

УДК 339.138

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ МАРКЕТИНГА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Рудницкий Д.Б., ст. преп.

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

В стратегии социально-экономического развития Республики Беларусь значительное внимание уделяется повышению эффективности работы белорусских субъектов хозяйствования с использованием современных форм и методов управления ими, усилению маркетинговой и инновационной направленности управления, что должно способствовать завоеванию отечественными предприятиями ведущих позиций в области качества и конкурентоспособности на внутреннем и внешнем рынках сбыта.

Легкая промышленность Республики Беларусь является одной из важнейших составных частей социально-потребительского межотраслевого комплекса, объединяющего все отрасли и производства по выпуску потребительских товаров и услуг, обеспечивающих жизнедеятельность населения. В условиях ориентации экономики страны на социальные нужды населения, именно этой отрасли принадлежит ведущая роль в повышении уровня жизни населения за счет его обеспечения непродовольственными товарами высокого качества. В настоящее время в легкой промышленности Беларуси функционирует 2162 организаций различной формы собственности и ведомственной подчиненности со среднесписочной численностью работающих 84,3 тысяч человек [2].

Процесс перехода к рыночной экономике резко изменил положение и принципы работы белорусских предприятий легкой промышленности. Конкуренция на товарном рынке обозначила слабые стороны отечественных предприятий данной отрасли: медленная адаптация к изменениям спроса, отставание по качеству продукции, дизайну, применяемым технологиям и материалам. Это, в свою очередь, послужило основанием для развития новых форм и методов хозяйствования, изменения организационных структур управления предприятиями. Основой же современного рыночного хозяйства является маркетинговый подход к организации коммерческой деятельности как на уровне отдельных предприятий и организаций, так и на уровне всей национальной экономики в целом.

Несмотря на то, что предприятия легкой промышленности Республики Беларусь располагают определенным научно-техническим, производственным и кадровым потенциалом в отрасли накопился целый ряд проблем, требующих немедленного разрешения. Так, на предприятиях отрасли находится в эксплуатации значительная часть морально и физически устаревшего технологического оборудования, а доля импортных товаров легкой промышленности на отечественном рынке достигла 60% [2]. В результате идет вытеснение отечественных товаров импортными: с одной стороны, это высококачественные, брендовые и дорогие товары (Германия, Италия, Англия), а с другой – менее качественные и дешевые (Китай, Турция, страны Средней Азии). В то же время в отрасли имеется ряд предприятий успешно продвигающих свою продукцию, как на внутреннем, так и на внешнем рынке. Самыми известными и конкурентоспособными из них являются: ОАО «Элема», ЗАО «Милавица», ОАО «Моготекс», ОАО «Элиз», СООО «Марко», СООО «Белвест». Их деятельность ориентирована на целевых потребителей и завоевание перспективных сегментов рынка, четливое позиционирование товара, создание развитых сбытовых сетей и широкое применение инструментов ФОССТИС.

Легкая промышленность Республики Беларусь имеет высокую экспортоориентированность. Ставится задача уменьшить ее зависимость от импортных поставок сырья и материалов за счет увеличения производства в республике льноволокна, создания новых видов химических волокон и нитей, красителей, кожевенных материалов для обуви. В этой связи намечено внедрить технологии производства текстильных и трикотажных материалов на основе нового текстильного сырья, создаваемого предприятиями химической промышленности республики с улучшенными гигиеническими свойствами. Обновление технической базы производства в легкой промышленности предусматривается вести на основе новых технологий и технологических решений главным образом за счет собственных средств предприятий. Приоритеты в развитии легкой промышленности отдаются предприятиям, позволяющим в короткий срок улучшить качество продукции по всей технологической цепочке до выпуска конечной продукции. В качестве «точек роста» концерном «Беллегпром» определены: РУПТП «Оршанский льнокомбинат», ОАО «Полесье», ОАО «Камволь», ОАО «Моготекс», ОАО «Сукно», Гродненское РУПП «Гронитекс», продукция которых ориентирована преимущественно на экспорт [1].

Отличительной чертой легкой промышленности РБ в целом является высокий удельный вес продукции, выпускаемой на негосударственных предприятиях (около 85%) [2]. Наиболее крупные предприятия отрасли, производящие 73% отраслевого объема, входят в состав концерна «Беллегпром» – многоотраслевого производственного комплекса страны, включающего текстильную, трикотажную, швейную, кожевенную, обувную, меховую и текстильно-галантерейную подотрасль.

За 2013 год объем производства промышленной продукции организациями легкой промышленности РБ составил свыше 26,3 трлн. рублей, в том числе по подсекции DB "Текстильное и швейное производство" – 19,3 трлн. рублей, подсекции DC "Производство кожи, изделий из кожи и производство обуви" – 4,9 трлн.

рублей. Предприятия концерна "Беллепром" выпустили продукции на сумму 12,8 трлн. рублей, в 2014 году планируется более 14 трлн. рублей [1].

На протяжении 2013 года финансовые результаты деятельности легкой промышленности по видам экономической деятельности и в целом концерну "Беллепром" имели тенденцию к снижению. По видам экономической деятельности финансовые результаты работы за январь-декабрь 2013 года следующие: по подсекции ДВ "Текстильное и швейное производство" при росте выручки от реализации продукции (работ, услуг) в 1,16 раза и себестоимости реализованной продукции в 1,24 раза, прибыль от реализации продукции по сравнению с соответствующим периодом 2012 года уменьшилась по сравнению с 2012 годом на 25,2 процента и составила 1392,8 млрд.руб., чистая прибыль в сумме составила 353,5 млрд.рублей (28,3 процента к уровню 2012 года); рентабельность продаж - 9,0 процента. В процентном отношении к общему количеству рентабельные организации составляют 60,9 процента, нерентабельные соответственно – 39,1 процента. Чистые убытки получили 68 организаций (26,4 процента к общему числу организаций) против 26 организаций (10,1 процента) в 2012 году. По подсекции ДС "Производство кожи, изделий из кожи и производство обуви" при росте выручки от реализации продукции (работ, услуг) в 1,18 раза и себестоимости реализованной продукции в 1,27 раза, прибыль от реализации продукции по сравнению с 2012 годом уменьшилась на 19,2 процента и в сумме составила 578,8 млрд.руб., чистая прибыль составила 267,5 млрд.рублей (56,7 процента к уровню 2012 года); рентабельность продаж составила 11,7 процента. В процентном отношении к общему количеству рентабельные организации составляют 84,2 процента, нерентабельные соответственно – 15,8 процента. Чистые убытки получили 7 организаций (18,4 процента к общему числу организаций), против 2 организаций (5,3 процента) в 2012 году [1].

Концерном «Беллепром» в качестве основной стратегии развития легкой промышленности РБ выбран инновационный путь, который включает создание условий, обеспечивающих развитие легкой промышленности путем повышения эффективности производства современных конкурентоспособных товаров, увеличения экспортной составляющей, удовлетворения потребности населения, государства и субъектов хозяйствования за счет финансового оздоровления предприятий легкой промышленности и привлечения в отрасль внутренних и внешних инвестиций. Это позволит увеличить выпуск современной конкурентоспособной продукции, востребованной на внутреннем и внешнем рынках. Установка нового технологического оборудования способствует расширению и обновлению ассортимента выпускаемой продукции.

Для продвижения продукции на внутренний рынок предприятия отрасли уделяют большое внимание расширению сети фирменных магазинов, повышению уровня торгового обслуживания, рациональному использованию торговых площадей, оснащению магазинов современным, высокопроизводительным торговым оборудованием, стимулированию уровня продаж.

В системе предприятий легкой промышленности организация маркетинга имеет свои особенности – здесь успех новой продукции главным образом зависит от точности ее соответствия требованиям покупателей, т.е. рыночные факторы функционирования предприятия по своей значимости превышают производственно-технические. Поэтому для предприятий легкой промышленности более важным является не сам процесс технического перевооружения, а быстрая и гибкая переналадка производства на товары в соответствии с имеющимися запросами покупателей. Рынок товаров легкой промышленности имеет свою специфику: разнообразие клиентуры рынка, сложность структуры сегментов рынка, сезонные колебания спроса и влияние факторов моды, острота конкуренции на рынке.

Поэтому предприятия отрасли должны постоянно проводить маркетинговые исследования не только рынков готовых товаров, но и рынков новых материалов, красителей, технологий, прогнозировать тенденции развития моды.

Таким образом, конкурентоспособность продукции легкой промышленности на деле все меньше зависит от стоимости труда и все больше от производительности, качества, дизайна, скорости обновления ассортимента, дистрибуции, сервиса, маркетинга и брендинга.

В заключении важно отметить, что дальнейшее развитие рыночных отношений, предпринимательства, активизация участия белорусских предприятий в международном разделении труда, обострение конкуренции на внутреннем рынке создадут благоприятные предпосылки для использования маркетинга, а его инструменты все более будут адаптироваться к конкретным национальным рыночным условиям и специфике деятельности отдельных предприятий.

Список использованных источников

1. Национальный Интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс] / Белорусский государственный концерн по производству и реализации товаров легкой промышленности «Беллепром». – Минск, 2011. – Режим доступа : <http://www.bellegprom.by>. – Дата доступа : 10.02.2011.
2. Национальный Интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс] / Национальный статистический комитет РБ. – Минск, 2011. – Режим доступа : <http://www.belstat.gov.by>. – Дата доступа : 14.02.2011.