

периода.

Объекты основных средств составляют основу любого производства, в процессе которого создается продукция, оказываются услуги и выполняются работы. На основные средства приходится основной удельный вес в общей сумме основного капитала хозяйствующего субъекта. От их количества, стоимости качественного состояния, эффективности использования во многом зависят конечные результаты деятельности хозяйствующего субъекта.

Эффективное использование основных средств способствует улучшению всех технико-экономических показателей, в том числе увеличению объема выпускаемой продукции, снижению себестоимости продукции и трудоемкости ее изготовления, а также повышению прибыли.

Список использованных источников

1. Кахро, А. А. Экономика организации (предприятия): конспект лекций / А. А. Кахро. – Витебск: ВГТУ, 2016. – 163 с.
2. Смирнова, Я. В. Экономика предприятия / Я. В. Смирнова [Электронный ресурс]. – 2017. – Режим доступа: [https://study.urfu.ru/Aid/Publication/13601/1/Smirnova ОПУБЛ_ИЗД.pdf](https://study.urfu.ru/Aid/Publication/13601/1/Smirnova%20ОПУБЛ_ИЗД.pdf). – Дата доступа: 23.02.2023.
3. Дремина, О. П. Подходы к определению понятия «основные средства», их классификация и методики анализа эффективности использования / О. П. Дремина // Молодой ученый. – 2017. – № 20. – С. 245–248.
4. Казанцев, Р. В. Анализ основных средств предприятия / Р. В. Казанцев // Планово-экономический отдел [Электронный ресурс]. – 2016. – № 3. – Режим доступа: https://www.profiz.ru/peo/3_2016/analiz_osnovnyh_sredstv/. – Дата доступа: 23.02.2022.
5. Коршунов, В. В. Экономика организации (предприятия): учебник / В. В. Коршунов. – Москва : Юрайт, 2019. – 347 с.

УДК 338.45:685.34

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ОБУВНОЙ ОТРАСЛИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Даниленко А.Е., студ., Сохова А.В., студ., Суворов А.П., к.т.н., доц.

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

Реферат. В статье изложены результаты анализа состояния рынка обуви, проблемы, перспективы и направления развития обувной промышленности Республики Беларусь.

Ключевые слова: объём выпуска продукции, конкурентоспособность, объёмы продаж, цена, структура продаж.

Конкуренция постоянно толкает хозяйствующие субъекты на сокращение расходов, применяет разные стимулы сбыта, улучшение качества товаров, создание модных коллекций обуви и внедрение новых инноваций в производстве обуви.

Обувь должна быть не только удобной, но и красивой и доступной по цене. В последние годы финансовое состояние белорусской обувной отрасли побуждает руководителей предприятий искать новые подходы к организации международного сотрудничества. Высокая зависимость от импорта и недостаточная конкурентоспособность продукции не позволяют иметь положительную динамику внешнеторгового баланса.

Отставание в конкурентоспособности обусловлено технологическим уровнем белорусских предприятий, недостаточно высоким качеством сырья, а также недостаточно развитой индустрией моды. Состояние рынка обуви исследуется по соотношению спроса и предложения. При этом спрос во многом зависит от цен. Самый значительный сегмент Low (нижний ценовой сегмент) занимает 50 % рынка. Здесь же находятся белорусские марки: Belwest, Sivelga, MegaTop. Низкая цена подразумевает использование искусственных или прессованных кож для верха обуви, текстиля. Наиболее перспективна нижняя часть среднеценового сегмента Middle – Contemporary (Good), обувь, которая занимает 25 %

обувного рынка. Рост благосостояния населения в последние годы повлек за собой повышение требования к качеству и дизайну.

Для обувной промышленности Республики Беларусь основными рынками являются внутренний и российский, на долю которых приходится более 95 % объема продаж. При этом удельный вес белорусской обуви на российском рынке относительно невелик – не более 3 %. На белорусском рынке доля отечественной обуви не превышает 41 %.

Начиная с 2010 года наблюдалась тенденция роста темпов экспорта обуви, обусловленная, прежде всего, узостью внутреннего рынка и снижением покупательской способности отечественных потребителей обуви.

Следует отметить, что в натуральном выражении в 2014 году экспорт сократился на 16 % с 8,88 млн пар до 7,42 млн пар. Это свидетельствовало о некотором удорожании экспортной продукции. После резкого сокращения в 2012 году импорт обуви остался на относительно стабильном уровне, демонстрируя медленный рост. Так, за 2014 год, импорт возрос по сравнению с 2013 годом на 2,1 % и составил 254,7 млн долларов. Рост импорта в натуральном выражении составил 4 %, объем импорта при этом составил 14,8 млн пар. Таким образом, средние цены на импортируемую обувь в 2014 году по сравнению с 2013 годом практически не изменились, лишь немного снизившись. 79,5 % всей экспортируемой обуви в натуральном выражении приходится на Россию. Таким образом, экспорт белорусской обуви сильно зависит от одного рынка сбыта, доля которого снижается медленно. Тем не менее, большой интерес для обувных предприятий представляют рынки Казахстана, Азербайджана и стран Балтии. Планируется экспортировать белорусскую обувь в страны Азии и Европы.

Основными импортерами обуви в Беларусь являются Россия (55,0 % в натуральном выражении) и Китай (33,5 %). Диверсификация импорта обуви незначительна – доля других стран по-прежнему составляет всего около 10 % импорта. Доля китайской обуви на рынке Беларуси постепенно снижается вследствие того, что порядка 75–80 % «российской» обуви чаще всего импортируется из Китая, а затем ввозится в Беларусь. Ряд белорусских предприятий налаживает сотрудничество с китайскими партнерами по производству обуви с использованием китайских комплектующих. Следует отметить присутствие на рынке большого объема «серого» импорта.

Согласно Единому таможенному тарифу Евразийского экономического союза, на импорт обуви установлены как специфические, так и комбинированные пошлины в зависимости от товарной позиции: резиновая обувь – 7,5 % (от 0,46 до 0,73 евро за пару, для обуви из кожи – 1,75 евро за пару), обувь из текстиля – 5,2 %, (не менее 0,71 евро за пару) и др. На детали обуви установлена нулевая пошлина.

На внутреннем рынке рыночная доля белорусской обуви является значительной преимущественно в среднем и низком ценовых сегментах. Причина тому – отсутствие собственных международных брендов, а также особенности торговой сети. Существующие белорусские бренды имеют сравнительно слабую конкурентоспособность. Основными причинами данной проблемы являются недостаточное качество белорусской фурнитуры и кожгалантереи, бедность ассортимента и сравнительно высокая цена.

В структуре продаж обуви в зависимости от места их реализации на торговые организации приходится около 46,8 % всего объема реализации и около 53,2 % – на рынки и торговые центры.

Кожевенно-обувная промышленность в последние годы столкнулась с проблемой обеспечения предприятий качественным сырьем. Низкие таможенные пошлины на вывоз кожевенного сырья из Беларуси привели к тому, что наиболее качественное сырье экспортируется за ее пределы. Это оказывает негативное воздействие на качество продукции, выпускаемой подотраслью.

Одна из острых проблем заключается в том, что около 80 % активной части основных фондов изношено. Только 50 % предприятий легкой промышленности работают нормально, а 61 % от общего числа к концу 2007 года имели складские запасы готовой продукции, превышающие среднемесячный объем производства. А это в свою очередь влекло трудности со сбытом, связанные с недостаточной конкурентоспособностью продукции, как по качеству, так и по цене. Низкая конкурентоспособность отдельных изделий связана, прежде всего, с технической отсталостью производства.

Кроме того, производимая продукция имеет высокую себестоимость. Очень низким остается использование производственных мощностей (около 40 %). На складах

увеличиваются запасы готовой продукции. Для реализации своей продукции многие предприятия вынуждены создавать фирменные магазины. Это дополнительно отвлекает средства от производственной деятельности. В этих условиях часть обувных предприятий отрасли переключились на работу по производственно-технологической кооперации с различными фирмами зарубежных стран (Италии, США, Германии и др.). Это способствует освоению требований к качеству продукции в условиях рыночной экономики, современных технологий, сохранению рабочих мест.

Перспективы развития белорусской обувной промышленности определяются рядом факторов, ключевыми из которых являются:

1. Маркетинговая политика. Необходимость активного использования маркетинговых инструментов – вывода на рынок новых марок, их четкого позиционирования, формирования вокруг успешных марок брендов. Кроме того, перспективным представляется развитие многомарочных стратегий на основе четкого определения целевых рыночных сегментов.

2. Аутсорсинг. Помимо логистики к таким функциям можно отнести управление информационными системами, исследование конъюнктуры рынков сбыта и закупок.

3. Логистика поставок и продаж. Целесообразными представляется централизация логистических функций, управления цепями поставок сырья и комплектующих.

4. Управление финансами. Во многом обусловлено решением задач технического перевооружения, постепенного отказа от массовых поточных производств, освоения среднего и более высокого сегмента, оптимизация издержек на логистику.

В целях обеспечения увеличения выпуска и реализации товаров на внутреннем рынке руководителям предприятий отрасли необходимо обеспечить:

- повышение конкурентоспособности за счет улучшения качества изделий, уровня комфортности, срока носки выпускаемой продукции, обновления и расширения ассортимента, освоения и внедрения новых прогрессивных технологий производства;

- увеличение объёмов выпуска высококачественных, перспективных товаров целевой и социальной направленности, поставку коллекций обуви в едином стилевом решении;

- модернизацию оборудования и совершенствование технологий производства;

- замену физически и морально устаревшего оборудования на высокопроизводительное, энергосберегающее;

- проведение рекламных мероприятий по продвижению товаров (размещение рекламы в СМИ, в транспорте, на улице);

- проведение выставок-продаж, рекламных акций, ярмарок и т.д.; расширение рынков сбыта за пределами Республики Беларусь.

Для эффективного развития отрасли утверждена Программа социально-экономического развития Республики Беларусь на 2021–2025 год.

Список использованных источников

1. Белвест [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://belwest.by/>. Дата доступа : 15.11.2022.
2. Белорусский производитель обуви холдинг «Марко» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.marko.by/>. Дата доступа: 17.11.2022
3. Легкая промышленность Беларуси [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://factories.by/news/legkaya-promyshlennost-belarusi>. Дата доступа : 30.11.2022.
4. Обувная промышленность [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.uniter.by/upload/footwear%20industry.pdf>. Дата доступа : 03.12.2022.
5. Проблемы и перспективы развития обувной отрасли Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://moluch.ru/th/5/archive/44/1593/>. Дата доступа : 17.11.2022.