

УДК 658.8:67/68 (476)

## СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ЭКСПОРТНОЙ СТРАТЕГИИ ОРГАНИЗАЦИЙ НА ОСНОВЕ ИННОВАЦИОННЫХ МАРКЕТИНГОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ (НА ПРИМЕРЕ ПРЕДПРИЯТИЙ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ)

*Рудницкий Д.Б., ст. преп.*

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

Ключевые слова: экспорт, стратегия, легкая промышленность, инновации, маркетинг.

Реферат. В статье рассмотрены актуальные проблемы разработки экспортной стратегии отечественных предприятий легкой промышленности. Экспорт – это один из основных приоритетов развития экономики Республики Беларусь. В ее структуре он традиционно составляет более половины валового внутреннего продукта, в силу чего является одним из основных источников обеспечения устойчивого экономического роста в стране.

Значение экспорта для стран с рыночной экономикой очень велико. Экспорт, являясь мощным стимулирующим фактором экономического развития, играет роль своеобразного «локомотива» в преодолении кризисных явлений, способствует поддержанию производства и занятости в экспортоориентированных отраслях, оказывая позитивное влияние на экономику страны в целом.

Таким образом, проблема разработки экспортной стратегии на отечественных промышленных предприятиях в настоящее время является чрезвычайно актуальной как на макро-, так и на микроуровне.

На современном этапе перед Республикой Беларусь стоит важнейшая задача – переход экономики на инновационный путь развития. Ее решение является одним из основных способов достижения динамичного развития страны в долгосрочной перспективе и повышения уровня жизни ее жителей.

Конкурентные преимущества отраслей легкой промышленности Республики Беларусь определяются наличием сырьевой базы (лен, химические волокна и нити, пряжа, ткани, кожевенное и меховое сырье), высококвалифицированных кадров, более низкой по сравнению с другими отраслями капиталоемкостью производства.

Легкая промышленность Республики Беларусь имеет высокую степень экспортоориентированности.

Для увеличения положительного сальдо перед предприятиями легкой промышленности Республики Беларусь 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.

Концерн «Беллегпром» – представляет собой объединение организаций и является многоотраслевым промышленным комплексом, занимающимся производством текстильных, трикотажных, швейных изделий, производством кожевенного товара и обуви, также в состав концерна входят организации торговли, науки и образования.

В состав концерна «Беллегпром» входят 97 организаций, в том числе 78 промышленных организаций (в текстильной отрасли функционирует – 17 организаций, в трикотажной – 12, в швейной – 21, в кожевенно-обувной – 28).

В 2018 году экспорт организаций концерна «Беллегпром» составил 546 млн долларов США. Продукция отгружалась в 62 страны мира. Удельный вес экспорта в общем объеме производства в 2018 году составил 55,3 %. Рост экспорта отмечался в такие страны, как Азербайджан (174,9 %), Армения (105,5 %), Казахстан (104,5 %), Кыргызстан (133,4 %), Та-

джикистан (132 %), Туркменистан (142,8 %), Украина (112,0 %). Снижение объемов поставки отмечается в Узбекистан, Молдову. По странам дальнего зарубежья увеличение темпов роста экспорта наблюдается в следующие страны: Бельгия (188,8 %), Болгария (261,1 %), Бразилия (145,4 %), Венгрия (177,7 %), Германия (106,4 %), Гонконг (в 41,6 раза), Грузия (131,6 %), Индия (139,5 %), Испания (169,7 %), Италия (164,6 %), Китай (102,6 %), Латвия (107,1 %), Литва (111,2 %), Нидерланды (332,2 %), Польша (139,4 %), Румыния (197,9 %), США (121,5 %), Сербия (115,1 %), Словакия (358,4 %), Турция (230,9 %), Франция (158,4 %) [1].

По итогам работы за январь – март 2019 года организациями, входящими в состав концерна произведено продукции на сумму 475,8 млн рублей. Объем экспорта товаров в целом по концерну составил 120,1 млн долларов США. Удельный вес экспорта в общем объеме производства в первом квартале 2019 года – 54,1 % [1].

Основная номенклатура экспорта – швейные изделия, обувь, трикотажные изделия, кожаные товары, ткани хлопчатобумажные, льняные, шерстяные, искусственные и синтетические, ковры и ковровые изделия, пряжа льняная и объемная.

Если рассматривать мировые тенденции, можно отметить, что активное развитие производств легкой промышленности в развивающихся странах при значительной государственной поддержке и наличии собственного сырья, оказало влияние на перераспределение производительных сил отрасли. Центр производства сместился из стран Западной Европы и США в страны Юго-Восточной и Средней Азии (Китай, Пакистан, Индия), Южную Америку.

Перед концерном «Беллегпром» наряду с увеличением объемов экспорта ставится задача по обеспечению внутреннего рынка товарами легкой промышленности, в том числе в целях снижения импорта потребительских товаров и экономии валютных ресурсов.

Кроме этого в настоящее время имеются следующие объективные причины, сдерживающие рост экспортных поставок организациями концерна:

- рост «серого импорта» на территорию Евразийского экономического союза, рост в странах ЕАЭС неучтенного (подпольного) производства, объем которых более чем вдвое превышает уровень легального производства и импорта;
- снижение покупательской способности в странах СНГ, неконкурентоспособность продукции по ценовому фактору на их рынках (в связи с наплывом дешевого товара из стран Юго-Восточной Азии);
- развитие легкой промышленности в «сырьевых» государствах СНГ (Туркменистан, Кыргызстан, Узбекистан);
- высокие пошлины на товары легкой промышленности в странах дальнего зарубежья;
- снижение цен на реализуемую продукцию в целях обеспечения ее конкурентоспособности, что отражается на выполнении показателя по экспорту в денежном выражении [1].

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. Конкуренция на товарном рынке обозначила слабые стороны отечественных предприятий легкой промышленности: медленная адаптация к изменениям спроса, отставание по качеству продукции, дизайну, применяемым технологиям и материалам. 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.

В системе предприятий легкой промышленности организация маркетинга и сбыта имеет свои особенности – здесь успех новой продукции главным образом зависит от точности ее соответствия требованиям покупателей, т. е. рыночные факторы функционирования пред-

приятия по своей значимости превышают производственно-технические. Поэтому предприятия отрасли должны постоянно проводить маркетинговые исследования не только рынков готовых товаров, но и рынков новых материалов, красителей, технологий, прогнозировать тенденции развития моды, а также активно использовать в своей деятельности инновационные маркетинговые технологии.

За 2014–2018 гг. затраты предприятий легкой промышленности Республики Беларусь на маркетинговые инновации находятся на низком уровне и показывают высокий уровень изменчивости.

Следовательно, более эффективное продвижение продукции предприятий концерна «Беллепром» на новые экспортные рынки возможно за счет:

– использования различных методов маркетинговых коммуникаций, информационно-коммуникационных технологий, развитие интернет-торговли, налаживание сотрудничества с известными мультибрендовыми интернет-магазинами;

– организации работы по оптимизации деятельности и повышению эффективности работы товаропроводящей сети за рубежом;

– внедрения дополнительных мер стимулирования специалистов маркетинговых и внешнеэкономических служб, организации повышения квалификации кадров, проведения обучающих семинаров;

– активизации работы по участию предприятий в тендерах и выставочно-ярмарочных мероприятиях, проводимых за рубежом.

Таким образом, дальнейшее развитие рыночных отношений, предпринимательства, активизация участия белорусских предприятий легкой промышленности в международном разделении труда, обострение конкуренции на внутреннем рынке создают благоприятные предпосылки для использования маркетинговых стратегий, а их инструменты все более будут адаптироваться к конкретным рыночным условиям и специфике деятельности отдельных отечественных 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.belleprom.by>. – Дата доступа : 15.09.2019.

УДК 658.5

## **ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ ОАО «ВИТЕБСКИЕ КОВРЫ»**

*Савицкая Т.Б., к.т.н., доц., Завьялова А.О., маг.*

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

**Ключевые слова:** основные средства, активная часть основных средств, пассивная часть основных средств, эффективность, фондоотдача, фондоёмкость, рентабельность.

**Реферат.** В статье представлены результаты оценки эффективности использования основных средств и предложены мероприятия по повышению эффективности их использования на ОАО «Витебские ковры».

В условиях рыночной экономики центральное место занимает проблема увеличения эффективности использования основных средств. От объема основных средств, степени и эффективности их использования зависит объём и качество продукции, прибыль и рентабельность организации.

Основные средства ОАО «Витебские ковры», как и любого предприятия, являются важной составляющей эффективной деятельности. Предприятие, имеющее постоянно полную