

объеме потребления достигает 80%, а в развивающихся – превышает 50%, то в России его выпускается пока около 15% от потребляемого страной. Внешний рынок более перспективен для высокотехнологичной продукции, такой как технический текстиль и нетканые материалы. Существует большой сегмент технической продукции для нужд медицины, автомобиле-, авиа- и судостроения. Сейчас на этот рынок приходится порядка 30% продаж отрасли. За последние пять лет объем производства нетканых материалов в России вырос в восемь раз. Как показывает опыт, на рынке ЕС, и особенно Германии технический текстиль в целом дает 50% роста отрасли.

Инновационная часть легкой промышленности – это синтетическое волокно и технический текстиль. Он востребован практически всеми предприятиями экономики страны. В целом же возрождение текстильной и легкой промышленности возможно только через воссоздание собственной сырьевой базы на фоне постоянно дорожающего натурального сырья (хлопок, шерсть, лён). Именно технологическая цепочка по синтетике потенциально может дать наибольший вклад в ВВП.

Создание действительно конкурентоспособного продукта возможно только в случае ориентации предприятий сразу на внешний рынок, а не только на внутренний. Курс на инновационное импортозамещение предполагает переход к производству высокотехнологичной и наукоемкой продукции с помощью повышения уровня развития производства, технологий, качества продукции. Участие предприятий в государственной программе импортозамещения заключается, прежде всего, в решении задачи повышения конкурентоспособности производимой продукции – снижении её себестоимости при повышении качества, поиск новых направлений и форм её реализации. Снижение зависимости от импортной продукции возможно за счет инноваций, а также стимулирования инвестиций в высокотехнологичные отрасли и создания новых производств. «Предполагается, что к 2020 году Россия может рассчитывать на снижение зависимости от импорта по разным отраслям почти с 70-90 % до 50 %» [4].

При решении вопроса импортозамещения необходим комплексный подход, учитывающий уровень развития экономики, качество и конкурентоспособность отечественной продукции, уровень инновационного развития предприятий реального сектора экономики и другие факторы и особенности России. Критерием оценки процесса импортозамещения должно стать повышение уровня экономического и социального развития, степень реализации стратегии развития государства.

Список использованных источников

1. Пичурин И. И., Блинов Д. В. Обеспечение импортозамещения после вступления России в ВТО. – Екатеринбург: Изд-во УМЦ УПИ, 2014. – 144 с.
2. Выступление Владимира Путина на ПМЭФ 2014 г. / <http://www.rg.ru/2014/05/23/stenogramma.html>
3. Бодрунов С.Д. Теория и практика импортозамещения: уроки и проблемы / монография / С.Д. Бодрунов. – СПб.: ИНИР им. С.Ю. Витте, 2015. – 171 с.
4. Запад встревожен: импортозамещение в России – это как «принудительная коллективизация и борьба с космополитизмом». [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://nakanune.ru/articles/19204/> (дата обращения: 04.02.2016).

УДК 339.138

НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ СЕТЕВЫХ СВЯЗЕЙ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ТЕКСТИЛЬНОГО И ШВЕЙНОГО ПРОИЗВОДСТВА

Вайлунова Ю.Г., асс.

*Витебский государственный технологический университет,
г. Витебск, Республика Беларусь*

Реферат. В статье рассмотрена сущность, значение сетевых связей на предприятиях. Обоснованы направления развития сетевых связей на предприятиях текстильного и швейного производства в ключевых факторах конкурентоспособности субъектов хозяйствования: инновациях, маркетинге, образовании.

Ключевые слова: сетевые связи, сетевое сотрудничество, текстильное и швейное производство, конкурентоспособность

Важную роль для устойчивого развития и повышения конкурентоспособности субъектов хозяйствования играют партнерские взаимоотношения, социальный капитал, развитие сетевых связей. Особенно актуальна тема для предприятий текстильного и швейного производства, которые связаны между собой по технологической цепи и цепи создания ценности, и теряют свою эффективность и конкурентоспособность [2, с. 168-170].

Анализ состояния текстильного и швейного производства Республики Беларусь за период 2009-2014 гг. Выявил следующие негативные моменты: снижение удельного веса производства в общем объеме промышленного производства с 3,4% в 2009 г. до 3,0% в 2014 г.; увеличение удельного веса убыточных организаций в общем числе организаций вида экономической деятельности с 18,5% в 2009 г. до 26,8% в 2014 г.; снижение рентабельности продаж с 8,1% в 2009 г. до 5,9% в 2014 г. [4, с. 128; 3, с. 425–426]. Поэтому для изменения их положения на рынке необходимо развивать сетевые связи со стейкхолдерами.

В работах зарубежных, российских ученых рассматривается формирование сетевых связей. Это работы И. Ансоффа, Г.Б. Клейнера, В.С. Катькало, Б.З. Мильнера, В.В. Радаева, П. Зибера, Р. Коуза, Р. Майлза, Ч. Сноу, Р. Патюреля, М. Райсса, Й. Рюэгг-Штюрма, О. Уильямсона, А. Чандлера, К. Эрроу и др. В работах белорусских ученых: В. Байнева, Н. Богдан, В. Борисевича, Т. Вертинской, Л. Козловской, П. Никитенко, А. Томашевича, Г.А. Яшевой, В. Фатеева и др. Отражаются также некоторые аспекты развития сетевых связей и развития сетевых структур.

Анализируя институциональные рамки взаимодействия субъектов, большинство ученых-институционалистов, среди которых, А. Берли, Т. Веблен, Р. Коуз, У. Митчелл, Н. Ноув, Р. Хайлброер, и другие, отмечает преимущество неформальных отношений между агентами в том, что они способствуют снижению транзакционных издержек.

Сетевое сотрудничество отличается от отношений производственной кооперации тем, что оно включает не только вертикальные связи (поставщик – покупатель), но и горизонтальные, т.е. сотрудничество с конкурентами (концепция cooperation – кооперация плюс конкуренция) в области общих интересов (технического развития поставщиков, инвестиционной деятельности, образования, маркетинговых исследований и сбыта, защиты от внешних конкурентов и др.) и сотрудничество с учреждениями бизнес-услуг (образование, маркетинг, научные исследования) [1, с. 55].

Основными методами развития сетевых связей в ключевых факторах формирования конкурентоспособности: образовании, инновациях и маркетинге, для предприятий текстильного и швейного производства Республики Беларусь являются следующие.

В сфере науки и образования предлагается создание представительств вертикально-интегрированного холдинга в УО «Витебский государственный технологический университет» через:

- создание совместных кафедр;
- создание совместных научно-исследовательских лабораторий, в состав которых должны входить заведующий, сотрудники кафедры, студенты, работники предприятий текстильного и швейного производства.

Задачи совместной научно-исследовательской лаборатории (НИЛ): повышение качества подготовки специалистов и научно-педагогических кадров; рост квалификации профессорско-преподавательского состава университета и повышение квалификации научных работников университета; укрепление и развитие научно-интеллектуального потенциала университета; выполнение программ инновационного развития и хозяйственных научных разработок; укрепление научных контактов в области текстильного производства между сотрудниками университета и научно-исследовательскими организациями.

- Создание совместного Центра моды на базе РУПТП «Оршанский льнокомбинат».

Для обеспечения сетевого сотрудничества в научно-технической сфере предлагается создать технологическую платформу – форум «Инновационный текстиль». Технологическая платформа должна объединить усилия представителей холдинга, субъектов сетевого взаимодействия, науки и государства.

Задачами технологической платформы являются: координация исследований, осуществляемых на доконкурентной стадии, в том числе в рамках формируемой системы технологического прогнозирования, в которую входит: выявление пакетов технологий, в том числе ключевых производственных технологий, которые могут обеспечить устойчивую конкурентоспособность холдинга на мировом рынке; определение тематических областей исследований, фундаментальных и прикладных проблем, решение которых необходимо для формирования соответствующих пакетов технологий; оценка необходимого ресурсного обеспечения для проведения исследований.

Методы сетевого сотрудничества в маркетинге.

Сотрудничество в маркетинге предлагается осуществлять по следующим направлениям: реализации программ коопетиции (сотрудничества и конкуренции); проведение совместных маркетинговых исследований зарубежных рынков; совместные программы продвижения товаров на внешнем рынке; создание единых информационных сетей между участниками сетевого взаимодействия на основе CRM-технологий (Customers Relationship Management – управление взаимоотношениями с клиентами).

Список использованных источников

1. Вайлунова, Ю.Г. Сетевые структуры и их роль в повышении конкурентоспособности предприятий // Экономика и банки / Ю.Г. Вайлунова. –2014. – № 2. – С. 53-60.
2. Вайлунова, Ю.Г. Обоснование направлений повышения конкурентоспособности текстильного и швейного производства в Беларуси на основе развития концепции цепочки ценностей // Вестник Витебского государственного технологического университета / Ю.Г. Вайлунова. – 2015. – № 28. – С. 162–173.
3. Зиновский, В.И. Статистический ежегодник Республики Беларусь. Статистический сборник Республики Беларусь / редкол.: В.И. Зиновский, И.А. Костевич, И.С. Кангро, Е.И. Кухаревич, О.Е. Молодцов, Е.М. Палковская, О.Н. Клавсуть. – Национальный статистический комитет Республики Беларусь, 2014 – 534 с.
4. Медведева, И.В. Промышленность Республики Беларусь. Статистический сборник / редкол.: И.В. Медведева, И.С. Кангро, Ж.Н. Василевская, Е.И. Кухаревич, О.А. Довнар, Е.М. Палковская, А.И. Боричевский, А.С. Снетков. – Национальный статистический комитет Республики Беларусь, 2015 – 268 с.