

УДК 005 Л68

## СОЗДАНИЕ СИЛЬНОГО БРЕНДА КАК ОСНОВА РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ ПО ПРОИЗВОДСТВУ КОЖИ, ИЗДЕЛИЙ ИЗ КОЖИ И ПРОИЗВОДСТВУ ОБУВИ

*Лобанева Е.И., студ.*

*Смоленский филиал Московского энергетического института,  
г. Смоленск, Российская Федерация*

Легкая промышленность Российской Федерации является важнейшим много-профильным и инновационно привлекаемым сектором экономики, обеспечивающим укрепление обороноспособности, экономической, социальной и интеллектуальной безопасности страны, сохранение ее статуса независимой и суверенной индустриальной державы.

Анализ динамики развития предприятий по производству кожи, изделий из кожи и производства обуви, показывает, что до 2008 г. указанные предприятия развивались достаточно динамично. Объем отгруженных товаров собственного производства в действующих ценах за 2005-2011 годы вырос на 60,8 % и составил 50,3 млрд.рублей. Количество действующих организаций (на конец года) сократилось, 183 организации прекратили своё существование. Среднегодовая численность работников организаций к 2011 году сократилась на 23,4% по сравнению с 2007 годом. Инвестиции в основной капитал крайне малы. Их доля в общем объеме инвестиций обрабатывающего производства всего лишь 0,38%. Темпы роста импорта значительно опережают темпы роста экспорта. Инновационная деятельность организаций крайне низкая. На 2011г. объём инновационных товаров, работ и услуг в данной сфере экономики составляет 0,04% [1].

Однако анализируя статистические данные деятельности по производству кожи, изделий из кожи и производстве обуви за 2005-2011 гг., можно выявить ряд проблем. Во-первых, в данной отрасли высокий вес теневой экономики, что явилось причиной зависимости России от зарубежных стран. Во-вторых, уровень инновационной и инвестиционной деятельности весьма низок, который выражается в отсталости инновационной продукции, в слабой конкуренции. Это приводит к снижению бренда и деградации производства. В-третьих, отрасль имеет технологическую и техническую отсталость. И последней проблемой является отток рабочих кадров, который приводит к дефициту профессиональных рабочих и высококвалифицированных специалистов.

Исходя из анализа проблем, которые негативно сказываются на экономическом росте легкой промышленности, можно сказать, что данная отрасль неспособна качественно удовлетворить растущий спрос.

На основании вышесказанного можно предложить перспективный план развития легкой промышленности на примере производства обуви. В целом российская обувь не отличается богатым ассортиментом и оригинальным дизайном. Российские производители обуви вынуждены закупать импортное оборудование, материалы. Но производя продукцию по низким ценам, производители сталкиваются с китайскими производителями, которая стоит ещё дешевле и доступнее.

Одним из путей преодоления сложившейся ситуации может стать формирование сильного бренда. Под брендом в нашей стране чаще всего понимают марку с изначально подразумеваемым качеством товаров или услуг. Ориентация на бренд актуальна еще и потому, что рынок начинает меняться и игроки хотят выходить на рынки более дорогой продукции. Но при ориентации на бренды игрокам уже необходимо менять производственную базу. Только в этом случае можно оперативно реагировать на изменение запросов рынка и по-настоящему гарантировать качество своих брендов.

Продвижение бренда может быть осуществлено за счёт рекламы в интернете. В настоящее время существует множество видов интернет-реклам. Одним из этих видов является поисковая оптимизация.

Любое продвижение в Интернете начинается с поисковой оптимизации сайта (SEO). SEO-оптимизация позволяет поднять сайт организации на первые позиции результатов выдачи поисковиков. Благодаря грамотному поисковому продвижению организация может существенно сократить издержки на другие виды интернет-рекламы, поскольку оно обеспечивает устойчивый приток целевых посетителей, то есть потенциальных клиентов. Этот вид рекламы позволяет привлечь большое количество потенциальных покупателей. Так как современные пользователи сети интернет стали более опытными в этой области и навязчивые, постоянно появляющиеся на фоне сайта рекламы уже не столь эффективны, так как они раздражают и уже мало пользователей верят им. 90% пользователей сети интернет пользуются поисковиками и сайты, занимающие первые позиции вызывают большее доверие. Что позволяет продвижению бренда.

Также можно предложить ещё один вид интернет-рекламы - это management of virtual consumers (MVC) (стратегия управления виртуальными потребителями).

Задачей MVC является создание персонажа, который не существует в реальности. Его действия влияют на людей, которые руководствуются его советами. Набор инструментов MVC весьма прост. От имени виртуального персонажа приходят сообщения на сайтах, форумах, досках объявлений, в социальных сетях, чатах. Все эти элементы виртуальной жизни переплетаются и поддерживают друг друга, позволяя представлять рекламный продукт потенциальным потребителям.

Большинство современные пользователи сети интернет увлечены играми и различными увлекательными приложениями. С помощью MVC можно создать небольшую интернет-викторину. Сфабриковать и опубликовать огромное количество самых разнообразных материалов по данной продукции. Все ресурсы связать с виртуальным персонажем. Путешествуя по сайтам, разгадывать различные головоломки, отвечать на вопросы, там спрятанные. Пользователям, продвинувшимся достаточно далеко в решении головоломок, после посещения тех или иных веб-страничек должны придти факсы с новой информацией. И так, проходя различные уровни викторины, пользователь узнаёт много информации о данной продукции и ненавязчиво рекламируется. Увлекательная викторина привлечёт внимание к продукции и у пользователей, заинтересовавшихся викториной возникнет интерес и доверие к данной продукции.

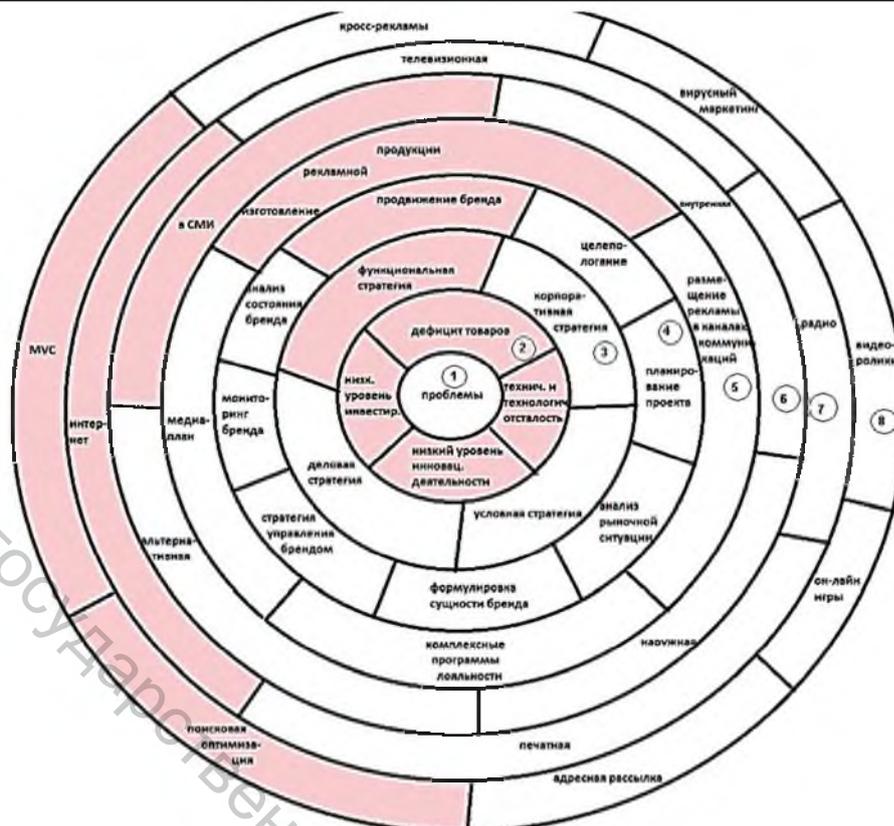


Рисунок 1– Процесс формирования бренда предприятия по производству кожи, изделий из кожи и производству обуви (1 – проблемы экономической деятельности, 2 - проблемы экономической деятельности по производству кожи, изделий из кожи и производству обуви, 3 – стратегии 4 - этапы создания бренда, 4 – стратегии развития предприятия, 5 – методы продвижения бренда, 6 – виды реклам по месту размещения, 7 – виды рекламы в СМИ, 8 – виды интернет-рекламы)

Таким образом, с помощью бренда, можно решить ряд проблем этой экономической деятельности. Продвигая бренд, можно увеличить спрос и привлечь инвесторов. Тем самым у организаций появятся средства для расширения производства и инновационной деятельности. В результате появится новое оборудование. Техническая и технологическая отсталость будет преодолена. Данный вид экономической деятельности станет более интересным и высокооплачиваемым, что остановит ежегодный отток кадров. Конкурентоспособность и имидж легкой промышленности России будет расти.

Делая вывод из вышесказанного, можно сказать, что предложенные рекомендации на примере одной из подотраслей легкой промышленности будут способствовать ее развитию, наращению потенциала и укреплению отрасли в целом.

Список использованных источников

1. Россия в цифрах. Крат. стат. сб. М.: Росстат, 2013. – 573 с.

УДК 687.21

## РАЗРАБОТКА ФУНКЦИОНАЛЬНЫХ БЕЛЬЕВЫХ ИЗДЕЛИЙ ДЛЯ РАБОТНИКОВ ТОПЛИВНО-ЭНЕРГЕТИЧЕСКОГО КОМПЛЕКСА, НАХОДЯЩИХСЯ В СЛОЖНЫХ КЛИМАТИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ

Лопандина С.К., ген. директор, Козинда З.Ю., зав. лаб., Подгаевская Т.А., в.н.с., Ерофеев О.О., с.н.с., Сафоненко О.И., с.н.с., Донских И.Н., инж.-технолог  
ОАО «Центральный научно-исследовательский институт швейной промышленности», г. Москва, Российская Федерация

**Ключевые слова:** функциональные бельевые изделия, комбинации свойств, термобелье, антимикробные и огнезащитные бельевые изделия, теплозащитные свойства, влаговыводящие свойства, топливно-энергетический комплекс.

**Реферат.** Нательное белье, используемое в настоящее время в комплекте спецодежды служащих в топливно-энергетическом комплексе, изготавливают из огнезащитного трикотажного полотна. При проведении работ в условиях Арктического региона, на открытом воздухе при больших значениях отрицательных температур необходима не только защита от опасных факторов, но и обеспечение комфорта в пододежном пространстве. Для этого специалистами ОАО