с 8 % по-малко от 2005 г. В момента от тях е заявено, че имат 15 хил. свободни работни места¹⁰. Решаването на този проблем има съществено значение за развитието на фирмите за текстил и облекло, за използването на техните производствени мощности и запазването на пазарните им позиции. Като се има предвид, че в страната силно са намалени възможностите за намиране на квалифицирана работна ръка, особено в някои нейни региони, този проблем е твърде сериозен.

Като възможност за неговото решаване се очертава наемането на чуждестранни работници. Това обаче е свързано с проблеми, тъй като действащите в момента Наредба за условията и реда за издаване, отказ и отнемане на разрешения за работа на чужденци

в Р България и Указания за нейното прилагане от Агенцията по заетостта възпрепятстват работодателите в областта на производството на текстил и облекло да наемат чуждестранни работници. Причините за това са както високите разходи и такси, които трябва да платят, така и ограничението, че само 10 % от персонала могат да бъдат чужденци. Това провокира действията на Асоциацията на производителите и износителите на облекло и текстил в страната да настоява пред правителствени организации за преразглеждане на процедурите и условията за внасяне на работници от страни извън ЕС.

3. Насоки на действие за повишаване равнището на мениджмънта на българските фирми за текстил и облекло

За постигане на конкурентоспособен растеж на фирмите за текстил и облекло в съвременните условия важно значение има повишаването на качествено равнище на техния мениджмънт. Налагат го сегашните предизвикателства пред това производство. Те са свързани с динамичните промени в глобалната пазарна среда поради постоянно растящата конкуренция, съответно повишените изисквания към качеството на изделията и на условията на тяхната доставка. Свързани са и с настъпилите промени в потребителското търсене на тези продукти, дължащо се на измененията в съотношението между различните възрастови групи на населението, и най-вече на неговото застаряване. Насоките на действие за повишаване равнището на мениджмънта за постигане на конкурентоспособен растеж на фирмите за текстил и облекло се проявяват в постигнатите добри практики в света,

¹⁰ По данни на БАПИОТ.

утвърдили се под въздействието на няколко по-важни съвременни тенденции в световната икономика.

Първата от тях се свързва с измененията в характера на продукта, проявяващи се в повишаване на неговата сложност и многообразие. В съответствие с това се правят технологични нововъведения, прилагат се управленски концепции и методи за повишаване степента на интеграция на участващите фирми в производството на по-сложния продукт, като се използват информационни и комуникационни технологии (ИКТ). Целта е постигането на по-добра координация между участващите фирми в производството на отделни компоненти, за да може продуктът да бъде произведен навреме, с необходимото качество, и доставен съобразно изискванията на клиентите при възможно по-ниски разходи.

Втората тенденция се свързва с появата на т.нар. гъвкава специализация, т.е. ориентирани към производство на разнообразни и с по-висока степен на сложност продукти, но в по-малки серии, за което се създават машини с по-висока степен на универсалност. Проявява се поради стремежа по-пълно да се задоволят разнообразните нужди на потребителите, по-бързо и с по-малко загуби да се реагира на промените в тях, по-гъвкаво фирмата да се приспособява към новите изисквания на пазара. Основава се на разделянето на производствените процеси между тясно специализирани малки и средни фирми, поради което нараства техният брой и съответно необходимостта от осъществяване на ефективен контрол при управление на цялостния процес на производство и дистрибуция, което в съвременните условия не може да стане без използването на ИКТ.

Третата тенденция се свързва с възникването на т.нар. мрежова организация, което е резултат от нарастването на броя на малките предприятия в този бранш и търсенето на възможности за тяхното конкурентоспособно развитие. Тази мрежова организация се проявява в различни форми в зависимост от характера и предмета на обвързаност на участващите в нея фирми. Едната форма е обединяване на малки и средни фирми в мрежа, които участват в производствен процес, осъществяван на определена географска територия, с цел решаване на нейни икономически и социални проблеми (клъстър). Другата форма е обвързаност на малки и средни фирми с голяма компания, която координира и контролира всички процеси в общата дейност. Тяхното участие в мрежата е като подизпълнители, доставчици, дистрибутори.

Повишаване равнището на мениджмънта на предприятията за постигане на конкурентоспособен растеж, както показва световният опит, се осъществява основно по линия на:

- подобряване качеството на стратегията на предприятието, изразяващо се в обхващане на всички аспекти в неговата дейност и изграждане на подходяща организационна структура за успешното му адаптиране към условията на силно конкурентните пазари;
- прилагане на съвременни концепции, подходи и методи в съответствие с разработената стратегия за постигане на интегрирано управление на дейностите и процесите в предприятието, а също така и с неговите доставчици и клиенти, с цел постигане на по-добра координация и намиране на оптимизационни решения¹¹;

¹¹ Добре известни и вече широко прилагани в световната бизнес практика, с помощта на компютърен софтуер, са концепциите: „планиране на производствените ресурси“ (MRP II); „планиране на потребностите и на ресурсите в дистрибуцията“ (DRP I и II); „точно навреме“ (JIT) и нейният разширен вариант „гъвкаво производство“ (LP); „тотално управление на качеството“ (TQM); „управление на взаимоотношенията с клиенти“ (CRM) и други.

- осъществяване на ефективен мениджмънт на персонала в съответствие със стратегическите цели и изградената организационна структура на предприятието;
- въвеждане на системата за управление на качеството в съответствие с изискванията на международните стандарти (главно ISO 9000), което в съвременните условия представлява важен фактор за повишаване равнището на фирмения, предимно оперативен, мениджмънт.

Сравняването на тези постижения в световния бизнес с посочените специфични черти на мениджмънта на фирмите за текстил и облекло дава възможност да се разкрият насоките на действие за постигане на конкурентоспособен растеж. На първо място, е поставянето на акцента върху стратегическите аспекти на управление. Това означава разработване на стратегия със съответни приоритети и цели за постепенна утвърждаване на собствени продукти, под единна марка, на определените пазарни сегменти, което изисква осъществяване от страна на фирмата на проектантска и дизайнерска дейност.

На второ място, е изграждането на адекватна на фирмената стратегия организационна структура, която да осигурява възможности за прилагане на съвременни подходи, модели и методи на управление в търсенето на оптимизационни решения и формиране на конкурентни предимства. На трето място, е провеждането на активна политика за квалификационното израстване на персонала, особено на управленските кадри на различните йерархически нива за усвояване на новостите в съвременния мениджмънт и на подходящите средства за тяхното прилагане.

На четвърто място, е формирането на дълготрайни и стабилни взаимоотношения с доставчици и клиенти, основани на по-голяма сигурност и взаимно доверие, което да бъде основа за развитие на по-нататъшното им стратегическо сътрудничество. Неговата ефективност в съвременните условия се определя от подобряването на хоризонталната и вертикална комуникация между участващите в единен процес на производство и дистрибуция малки фирми за производство на текстил и облекло. Преследваната цел е вземане на взаимноизгодни решения за постигане с помощта на ИКТ на по-голяма гъвкавост при изработването и доставянето на по-малки серии продукти от различен вид.

На пето място, е разработването и въвеждането на системите за управление на качеството във фирмите за текстил и облекло, отговарящи на международните стандарти, включително и в техния комплексен вид. Това може да осигури допълнителни положителни ефекти за техния конкурентоспособен растеж по линия на доброто съчетаване на стратегическите и оперативните аспекти на управление на процесите на производство и реализация, на опазване на околната среда и осигуряване на здравословни и безопасни условия на труд във фирмите¹². В условията на висока конкуренция на международните пазари, в т.ч. и на пазара на ЕС, за който е предназначена основната част от продуктите на фирмите за текстил и облекло, получаването на сертификат за качество гарантира по-добрите им конкурентни позиции. Малките фирми за текстил и облекло у нас, голямата част от които работят на ишлеме, все още не оценяват ролята на сертификата за качество за тяхната конкурентоспособност на международните пазари. Освен това ня-

¹² Става дума за ISO 9001:2000 (система за управление на качеството), ISO 14001:2004 (система за управление на околната среда), OHSAS 18001 (система за управление на здравето и безопасността при работа).

мат и необходимите финансови средства за разработване и внедряване на системите за управление на качеството и издаване на сертификат за тяхното съответствие на международните стандарти¹³.

Литература

1. Стратегия за ускорено икономическо развитие на Република България (Доклад за президента на Република България). Икономически институт на БАН, С., 2007.
2. Интеграция на България в Европейския съюз – предизвикателства на конкурентоспособността, С., 2005.

3. Национална стратегическа референтна рамка на България (2007-2013).

4. Чанкова, Л., Системите за управление на качеството (ISO 9000) и логистиката на индустриални фирми в България, сп. „Икономически алтернативи“, брой 3, 2006.

5. <http://www.bgtextiles.org/>

6. <http://www.eurotex.org/>

7. <http://www.club9000.org/>

8. <http://www.minfin.bg/>

9. <http://www.weforum.org/> ИА

¹³ По данни на сдружение „Клуб 9000“ към 18.02.2009 г. сертифицираните предприятия за текстил и текстилни продукти у нас по ISO 9001:2000 са 97 броя (при общ брой на сертифицираните в страната към тази дата 4888 бр.), по ISO 14001:2004 – 4 броя (при общо сертифицираните 307 бр.) и по OHSAS 18001 – 2 броя (при общо сертифицираните 336 бр.).