**Изучение рынка трикотажных изделий Республики Беларусь**

**2013**

Cодержание

Введение

. Комплексное исследование товарного рынка

.1 Сущность и содержание рынка потребительских товаров

1.2 Роль торговой отрасли в комплексном исследовании рынка потребительских товаров

2. Анализ cостояния предложения трикотажных изделий на рынке республики Беларусь

.1 Промышленное производство трикотажных изделий

2.2 Экспорт и импорт трикотажных изделий

3. Оценка покупательского спроса на трикотажные изделия

.1 Факторы, влияющие на спрос

.2 Анализ реализованного спроса

3.3 Розничная торговля трикотажными изделиями

4. Перспективы развития рынка трикотажных изделий

Заключение

Список использованных источников

Введение

Актуальность темы исследования. Трикотажная промышленность представляет собой крупную отрасль легкой промышленности. Она вырабатывает широкий ассортимент самых разнообразных изделий, многие из которых являются незаменимыми или более желанными, чем изделия из ткани. Сложно представить себе гардероб современного человека без удобных, теплых, мягких и уютных трикотажных вещей, потому что трикотаж - уникальный материал. Он обладает необыкновенными свойствами: он согревает в холод и охлаждает в жару, способен быть легким и элегантным и, в тоже время, принимать любую форму и при этом не мяться. Не удивительно, что, как только появились первые вязальные машины, а именно в 16 веке, мир потерял голову от трикотажа. Женский трикотаж - это всегда актуальная, практичная и универсальная трикотажная одежда, как для повседневного, так и для вечернего использования.

**Вернуться в каталог готовых дипломов и магистерских диссертаций –**

[**http://учебники.информ2000.рф/diplom.shtml**](http://учебники.информ2000.рф/diplom.shtml)

Развитие рыночных отношений обуславливает необходимость и актуальность исследования теоретических, методологических и практических проблем повышения эффективности экономики, в том числе и рынки трикотажных изделий.

|  |
| --- |
| [Вернуться в библиотеку по экономике и праву: учебники, дипломы, диссертации](http://учебники.информ2000.рф/index.shtml)  [Рерайт текстов и уникализация 90 %](http://учебники.информ2000.рф/rerait-diplom.shtml)  [Написание по заказу контрольных, дипломов, диссертаций. . .](http://учебники.информ2000.рф/napisat-diplom.shtml) |

Проблемы развития и повышения эффективности торговли на основе рационального использования ресурсов и затрат постоянно находятся в центре внимания ученых-экономистов и работников отрасли. Однако ряд аспектов этой сложной и многофакторной темы требует глубокого научного анализа и теоретического переосмысления. Необходимость рыночной трансформации экономики Беларусь усилила остроту данной проблемы. В связи с этим, разработка и обоснование концептуальных основ и путей повышения эффективности функционирования розничной торговли Беларусь в условиях перехода к рынку приобретает исключительно важное научно-практическое значение.

Трикотажная отрасль является привлекательной для инвестиций ввиду быстрой оборачиваемости капитала. Но основным препятствием для притока инвестиций в отрасль, по мнению инвесторов, тоже является незаконное производство и продажа продукции трикотажной промышленности.

Второй основной проблемой является то, что промышленникам сложно вводить в оборот именно качественное сырьё. И не только потому, что это очень затратное дело, но и в основном по причине неконкурентоспособности по отношению к другим странам - производителям, которые главной своей целью ставят удовлетворение нужд потребителей в недорогой одежде. Ведь в себестоимости верхних трикотажных изделий стоимость сырья составляет 80-90%. Поэтому снижение себестоимости эффективно можно осуществить за счет экономии сырья на выпуск одной единицы продукции.

Третья важнейшая проблема отрасли - дефицит рабочих кадров. Именно в трикотажной промышленности еще до возникновения мирового финансового кризиса констатировалась проблема низкой заработной платы работников и острая необходимость технологической модернизации.

Для решения этих и других вопросов, в первую очередь нужна поддержка государства, а в области - местного правительства. В вопросе импорта оно должно ограничить ввоз нелегальных товаров и помогать организациям легкой промышленности в конкурентной борьбе. Импорт должен дополнять рынок трикотажных вещей необходимыми ассортиментными группами качественных товаров, а не заполнять его некачественными импортными товарами. На уровне страны необходимо принять меры по нормализации внешней торговли, особенно с Китаем, Турцией и Южной Азией. Вопрос борьбы с контрафактной и контрабандной продукцией в этой сфере можно решить, если например, создать рабочую группу, направленную на искоренение нелегального производства продукции данной отрасли, в состав которой должны быть включены представители правоохранительных и надзорных органов.

Объект исследования - рынок трикотажных изделий Республики Беларусь.

Предмет исследования - изучение рынка трикотажных изделий Республики Беларусь.

Цель работы - изучить рынок трикотажных изделий Республики Беларусь.

Задачи:

) Комплексно исследовать товарный рынок**.**

2) Представить анализ cостояния предложения трикотажных изделий на рынке Республики Беларусь.

) Дать оценку покупательского спроса на трикотажные изделия.

) Предложить перспективы развития рынка трикотажных изделий в Республике Беларусь.

Методы исследования - аналитический, статистический, сравнительны и др.

Информационной базой для дипломной работы послужили нормативно-правовые акты, регламентирующие cостояние промышленного производства трикотажных изделий в Республике Беларусь, учебно-методическая литература, материалы периодической печати, статистические сборники.

Рыночные преобразования в Республике Беларусь активизировали исследования по проблемам состояния промышленного производства и рынка трикотажных изделий в Республике Беларусь. Среди наиболее важных исследований, следует отметить работы таких авторов, как Л. Абалкин, А. Афанасьев, А. Блинов, Н. Иванова, Г. Поляк А. Шулус, Н. Шмелёв.

Дипломной работа состоит из введения, четырех глав, заключения, списка использованных источников.

Объем дипломной работы составляет 83 страницы. При написании дипломной работы использовано 36 литературных источников.

**Фитнес на дому**



<http://учебники.информ2000.рф/fit1.shtml>

1. Комплексное исследование товарного рынка

.1 Сущность и содержание рынка потребительских товаров

Рынок как экономическая категория товарного производства представляет собой сферу товарно-денежного обращения и охватывает совокупность конкретных отношений и связей между производителями и потребителями товаров. Формы рыночных отношений проявляются в количественных и качественных отношениях основных элементов рынка: спроса, предложения и цены. Под воздействием этих элементов формируются пропорции между производством и потреблением. Взаимосвязь элементов рынка товаров народного потребления представлен на рисунке 1.1.



Рисунок 1.1 - Взаимосвязь элементов рынка товаров народного потребления, [3, c. 29].

Потребительский рынок обслуживает в основном сферу личностного потребления населения. Он представляет собой сложную систему. Состав и структуру потребительского рынка можно классифицировать по различным признакам:

- по региональному признаку;

- по назначению (рынок продовольственных, непродовольственных товаров, товаров культурно-бытового назначения и хозяйственного обихода);

по каналам реализации товаров.

Это позволяет в составе всего потребительского рынка выделить рынки регионов отдельных товаров для анализа их развития и достижения пропорциональности спроса и предложения как в целом по стране, так и по регионам, по отдельным товарам, а также целенаправленно формировать структуру потребления товаров населением страны.

Потребительский рынок характеризуется, прежде всего, долей в его составе продовольственных и непродовольственных товаров. В свою очередь каждая из этих составляющих товарооборота подразделяется на отдельные товарные группы. Например, в составе продовольственных товаров выделяются хлеб и хлебобулочные изделия, мясо и мясопродукты, кондитерские изделия и т.д. Дальнейшая структура каждой группы представляет ассортимент товаров (например, хлеб белорусский, хлеб бородинский, батон и т.д.).

Для рынка продовольственных товаров характерны следующие специфические черты:

- широкая взаимозаменяемость товаров по своему функциональному назначению, что обуславливает отсутствие отлаженного спроса;

- сезонность производства ряда продовольственных товаров, что вызывает существенные колебания реализованного спроса;

более широкие связи между торговлей и производством;

совпадение в основном срока производства товаров с их потреблением;

ограниченность срока хранения ряда продуктов питания.

Рынок непродовольственных товаров отличается более широким ассортиментом, высокой степенью обновления, существенным изменением спроса под воздействием моды, отсутствием естественных ограничений размеров потребления товаров, выраженной индивидуальностью в спросе населения, более четким разграничением товаров по функциональному назначению, более высокими требованиями населения к ассортименту и качеству товаров.

Для рынка товаров культурно-бытового назначения и хозяйственного обихода характерны:

- более длительные сроки потребления;

- отложенный спрос населения на отдельные изделия;

ярко выраженное влияние НТП и жилищных условий населения;

общественный характер использования многих предметов;

организация дополнительных услуг по эксплуатации многих изделий, торговля запасными частями.

Эти особенности обуславливаются своеобразием подходов к прогнозированию спроса и формирования структуры товарооборота. Например, нельзя определять перспективы развития спроса, не располагая данными о наличии товаров длительного пользования населения.

В переходный период потребительский рынок приобретает различные формы, появляются новые каналы реализации товаров населению.

По каналам реализации товаров потребительский рынок можно подразделить на: организованный и неорганизованный. Организованный рынок - охватывает реализацию товаров через официально зарегистрированную торговую сеть магазинов, палаток, киосков, организаций общественного питания всех форм собственности. К этой категории относится также реализация товаров населению непосредственно производящими организациями и организациями, а также осуществляющими реализацию товаров, полученных по обменным операциям и торговым сделкам, колхозами и совхозами непосредственно из собственных хозяйств. Неорганизованный рынок - охватывает реализацию частными лицами, занимающимися предпринимательской деятельностью, товаров как произведенных в республике, так и привезенных из стран ближнего и дальнего зарубежья в порядке свободной торговли в специально отведенных местах (стадионах, вещевых и смешанных рынках и т.д.) либо на улицах, площадях и других местах.

Важнейшим элементом рынка является спрос. Спрос - платежеспособная потребность, которую предъявляют покупатели на рынке для реализации своих интересов. Спрос всегда конкретен, имеет количественную и качественную определенность. В то же время спрос подвижен и изменчив. В определенных условиях он может переключаться с одних товаров на другие.

Потенциально возможный объем спроса на все товары или на конкретный товар принято называть действительным спросом. Он измеряется тем количеством денежных средств, которые могут выделить покупатели для приобретения всей массы товаров или конкретного товара при установленном уровне цен. Однако не все денежные средства, предназначенные для покупки товаров, реализуются на рынке. Часть их по разным причинам остается у покупателей, а часть действительного спроса не находит удовлетворения. В связи с этим спрос, являясь платежеспособной потребностью, может принимать различные формы.

Выделяют реализованный, неудовлетворенный, формирующийся и ажиотажный спрос.

Реализованный спрос - это спрос, завершающийся покупкой товара. Он составляет основную часть действительного спроса и измеряется суммой денежных средств, израсходованных на покупку товаров, или объемом реализованных на рынке товаров. Показателем реализованного спроса служит товарооборот розничной торговли. Он показывает, какие потребности в товарах и какая их часть за определенный промежуток времени удовлетворены в обществе. Вместе с тем часть потребностей не принимает форму спроса, а удовлетворяется за счет общественных фондов потребления и поступлений от личного подсобного хозяйства для личного потребления. Поэтому спрос более узок, чем потребность.

Неудовлетворенный спрос - это часть фактически предъявляемого населением спроса, которая в тот или иной момент не была реализована в связи с низким качеством товара, высокой ценой или отсутствием товара в продаже.

Оценка неудовлетворенного спроса необходима для правильного расчета объема и структуры спроса на товары. Основой его определения являются материалы специального обследования.

Формирующийся спрос представляет собой совокупность новых требований, предъявляемых покупателями к потребительским свойствам, качеству и внешнему оформлению товаров, способных повлечь за собой необходимость существенной перестройки производства и торгового ассортимента. Величина формирующегося спроса оценивается путем специальных обследований, опросов покупателей и другими способами.

Ажиотажный спрос характерен для тех товарных групп, по которым существует дефицит.

Влияние указанных групп факторов на формирование спроса неодинаково. Наиболее значимые факторы, определяющие спрос на товары, представлены на рисунке 1.2.



Рисунок 1.2 - Факторы, определяющие спрос на товар, [3, c. 41].

Спрос формируется под влиянием множества факторов, которые можно объединить в следующие группы:

- социальные: социальная структура общества, уровень развития культуры, мода, профессиональный состав населения и др.;

- экономические: уровень развития производства товаров, денежные доходы населения, уровень розничных цен и их соотношение, соотношение товарной и нетоварной форм потребления, степень обеспеченности населения товарами длительного пользования, состояние торгового обслуживания и др.;

демографические: численность населения, соотношение между городским и сельским населением, его половозрастной состав, размер и состав семьи, миграция населения;

природно-климатические условия, традиции, научно-технический прогресс, способствующий появлению аналогов, возникновению новых видов товаров;

политические факторы, непредвиденные чрезвычайные ситуации.

В целях изучения, формирования и прогнозирования спроса выделяется макро- и микроспрос.

К макроспросу относятся:

- спрос во всей его совокупности, предъявляемый в масштабе всей страны или регионов;

- спрос различных социальных слоев населения - рабочих, служащих, колхозников и в целом городского и сельского населения:

спрос на отдельные группы или виды товаров (продовольственные и непродовольственные товары, а внутри - на укрупненные группы - ткань, обувь, радиотовары и т.д.).

Микроспрос включает:

- спрос населения небольших территориальных единиц;

- спрос различных социальных групп населения (например, по уровню дохода, возрасту, образованию и т.д.);

спрос на отдельные виды и разновидности товаров внутри товарных групп.

Отличительной особенностью покупательского спроса является периодичность или частота его предъявления. В соответствии с этим спрос подразделяется на повседневный (на продовольственные товары), периодический (на непродовольственные товары), редкий (на товары длительного пользования), импульсивный, возникающий под влиянием товарного предложения или в силу подражания моде.

Существуют две формы удовлетворения спроса: индивидуальная и коллективная. При индивидуальной форме каждый потребитель сам принимает решение о покупке товаров в зависимости от наличия денежных средств; при коллективной вид и количество товаров для покупки определяются группой потребителей или формируются централизованно.

Наблюдается следующая закономерность в изменении спроса. С увеличением доходов расширяются масштабы и изменяется структура спроса на продукты питания. Население, преимущественно его обеспеченные слои, предъявляет все больший спрос на продукты животноводства, сахар, овощи и фрукты. По мере удовлетворения определенного минимума потребностей сростом доходов лучшее по питательной ценности продовольствие вытесняет худшее, а когда потребности в продовольствии удовлетворены, каждая дополнительная прибавка в доходе идет на непродовольственные товары.

Спрос населения на товары народного потребления характеризуется объемом и структурой. Объем спроса представляет собой сумму денежных средств, которую население обменивает на товары. Он определяется величиной покупательных фондов населения, а в условиях ненасыщенного рынка также размером неудовлетворенного спроса населения. Структура спроса характеризует соотношение отдельных товарных групп в розничном товарообороте, связанных с их значимостью в удовлетворении разумных потребностей населения, степенью дополняемости и заменяемости товаров в процессе реализации и потребления.

Важным элементом рынка является предложение.

Под товарным предложением следует понимать количество и качество товара, которое находится на рынке или может быть доставлено на него. Производители, представляя на рынок определенное количество товара, стремятся реализовать продукт труда таким образом, чтобы возместить затраты и получить максимальный доход.

Объем и состав товарного предложения непосредственно зависят от производства. Однако предложение и произведенная в обществе продукция в каждый конкретный момент не совпадают ни по объему, ни по составу. Это зависит от ряда причин. Например, форму товарного предложения не принимает часть произведенной сельскохозяйственной продукции, которая идет на нужды личного потребления товаропроизводителей и образование семенных, фуражных и других фондов. Существенное влияние оказывают также экспорт и импорте товаров. В частности, экспорт уменьшает предложение товаров на внутреннем рынке по сравнению с производством, а импорт, наоборот, увеличивает его.

Таким образом, предложение можно рассматривать как результат производственной деятельности в виде товарной массы, предназначенной для продажи. Компонентами совокупного предложения являются текущее производство, запасы товаров и импорт.

К факторам совокупного предложения следует отнести наличие внутренних ресурсов, издержки производства, уровень цен, импорт и цены на импортные товары, налоги, уровень научных исследований и технологий.

Рост производства, развитие научно-технического прогресса способствуют увеличению предложения товаров на рынке расширению внутренней и внешней торговли.

Спрос и предложение - две взаимообусловленные категории. Предложение формируется под воздействием и с учетом спроса населения, а спрос формируется и реализуется благодаря предложению. Нельзя купить то, что не производится и не предложено на рынке, и бесцельно производить то, что не найдет признания у покупателей. Произведенная продукция может быть реализована в том случае, если она по потребительским свойствам и объему соответствует спросу населения.

Соотношение между спросом и предложением характеризует состояние сбалансированности рынка.

Различают сбалансированность рынка по объему и структуре, в целом по стране и отдельным регионам, по стоимостным и натуральным показателям. Рыночное равновесие является проявлением пропорциональности в развитии экономики.

Степень изменения спроса и предложения под воздействием того или иного фактора характеризует их эластичность.

Эластичность спроса - это понятие, характеризующее степень реакции покупаемого количества товара на колебание его рыночной цены, доходов населения. Эластичность предложения характеризует относительное изменение объема производства и предложения товаров в связи с движением его цены на рынке.

Типичные виды зависимости спроса и предложения от цены представлены на рисунке 1.3.



Рисунок 1.3 - Кривая спроса и кривая предложения, [7, c. 78].

Цена, являясь формой выражения стоимости товара, может отклоняться от нее под влиянием спроса и предложения. В то же время она заметно влияет на их соотношение. При повышении цены на товар спрос на него, как правило, снижается, а при снижении - повышается. Предложение меняется в прямой зависимости от цены. Цена с увеличением предложения чаще всего снижается, а с увеличением спроса - повышается.

При возрастании цены товара от до Р2 объем его продаж (спрос) уменьшается с Q2 до Qt, а количество товара, предлагаемого к продаже (предложение), увеличивается (рисунок 1.3). При снижении цены проявляется обратная тенденция.

Зависимость спроса от цены по сравнению с зависимостью предложения от цены более подвижна, ибо спрос более эластичен.

Спрос, предложение и цена, являясь главными элементами рынка, находятся в постоянной диалектической связи, которая отражает действие экономического закона спроса и предложения. Но соотношение спроса и предложения формируется не только под влиянием данного закона. Закон спроса и предложения в процессе своего действия интегрирует в себе систему экономических законов. Существенное влияние на его действия оказывает закон, регулирующий количество денег в обращении. Когда в обращении оказывается излишнее количество денег, изменяется и соотношение спроса и предложения.

Сплошные линии показывают прямую зависимость между изменениями величины элементов рынка, пунктирные - обратную.

Важнейшей предпосылкой обеспечения пропорциональности между спросом и предложением является совершенствование практики изучения и прогнозирования спроса и взаимоотношений торговли с промышленностью и сельским хозяйством.

Развитие рынка товаров народного потребления характеризует емкость рынка. Это главный параметр рынка.

Под емкостью рынка понимают возможный объем реализации товаров в течение определенного отрезка времени. Спросопределяет емкость рынка, т.е. ту часть товарного предложения, которая может быть реализована в обмен на платежные средства населения при данном уровне цен, объемы и натурально-вещественную структуру производства и потребления товаров. Емкость рынка можно определить по формуле (1.1):

 (1.1)

где Ер - емкость рынка; H - национальное производство данного товара в стране;

Опр - остаток товарных запасов на складах организаций-изготовителей;

И, Э - импорт, экспорт;

Ик, Эк - косвенный (товар используется в другом изделии) импорт и экспорт соответственно;

Сп, Уп - снижение, увеличение запасов товаров у потребителей (продавцов) соответственно.

Емкость рынка рассчитывается как в денежном, так и в натуральном выражении. Зная емкость рынка и тенденции ее изменения, производитель получает возможность оценить перспективность того или иного рынка для себя. Емкость рынка изменяется в зависимости от изменения платежеспособного спроса, товарного предложения и розничных цен. Это важный показатель для оценки величины товарооборота, размера необходимых товарных ресурсов, уровня и соотношения цен на товары. При возрастании денежных доходов населения возрастают платежеспособный спрос и определяемая им емкость рынка.

С целью принятия решений по управлению рынком необходимо изучать его конъюнктуру. Конъюнктура рынка - это совокупность конкретных экономических, социальных, политических, организационных и других условий, определяющих в каждый данный момент соотношение спроса и предложения. В экономическом смысле конъюнктура характеризует хозяйственную ситуацию на рынке под влиянием действующих процессов и явлений.

При изучении конъюнктуры рынка ставится задача не только определить его состояние на тот или иной момент, но и предсказать, как он будет развиваться дальше. Прогноз конъюнктуры рынка дает возможность своевременно вырабатывать меры по развитию позитивных тенденций.

Потребительский рынок представляет собой гибкую систему прямых и обратных связей между производством и потреблением. Его проблемы связаны с отношениями, которые зарождаются в сфере производства и проявляются в сфере обращения. Важнейшей характеристикой эффективности функционирования рынка является степень сбалансированности структурно-объемного и качественно-ассортиментного спроса и предложения.

Следует отметить, что для второй половины 40 - конца 80-х годов характерными тенденциями были снижение доли продовольственных и увеличение доли непродовольственных товаров в объеме товарооборота. Подобные тенденции наблюдаются в развитых зарубежных странах. Однако с начала 2000-х годов в странах СНГ произошло резкое увеличение доли продовольственных товаров в объеме товарооборота.

Функционирование потребительского рынка, как и других сфер экономики, в переходный период осуществляется под воздействием государства. Управление спросом и предложением требует проведения многовариантных прогнозных разработок.

Социально-потребительский комплекс объединяет производство материальных благ и услуг для населения и включает торговлю и общественное питание, бытовое обслуживание населения и жилищно-коммунальное хозяйство. Особенность его функционирования состоит в том, что через субъекты хозяйствования (организации, организации, фирмы и др.) осуществляется доведение до населения товаров и услуг.

На предыдущих этапах социально-экономического развития страны производство услуг в отраслях социально-потребительского комплекса осуществлялось преимущественно на платной основе, внедрялся хозяйственный расчет и другие экономические формы. Вот почему адаптация данного комплекса к рыночным условиям хозяйствования проходит относительно более успешно, чем социально-культурного комплекса.

Отрасли социально-потребительского комплекса тесно взаимосвязаны друг с другом и населением, что определяет их территориальную организацию.

Такие отрасли, как внутренняя торговля и общественное питание, бытовое обслуживание населения и жилищно-коммунальное хозяйство производят примерно 15,0 % валового внутреннего продукта; еще больше их доля в общей численности занятых в экономике Беларуси - почти 19 %. Опыт зарубежных стран показывает, что без успешного развития этих отраслей нельзя создать высокоэффективную рыночную экономику.

.2 Роль торговой отрасли в комплексном исследовании рынка потребительских товаров

Торговля - одна из крупных отраслей экономики Республики Беларусь. Торговля представляет собой обособившуюся на основе общественного разделения труда совокупность организаций, реализующих потребительские товары путем купли-продажи. Расширение торговой деятельности приводит к экономии живого и овеществленного труда, связанного с реализацией товаров, ускоряет оборот общественного продукта, способствует более полному удовлетворению личных потребностей.

Торговля как самостоятельная отрасль национальной экономики позволяет освободить товаропроизводящие отрасли от необходимости самостоятельно реализовывать произведенное, что привело бы к распылению и неэкономичному использованию материальных, трудовых и финансовых ресурсов. Ориентация торговли на реализацию товаров создает объективные предпосылки для ускорения товарооборачиваемости, уменьшения времени пребывания товаров в сфере обращения, что дает большой народнохозяйственный эффект. Этому способствуют создание специальной материально-технической базы (складская и торговая сеть, специальные транспортные средства), разработка специальных технологических процессов (по транспортировке, хранению, подготовке к продаже товаров и др.), подготовка специалистов.

Управление государственной торговлей осуществляет Министерство торговли Республики Беларусь, в потребительской кооперации - Белорусский республиканский союз потребительских обществ. Они проводят в жизнь государственную политику в сфере торговли и общественного питания, осуществляют контроль за исполнением законодательства о торговле и рекламной деятельности. Торговые организации и организации действуют также в системе ряда других министерств и ведомств (Министерства обороны, Белорусской железной дороги и др.), местных исполнительных и распорядительных органов.

Торговля делится на внутреннюю и внешнюю. Внутренняя торговля осуществляет реализацию товарной продукции ни внутреннем рынке страны. Она охватывает оптовую и розничную торговлю. Именно розничная торговля завершает процесс товарного обращения, так как с ее помощью товары, произведенные в других отраслях экономики, доводятся до потребителей.

Рынок потребительских товаров представляет собой часть экономического рынка, но наиболее социально значимую, поэтому он должен регулироваться и быть предметом управления администрации всех уровней. Именно этот рынок нуждается в первоочередном изучении, так как, не зная состояния, закономерностей его развития, способы сбалансирования спроса и предложения на нём, формы проявления интересов субъектов рынка невозможно его регулировать.

Рассмотрим динамику основных показателей розничной торговли в целом по Республике Беларусь. Данные представлены в таблице 1.1.

По данным таблицы 1.1 видно, что розничный товарооборот в целом за 2005-2011 г. вырос в 6,18 раз, в том числе за последние два года - в 2,86 раз это связано с инфляцией вызванной девальвацией курса национальной валюты в 2009 г. и в 2011 г., а не с физическим ростом товарооборота, в сопоставимых ценах рост за последние два года - 27,6 %. Вместе с тем увеличилось число объектов розничной торговой сети - в целом за анализируемый период на 20,7%, в том числе за последние два года - на 4,7%.

Таблица 1.1 - Основные показатели розничной торговли в Республике Беларусь за 2005-2010 годы.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатель | Год | | | | | | | Темп роста, % 2010 г. к 2005 г. |
|  | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 |  |
| Розничный товарооборот: |  |  |  |  |  |  |  |  |
| в фактически действовавших ценах, млрд. р. | 25230 | 31062 | 38168 | 50651 | 54736 | 68136 | 109341,3 | 618,51 |
| в сопоставимых ценах, в % к предыдущему году | 110,4 | 111,5 | 120,0 | 117,4 | 114,8 | 120,5 | 107,1 | 97,01 |
| Число объектов розничной торговой сети (на конец года), тыс. | 31,3 | 32,8 | 34,2 | 35,4 | 36,1 | 37,8 | 37,4 | 119,41 |
| Число объектов промышленности (на конец года), тыс. | 9,0 | 10,0 | 10,5 | 10,8 | 11,1 | 11,6 | 11,56 | 128,44 |

Комплексное исследование всех составляющих рынка позволяет оценить его состояние и наметить перспективы развития.

В таблице 1.1 представлена структура розничного товарооборота за 2005-2011 годы.

К особенностям этого пятилетия следует отнести продолжение положительной тенденции улучшения структуры розничного товарооборота.

Таблица 1.2 - Структура розничного товарооборота за 2005-2011 годы, млрд. р.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатель | Год | | | | | | | Темп роста, % 2011 г. к 2005 г. |
|  | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 |  |
| Розничный товарооборот - всего | 17678 | 19452 | 25230 | 31062 | 38168 | 50915 | 109341,3 | 618,51 |
| В том числе продовольственные товары | 10235,5 | 9422,3 | 9068,8 | 8715,2 | 8573,8 | 8379,3 | 65823 | 643,08 |
| Удельный вес продовольственных товаров в розничном товарообороте, % | 57,9 | 53,3 | 51,3 | 49,3 | 48,5 | 47,4 | 60,3 | 104,14 |
| Мясо и мясопродукты | 3082,5 | 3275,1 | 3535,9 | 3816,1 | 4312,193 | 4655,99 | 5211 | 169,05 |
| Молоко и молочные продукты | 1312,4 | 1615,3 | 1743,9 | 1882,1 | 2126,773 | 2436,88 | 3214 | 244,89 |
| Яйца | 219,1 | 236,4 | 258,5 | 279,0 | 315,27 | 364,85 | 758 | 345,96 |
| Рыба и рыбопродукты | 717,4 | 773,9 | 846,5 | 913,6 | 1032,368 | 1153,99 | 2211 | 308,19 |

Изменения в структуре продаж непродовольственных товаров. Более высокими темпами, чем продажа товаров легкой промышленности, будет возрастать продажа товаров культурно-бытового и хозяйственного назначения. При этом ожидаются более высокие темпы роста продаж технически сложных товаров бытового назначения (радио- и телеаппаратуры, бытовой техники), автомобилей, строительных материалов и т.п.

Рассмотрим изменение структуры розничного товарооборота за 2005-2011 годы (рисунок 1.4).



Рисунок 1.4 - Структура розничного товарооборота Республики Беларусь за 2005-2011 гг., [23, с. 76].

Доля непродовольственных товаров, соответственно, увеличивалась, то есть, экономический рост в республике, отмечавшийся до 2010 года, способствовал повышению благосостояния людей и обеспечивал возможность увеличить потребление непродовольственных (в том числе и более дорогостоящих) товаров, в 2011 году произошло изменение этой тенденции в сторону роста количества продовольственных товаров из-за понижения реальных располагаемых доходов населения.

В 2005-2011 годах в развитии потребительского рынка продолжились положительные тенденции, определившиеся еще в 1996-2000 г. Производство потребительских товаров (основной источник предложения на внутреннем потребительском рынке) за 2005-2011 годы выросло на 48,7 % против прогнозных 42-47 %, в том числе продовольственных товаров - соответственно на 43,9 % против 39-44 % и непродовольственных товаров - соответственно на 54,3 % против 46-52 % по прогнозу. Реальные денежные доходы населения повысились на 77,2 % против 58-63 % по прогнозу. Это способствовало росту платежеспособного спроса населения на товары и услуги, динамичному развитию внутреннего потребительского рынка. При росте продажи непродовольственных товаров в сопоставимых ценах в 2011 году на 31,3 %, реализация продовольственных товаров выросла на 12 %, в результате удельный вес продажи непродовольственных товаров повысился на 2 % -ных пункта по сравнению с 2009 годом и составил 47,01 % в общем объеме розничного товарооборота, а доля продажи продовольственных товаров соответственно снизилась до 43,9 % (прогноз - 56,4 %). В 2011 году потребление мяса и мясопродуктов на душу населения составило 66 килограмм, или 96 % рациональной нормы, молока и молокопродуктов - 281 кг, или 90,2 %, яиц - 303 штук, или 113,9 %. Аналогичная ситуация сложилась и по обеспеченности населения товарами длительного пользования. Показатель наличия на 100 семей товаров длительного пользования возрос в 2009 году по телевизорам до 130 штук против 119 в 2000 году, холодильникам до 102 штук против 98, стиральным машинам до 176 штук против 71, легковым автомобилям до 55 штук против 43. Высокие темпы развития розничного товарооборота в немалой степени достигнуты благодаря благоприятной экономической ситуации, сложившейся в республике и в первую очередь за счет роста реальных денежных доходов населения, обеспечения своевременной выплаты заработной платы, а также наращивания объемов производства отечественных товаров. В результате по многим товарным позициям потребительский рынок республики в 2011 году обеспечивался в основном за счет продукции отечественного производства. Доля продажи товаров, производимых в республике, в обороте торговой сети составила в 2011 году 79,3 %, в том числе продовольственных - 88,19, непродовольственных - 64,1 %. С учетом проведенной Министерством статистики и анализа экспертной оценки удельный вес продажи товаров отечественного производства в общем объеме розничного товарооборота через все каналы реализации в 2011 году составил 70,2 %, в том числе по продовольственным товарам - 72,2, непродовольственным - 54,3 %. Стимулированию роста объемов продаж товаров отечественного производства способствует постоянно осуществляемая торговыми организациями работа по проведению, в том числе и совместно с организациями-изготовителями, выставок-продаж, расширенных продаж товаров, а также различных рекламных мероприятий - призовых акций, покупательских конференций, демонстраций моделей и других. Практикуется проведение распродаж товаров по сниженным ценам, приуроченных к окончанию сезона, а также в предпраздничные и праздничные дни. Как результат, на внутреннем потребительском рынке удельный вес реализации товаров отечественного производства торговыми организациями составляет по одежде и белью - 76, чулочно-носочным изделиям - 90,9, телевизорам - 99,3, холодильникам и морозильникам - 88,3 %. В целях сдерживания инфляционных процессов на внутреннем потребительском рынке принимаются меры по недопущению необоснованного роста розничных цен.

Органами управления торговлей местных исполнительных и распорядительных органов ведется еженедельное отслеживание цен на важнейшие продовольственные и непродовольственные товары. На особом контроле находится соблюдение прогнозного уровня инфляции на плодоовощную продукцию. В целях недопущения роста розничных цен торговые организации были вынуждены применять торговые надбавки ниже установленных размеров. Реализация комплекса мер по финансовому оздоровлению организаций отрасли позволила улучшить их положение, что соответственно отразилось на увеличении уровня рентабельности и снижении доли убыточных организаций. Вместе с тем большинство торговых организаций испытывает недостаток собственных оборотных средств. Показатель платежеспособности - обеспеченность собственными оборотными средствами - по сравнению с уровнем 2009 года ухудшился и на 2011 г. составил минус 1,5 % при нормативе 10 %. Удельный вес торговых организаций, не имеющих собственных оборотных средств, увеличился до 54,1 %. Кроме того, у 16 % организаций уровень обеспеченности собственными оборотными средствами ниже норматива.

Торговая площадь магазинов в 2009 году составила 2601 тыс. кв. метров при прогнозе 2566 тыс. кв. метров. Торговая площадь магазинов и торговых центров достигла 3101 тыс. кв. метров. Прирост торговых площадей магазинов и торговых центров по сравнению с 2000 годом составил 15,7 %. Норматив государственного социального стандарта по обслуживанию населения в области торговли обеспечивается в целом по республике, всеми областями и г. Минском. Обеспеченность торговыми площадями в расчете на 1000 жителей составляет 286 кв. метров, или 112,08 % к нормативу. Основным направлением развития розничной торговой сети является увеличение размеров торговых объектов и поддержание оптимального соотношения крупных и небольших магазинов в целях обеспечения их наличия в зоне пешеходной доступности. Однако этот процесс идет недостаточно высокими темпами, причиной которых является неустойчивое финансовое положение большинства торговых организаций, отсутствие внешних инвестиций.

В 2000-2011 годах в республике открыто 8 гипер - и супермаркетов с торговой площадью от 1700 до 6000 кв. метров. Количество магазинов с торговой площадью от 650 кв. метров увеличилось со 171 в 2000 году до 210 в 2009 году, с торговой площадью от 1000 кв. метров соответственно с 81 до 99. С вводом в действие гипермаркетов созданы реальные предпосылки для дальнейшего развития в республике сетевой розничной торговли. В настоящее время ряд крупных торговых организаций республики использует в работе принципы сетевой торговли. К таким организациям можно отнести торговые структуры, работающие под торговой маркой «Рублевский», «Копилка», «Аксис», «Соседи», «Веста», «Витебские продукты», «Ника», - «Продтовары». Осуществлен перевод индивидуальных предпринимателей с открытых рынков в торговые центры, в которых обеспечивается полный комплекс услуг и осуществляется расчетно-кассовое обслуживание. Количество торговых центров в 2011 году составило 205 единиц. В них организовано 13,6 тыс. торговых объектов преимущественно индивидуальных предпринимателей. Кроме того, в республике проведены аттестация рынков и их благоустройство. При этом количество рынков увеличилось с 293 единиц в 2000 до 368 в 2011 году.

В 2001-2011 годах в розничной торговой сети не увеличился уровень применения продажи товаров населению по методу самообслуживания. В этот период с использованием данного метода работало 31,5 % магазинов от их общего количества и 47,5 % от их торговой площади.

Расширяется сфера применения биржевой и электронной торговли, особенно с началом функционирования с середины 2011 года ОАО «Белорусская универсальная товарная биржа». По данным Всемирного банка, Республика Беларусь по уровню информационной готовности для развития электронной торговли находится на 59 месте (Россия - на 63, Украина - на 68). Развитию электронной торговли способствовал Закон Республики Беларусь от 10 января 2000 года «Об электронном документе» (Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь, 2000 г., № 7, 2/132). В настоящее время в белорусском сегменте Интернета функционирует более 400 интернет-магазинов. Динамика изменения объёма товарооборота товаров народного потребления в 2005 - 2011 годах представлена в таблице 1.3.

Таблица 1.3 - Динамика изменения объёма товарооборота товаров народного потребления за 2005-2011 гг., млрд. р.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатель | Год | | | | | | | Темп роста, % 2011 к 2005 г. |
|  | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 |  |
| Всего | 12160 | 14971 | 18664 | 25762 | 29883,9 | 33768,8 | 43514 | 357,8 |
| Промышленные товары | 375,7 | 490,7 | 617,4 | 745,6 | 864,8 | 977,3 | 1259,2 | 335,1 |
| сельскохозяйственные | 201,5 | 286,3 | 364,3 | 429,6 | 498,3 | 563,1 | 725,5 | 360,1 |
| строительные | 432 | 561,2 | 707,7 | 856,9 | 994,1 | 1123,2 | 1447,3 | 335,1 |
| Услуги транспорта | 389,5 | 518,8 | 661,6 | 767,2 | 889,9 | 1005,6 | 1295,7 | 332,6 |
| Услуги связи | 408,5 | 543 | 651,4 | 782,8 | 908,1 | 1026,1 | 1322,1 | 323,5 |
| Оборудование торговли | 361,6 | 482,4 | 612,8 | 750,5 | 870,5 | 983,7 | 1267,5 | 350,5 |
| Информационно-вычислительные | 466 | 592 | 758,1 | 907,2 | 1052,3 | 1189,1 | 1259,2 | 270,2 |
| Хозяйственные | 342,5 | 454,4 | 563,5 | 657,8 | 763,1 | 862,2 | 1110,9 | 324,3 |
| Образование | 291,3 | 399,4 | 492 | 548,1 | 635,7 | 718,4 | 925,7 | 317,7 |
| Культура | 271,1 | 372,3 | 462,9 | 535,1 | 620,7 | 701,4 | 903,7 | 333,3 |
| Искусство | 293,8 | 403,2 | 501,1 | 577 | 669,3 | 756,3 | 974,5 | 331,7 |
| Научное обслуживание | 456,7 | 620,8 | 782,8 | 994,5 | 1153,6 | 1303,6 | 1679,6 | 367,8 |
| Одежда и обувь | 994,5 | 986,1 | 1041,4 | 1200,1 | 1392,1 | 1573,1 | 2026,9 | 203,8 |

Таким образом, по всем группам товаров наблюдается значительный рост в исследуемом периоде, что связано с увеличением благосостояния населения страны, ростом объемов производства продукции. Тем не менее, на номинальный рост в этом периоде оказывают показатели инфляции в экономике. Так как фактический рост в натуральном выражении ниже, чем в денежном, это говорит о росте цен на единицу продукции.

Сохраняется достаточно высокий удельный вес покупок товаров на рынках, в киосках и другой мелкорозничной торговой сети из-за более низкого уровня цен на товары. Следовательно, доля продажи товаров отечественного производства в общем объеме розничного товарооборота розничной торговой сети 2011 г. Увеличились по всем наименованиям, что связано с ростом реальных доходов населения, количеством реализованной продукции, ростом объема производства в стране.

В соответствии с Программой социально-экономического развития Республики Беларусь развитие торговли в прогнозном периоде будет направлено на стабильное обеспечение платежеспособного спроса различных категорий населения на высококачественные товары широкого ассортимента преимущественно за счет отечественного производства при высоком уровне обслуживания, а также увеличение сопутствующих услуг.

Для достижения этой цели предусматривается:

повышение конкурентоспособности и улучшение условий реализации отечественных товаров;

развитие инфраструктуры товарных рынков;

совершенствование методов организации торговли;

обеспечение эффективного взаимодействия торговли с другими отраслями народнохозяйственного комплекса.

Для решения этих задач важное значение придается созданию крупных конкурентоспособных структур в сфере торговли. Основным направлением в развитии розничной торговой сети будет укрупнение размеров магазинов, развитие таких их типов, как гипер- и супермаркеты. До 2015 года предстоит ввести 45 крупных объектов с торговой площадью от 1,5 тыс. кв. метров и более, в том числе 33 гипер- и супермаркета, строительство которых будет осуществляться во всех областях республики. Укрупнению торговых структур будет способствовать формирование сетевых технологий торговли и применение франчайзинга.

Важное направление развития торговой сети в прогнозном периоде - формирование системы так называемых «удобных магазинов“, расположенных в радиусе пешеходной доступности и торгующих ассортиментом продовольственных и непродовольственных товаров первой необходимости, а также сети дисконтных магазинов (магазинов самообслуживания, реализующих товары по более низким ценам за счет сокращения затрат на их хранение и продажу).

Предполагается расширение фирменной торговли и совершенствование ее функционирования, формирование сети современных фирменных магазинов в областных и районных центрах, выделение площадей для организации фирменных магазинов в местах, в которых их деятельность может быть наиболее эффективной (в центре города, вдоль оживленных магистралей и т.п.).

Возрастет роль оптовой торговли в формировании товарных ресурсов, в том числе за счет развития крупных специализированных оптовых баз. Предусматривается создание и развитие оптовых продовольственных рынков, оптовых ярмарок, товарных бирж и аукционов. Более высокими темпами будет развиваться рыночная инфраструктура, обеспечивающая потребности малого и среднего предпринимательства (магазины-склады и т.д.).

Будет продолжена работа по переводу торговых мест продавцов с открытых рынков, на которых продаются в основном импортные товары, в помещения, обеспечивающие надлежащие условия продажи товаров и обслуживания покупателей, в том числе перевод индивидуальных предпринимателей с открытых рынков в торговые центры и иные обустроенные помещения, в которых покупателям предоставляется полный комплекс услуг и осуществляется расчетно-кассовое обслуживание.

В системе потребительской кооперации особое внимание будет уделяться улучшению торгового обслуживания жителей сельской местности, обеспечению их социально значимыми товарами, расширению ассортимента и повышению качества обслуживания. В магазинах потребительской кооперации предусматривается предоставление скидок и бонусов.

В сельской местности будет возобновлена работа порядка 600 ранее закрытых магазинов в малых населенных пунктах, дополнительно открыто 400 торговых объектов, проведены реконструкция и ремонт, 160 магазинов будет переведено на новые формы обслуживания. В итоге сформируется устойчивая система обеспечения сельских жителей товарами расширенного ассортимента с повышением качества торгового обслуживания.

Удельный вес магазинов, работающих по методу самообслуживания, в общем количестве магазинов будет не менее 70 %. Предполагается быстрый рост количества магазинов, оснащенных платежными терминалами и автоматизированными комплексами. Намечается расширение продажи отечественных товаров в кредит и по безналичному расчету, в том числе с применением пластиковых карточек, организация торговли по образцам, заказам и каталогам.

Улучшению торгового обслуживания потребителей, увеличению реализации товаров и услуг будет способствовать развитие электронной торговли. Предусматривается формирование инфраструктуры электронного бизнеса, включающей республиканские и региональные информационные системы и сети, региональные информационно-маркетинговые центры. Будет продолжена работа по обеспечению эффективного взаимодействия всех элементов данной инфраструктуры (системы сбора, обработки и хранения информации, технических решений, программного обеспечения и т.д.).

Объем розничного товарооборота в 2015 году увеличится по сравнению с 2010 годом на 57 - 65 %. Улучшению качественной структуры товарооборота и формированию рациональных потребностей человека будет способствовать дальнейший рост удельного веса непродовольственных товаров в общем объеме розничного товарооборота, который возрастет с 45% в 2010 году до 50-51 % в 2015 году. В объеме реализации продовольственных товаров увеличится доля продуктов питания и сократится доля алкогольных напитков.

Важное значение для продвижения белорусских товаров на зарубежные рынки имеет поэтапное вступление Беларуси во Всемирную торговую организацию (ВТО), что потребует дальнейшего совершенствования и унификации договорно-правовой базы. Намечено расширение участия иностранных инвесторов в формировании белорусского потребительского рынка. Будут развиваться экономические связи со странами СНГ, в том числе предусматривается создание в этих странах торговой сети Республики Беларусь, состоящей из торговых центров, имеющих консигнационные склады, розничные и оптовые торговые организации. В целях наращивания экспортных поставок продукции в Российскую Федерацию предполагается дальнейшее развитие сбытовой сети в ее регионах.

Для выработки мер государственного воздействия на спрос и предложение необходимо осуществлять анализ экономических условий приобретения единицы продукции по различным секторам товарного рынка. Особая значимость должна придаваться анализу соотношения цен спроса и предложения на внутриреспубликанском рынке в предшествующих и прогнозируемом периодах, соотношения внутренних и мировых цен, таможенных пошлин по странам ближнего и дальнего зарубежья, транспортных расходов, налогов, наценок торговых посредников, курса валюты и т.д. Должна осуществляться оценка емкости республиканского рынка для поступления товаров из-за рубежа, емкости внешнего рынка для республиканской продукции. Необходимо проводить анализ существующего положения на рынке, спроса и предложения, соотношения государственного и негосударственного секторов экономики в реализации продовольственных и непродовольственных товаров, потребления важнейших товаров и др.

Расширение емкости внутреннего потребительского рынка возможно путем увеличения платежеспособного спроса на отечественные товары и повышения их конкурентоспособности. Этого можно добиться повышением качества товаров и снижением цен на них.

Система экономического и организационного воздействия на рынок потребительских товаров по своему содержанию должна включать формы и методы прямого и косвенного государственного регулирования, обеспечивать возможность самостоятельной производственно-коммерческой деятельности всех звеньев производственно-потребительского комплекса, повышения их активности по обновлению товаров.

Роль государственного регулирования повышается в результате интеграции экономики республики в мирохозяйственные связи.

Следует отметить, что насыщение рынка товарами народного потребления и сбалансированность между спросом и предложением возможны при отработанном механизме взаимодействия макро- и микроуровней.

2. Анализ cостояния предложения трикотажных изделий на рынке республики Беларусь

.1 Промышленное производство трикотажных изделий

Основной предпосылкой развития текстильной отрасли Республики Беларуси является наличие собственного сырья, в частности льноволокна.

Население Беларуси с давних времен использовал лен, хлопок, овечью шерсть в качестве сырья для производства текстильных материалов. Постепенно росли теоретические познания человечества о ткачестве, а также практические технологические механизмы обработки полуфабрикатов и получения текстильных изделий. Появлялись ткацкие фабрики.

Долгое время в Беларуси имела место кустарная промышленность даже в крупных городах, как Минск, Гомель, Витебск, Слуцк, в местечке Дубровно и многих других. В швейной, текстильной, чулочно-трикотажной промышленности кустарным способом производилось тканье полотен, выделка сукон и т.д. Кустарные мастерские работали преимущественно по заказам крупных магазинов и оптовых торговцев, обороты которых достигали сотен тысяч рублей [4, с. 26-27].

В экономике дореволюционной Беларуси, хотя и очень слабо, но нашли уже место даже некоторые элементы монополистического капитализма (вхождение отдельных организаций в общероссийские синдикаты, образование соглашений между предпринимателями, регулировавших условия продажи товаров, усиление роли банков и моменты сращивания их с промышленностью), указывающие с одной стороны, на общность в хозяйственном развитии дореволюционной Беларуси и России в целом, с другой - зависимое положение развивавшейся белорусской промышленности и всего хозяйства от российских и банковских объединений, а также иностранного капитала, игравшего огромную роль в экономике царской России.

На протяжении всего ХХ века текстильная промышленность была одной из ведущих отраслей специализации промышленного комплекса. Для этого в республике были созданы в целом благоприятные условия. Развитие отрасли базировалось на наличии собственного сырья (льноволокна, химических волокон); обеспеченности высококвалифицированными кадрами, в том числе женской рабочей силой, спрос на которую в легкой промышленности является преобладающим; емкого рынка потребления как в Беларуси, так и в соседних регионах. Все это не могло не сказаться и на особенностях территориальной организации отрасли - организации размещены во всех регионах страны.

Однако с 1991 г. наблюдался резкий спад объемов производства продукции отрасли. И хотя после 2005 г. начался период увеличения выпуска большинства изделий, производство важнейших видов продукции не достигло уровня 1991 г.

В перспективе текстильная отрасль как часть легкой промышленности Беларуси ориентируется как на максимально возможное удовлетворение платежеспособного спроса на внутреннем рынке, так и на достижение наибольших результатов на внешних рынках.

Перед отраслью ставится задача уменьшить зависимость от импортных поставок сырья и материалов за счет увеличения производства в республике льноволокна, разработки новых видов химических волокон и нитей, красителей. В этой связи намечено внедрить технологии производства текстильных и трикотажных материалов на основе нового текстильного сырья, создаваемого организациям и химической промышленности республики с улучшенными гигиеническими свойствами. Обновление технической базы производства в текстильной отрасли предусматривается вести с использованием новых технологий и технологических решений главным образом за счет собственных средств организаций

В настоящее время в легкой промышленности Республики Беларусь самой крупной по объему выпускаемой продукции и числу занятых рабочих является текстильная промышленность, объединяющая производство всех видов тканей, трикотажа, валяльно-войлочных и других изделий на основе волокнистого сырья. Доля производства трикотажа в выпуске валовой продукции отрасли составляет 44,1%, в численности занятых - 43,0. в стоимости основных фондов - 61,7% [5, c. 239].

В настоящее время в Беларуси насчитывается свыше 11 организаций текстильной промышленности. Среди них по производству трикотажа ориентированы такие крупные, как РУП «Барановичское производственное хлопчатобумажное объединение», ОАО «Камволь» и ОАО «Сукно» в Минске, ОАО «Моготекс» в Могилеве, ОАО «Купалiнка» в Солигорске и ряд других организаций. Разработана концепция повышения конкурентоспособности трикотажной продукции. Она включает техническое перевооружение организаций, обновление и расширение ассортимента выпускаемой продукции с учетом местного сырья и спроса покупателей, активизацию поисков рынков сбыта. Намечается также освоение и внедрение прогрессивных технологий при производстве пряж, тканей, трикотажных полотен и т.д.Technologies AG с определением соответствия продукции мировым стандартам, позволяющих снизить проблемы ухода за изделиями и поддерживать интерес к качественным тканям.

ОАО «Купалинка» - одно из организаций концерна «Беллегпром» по производству бельевого и верхнего трикотажа для взрослых и детей с полным производственным циклом от момента поступления на предприятие пряжи различного сырьевого состава, вязания, крашения и отделки трикотажных полотен, раскроя и пошива трикотажных изделий и отгрузки потребителю. Сырьевую базу ОАО «Купалинка» составляют высококачественная гребенная пряжа, модифицированные эксклюзивные виды искусственных волокон высокого качества. Два раза в год на предприятии утверждаются две новые коллекции «Осень-Зима» и «Весна-Лето» по 400-500 единиц модного и классического ассортимента. Из них ежемесячно запускается в производство 40-50 новых моделей. Всего в промышленной коллекции организации 1200-1300 наименований моделей.

На ОАО «Моготекс» действует система менеджмента качества, соответствующая требованиям международного стандарта ИСО 9001-2000, что подтверждено Сертификатом Госстандарта Республики Беларусь и сертификатом TUV CERT (Германия). Вся продукция ОАО «Моготекс» соответствует действующим техническим нормативно-правовым актам, разрешена к применению Министерством здравоохранения Республики Беларусь и имеет удостоверения о государственной гигиенической регистрации Республики Беларусь. Постоянные заказчики продукции ОАО «Моготекс» - министерства внутренних дел, министерства по чрезвычайным ситуациям, министерства обороны Республики Беларусь, Российской Федерации, Украины, Казахстана, Молдовы, Армении, Азербайджана, стран Балтии, Монголии, а также такие крупные организации как «Газпром», «Белтрансгаз», «КазМунайГаз» и др. компании нефтегазового комплекса. Продукция ОАО «Моготекс» поставляется в Польшу, Сербию, Черногорию, Чехию, Германию, Финляндию, и другие страны Европы, а также в Монголию.

Экспорт текстильных изделий в 2010 году составил 2,9% всего экспорта Беларуси. Льняные ткани экспортировали в Италию, Нидерланды, США, Австрию, Турцию, трикотажные - в Великобританию, Данию, Германию, Чехию и другие страны [5, с. 241-242].

ОАО «Полесье» более 40 лет является крупнейшим производителем верхних трикотажных изделий для всех возрастных групп, полушерстяной и высокообъемной пряжи трикотажного полотна в Республике Беларусь. В чем преимущества ОАО "Полесье":

- проверенная временем репутация белорусского трикотажа марки "Полесье";

- более 800 наименований ассортимента;

постоянное обновление коллекций;

широкая гамма расцветок;

вся продукция сертифицирована.

В таблице 2.1 представлен сравнительный объем производства основных производителей белорусского трикотажа за 2000-2011 г.

Из таблицы 2.1 видно, что наибольший удельный вес по производству трикотажных изделий занимает ОАО «Полесье» в 2011 г. - 25,1%, удельный вес ОАО «Купалинка» - 21,6%, удельный вес ОАО «Камволь» - 17,4%, удельный вес РУПП «Гронитекс» - 10,1%, удельный вес ОАО «Моготекс» - 10,2%. удельный вес других - 4,9%. По удельному весу рост наблюдается у ОАО «Полесье», ОАО «Камволь», РУПП «Гронитекс» и другие.

Приоритеты в развитии легкой промышленности отдаются организациям, способным в короткий срок улучшить качество продукции по всей технологической цепочке до выпуска конечной продукции. В качестве «точек роста» определены ОАО «Полесье», ОАО «Камволь», Гродненское РУПП «Гронитекс», продукция которых ориентирована преимущественно на экспорт [5, c. 244].

Объем производства продукции трикотажной промышленности в сопоставимых ценах за 2011 г. составил 3,1 трлн. бел. руб. Организации трикотажной промышленности занимают по 9,2 % в общей структуре легкой промышленности по объему производимой продукции и по количеству организаций, также на них приходится 30,7% от всего объема выпускаемой продукции легкой промышленности.

В натуральном выражении в 2011 г. к уровню 2010 г. возросло производство организациям и трикотажных изделий на 11,1 %. Организации выпускают сотни видов продукции, более 5000 наименований. На экспорт поставляется около 50 % продукции. В настоящее время производственные мощности белорусской трикотажной промышленности ориентированы на выпуск тканей, чулочно-носочных изделий, верхней одежды и белья. Трикотажные организации работают во многих городах Беларуси.

Таблица 2.1 - Сравнительный объем производства основных производителей белорусского трикотажа за 2000-2011 гг.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Организации | 2005 г. | | 2006 г. | | 2007 г. | | 2008 г. | | 2009 г. | | 2010 г. | | 2011 г. | | Темп изменения, % |
|  | сумма, млн р. | уд. вес, % | сумма, млн р. | уд. вес, % | сумма, млн р. | уд. вес, % | сумма, млн р. | уд. вес, % | сумма, млн р. | уд. вес, % | сумма, млн р. | уд. вес, % | сумма, млн р. | уд. вес, % |  |
| ОАО «Полесье» | 32,34 | 24,7 | 38,9 | 24,9 | 44,5 | 25,1 | 51,4 | 24,9 | 71,6 | 26,8 | 81,9 | 25,1 | 90,9 | 25,1 | 281,1 |
| ОАО «Моготекс» | 22,65 | 17,3 | 16,1 | 10,3 | 18,08 | 10,2 | 21,3 | 10,3 | 28,3 | 10,6 | 33,3 | 10,2 | 36,9 | 10,2 | 162,9 |
| ОАО «Сукно» | 15,45 | 11,8 | 17,8 | 11,4 | 19,68 | 11,1 | 21,5 | 10,4 | 31,5 | 11,8 | 36,2 | 11,1 | 40,1 | 11,1 | 259,5 |
| ОАО «Купалинка» | 28,28 | 21,6 | 33,3 | 21,3 | 37,41 | 21,1 | 46,1 | 22,3 | 51,6 | 19,3 | 68,8 | 21,1 | 76,3 | 21,1 | 269,8 |
| ОАО «Камволь» | 16,37 | 12,5 | 27,4 | 17,5 | 30,85 | 17,4 | 36,1 | 17,5 | 49,5 | 18,5 | 56,7 | 17,4 | 62,9 | 17,4 | 384,2 |
| РУПП «Гронитекс» | 10,21 | 7,8 | 15,8 | 10,1 | 17,9 | 10,1 | 20,8 | 10,1 | 24,3 | 9,1 | 32,9 | 10,1 | 36,5 | 10,1 | 357,5 |
| другие | 5,63 | 4,3 | 7,04 | 4,5 | 8,86 | 5 | 9,29 | 4,5 | 10,4 | 3,9 | 16,3 | 5 | 18,1 | 4,9 | 321,5 |
| Итого | 130,97 | 100 | 156,6 | 100 | 177,3 | 100 | 206,6 | 100 | 267,4 | 100 | 326,2 | 100 | 361,9 | 100 | 276,3 |

В таблице 2.2 представлены данные о производстве всех видов продукции трикотажной промышленности в 2005-2011 годы.

Таблица 2.2 - Производство всех видов продукции трикотажной промышленности в 2005-2011 гг.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование | Год | | | | | | | Темп роста, % |
|  | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 |  |
| Ткани | 50,1 | 55,4 | 65,0 | 73,0 | 80,5 | 101,1 | 111,3 | 222,1 |
| Чулочно-носочные изделия | 10,1 | 12,2 | 15,0 | 17,4 | 18,4 | 20,1 | 22,2 | 219,8 |
| Бельевые трикотажные изделия. | 11,1 | 12,4 | 12,3 | 14,5 | 15,1 | 15,5 | 16,1 | 145,1 |
| Верхние трикотажные изделия | 59,67 | 76,6 | 85,0 | 101,7 | 153,4 | 189,5 | 194,1 | 325,3 |
| Итого | 130,97 | 156,6 | 177,3 | 206,6 | 267,4 | 326,2 | 343,7 | 262,1 |

В 2011 г. объем производства продукции промышленности составил 343,7 млрд. р., увеличившись по сравнению с 2005 г. в 2,62 раза это свидетельствует о динамичном развитии данной отрасли, следует отметить что данная отрасль экономики Республики Беларусь одна из немногих занимает значительный удельный вес в объеме экспорта 4,4% и формирует положительное сальдо внешней торговли.

Прирост производства продукции трикотажной промышленности в 2011 г. к объему в 2009 г. составил 28,4 %. Для сравнения, данный показатель в 2008 г. составлял 13%, в 2007 г. - 11,6%, в 2006 г. - 11,32%, в 2005 г. - 11,9%, в 2004 г. - сокращение производства на 1,8%, в 2003 г. - 0,9% и в 2000 г. -5,1%. Таким образом, за последние пять лет производство практически всех видов продукции текстильной продукции увеличилось.

На рисунке 2.1 представлены данные об объеме производства трикотажных изделий в Республике Беларусь за 2005 - 2011 г.



Рисунок 2.1 - Объем производства трикотажных изделий в Республике Беларусь за 2005 - 2011 гг.

Основными причинами бурного развития производства трикотажных изделий в Республике Беларусь является улучшение экономической ситуации в стране в 2005-2009 годы, повышение спроса на данную продукцию на внешнем и внутреннем рынках, наличие в Республике больших мощностей трикотажной продукции еще со времен СССР и использование и модернизация этих производственных мощностей позволили динамично увеличивать объем производства, кроме того важными факторами является наличие сырья, а также доведение плановых показателей роста объемов производства доводимых организациям трикотажной промышленности со стороны Беллегпрома, так рост объемов производства должен составлять в исследуемом периоде не менее 10% в год, фактически этот рост составил от 11 до 12 %, следовательно, плановые показатели были выполнены. В кризисном 2011 году темп роста объемов производства сохранился на уровне 11,1 %, кроме того за счет повышения конкурентоспособности по цене произошел рост объемов экспорта.

.2 Экспорт и импорт трикотажных изделий

Повышение эффективности работы трикотажной отрасли будет осуществляться за счет технического переоснащения организаций, внедрения новых технологий, развития кооперационных связей и т.д.

Трикотажная отрасль лишилась комплектующих изделий из бывших республик Советского Союза (в основном стран Балтии) и стран социалистического лагеря, ранее обеспечивающих пятую часть потребностей в фурнитуре, химических материалах и красителях.

В настоящее время необходимость закупок по импорту сырья, материалов, комплектующих обусловлено отсутствием их производства в Республике Беларусь, либо их производством в недостаточном для обеспечения производственной программы объемах, а также несоответствие их качества уровню мировых аналогов.

Основными видами технологического сырья, используемого трикотажными организациями республики, являются волокно хлопковое и шерсть натуральная, которые в республике не производятся.

В настоящее время значительно увеличилась стоимость натуральных волокон - хлопка и шерсти, закупаемых по импорту. Стоимость хлопкового волокна за 2010 г. увеличилась более чем в 3 раза, стоимость шерстяного волокна - на 32 процентных пункта.

По официальным данным за 2011 год, доля импорта трикотажных изделий составляет 33% в общем объеме потребления. Основная доля импорта приходится на трикотаж из Китая, Беларусь, Украину, Вьетнам, Турцию и Польшу. Большинство китайских товаров, продающихся у нас на рынках, не отвечает стандартам безопасности. Белорусские надзорные органы регулярно забраковывают и изымают из оборота опасный китайский ширпотреб. Содержание опасных и вредных веществ в нем превышает допустимые нормы. Как свидетельствует статистика, отечественное производство текстиля давно и безнадежно буксует, несмотря на богатые традиции и необъятность внутреннего рынка. Отечественные швейные фабрики, выпускающие дешевую безмарочную продукцию, не выдерживают конкуренции со странами Юго-Восточной Азии, прежде всего с Китаем. Потребители выбирают более яркие, броские импортные товары, с хорошо подобранной фурнитурой, но при этом низкого качества пошива. Основная доля (62%) белорусского производства приходится на бельевой трикотаж, что объясняется стабильным платежеспособным спросом населения. Доля верхних изделий в общем объеме трикотажного производства составляет 38%.

Если рассматривать рынок с учетом производства чулочно-носочных изделий, то этот сегмент занимает самую большую долю рынка (68%, 251 млн. штук в 2011 г.), а бельевой и верхний трикотаж 22% и 11% соответственно (более 130 млн.штук в 2011 г.) [17]. Для сравнения, распределение трикотажного производства в СССР было неколько иным - 51% чулочно-носочные изделия, 33% бельевой трикотаж и 16% верхний трикотаж (по данным за 1975 год).

Трикотажные изделия по праву можно считать товарами первой необходимости, спрос на которые существует постоянно. Можно сказать, что сейчас происходит трикотажный бум, идет возврат к хлопку, мягким трикотажным полотнам, поэтому спрос на выпускаемые изделия ровный по всем ассортиментным группам. Независимо от времени года или других условий, трикотаж пользуется популярностью у людей всех возрастов.

Трикотажные изделия делятся на несколько основных ассортиментных групп. Здесь выделяют:

• мужской трикотаж;

• женский трикотаж;

• детский ассортимент.

Среди женского верхнего трикотажа особо популярны майки, топы, водолазки, джемпера. Мужской ассортимент включает джемпера, майки, футболки, поло. Повышенным спросом пользуется повседневная одежда для молодежи. Из трикотажа производится практически любая одежда: куртки и пальто, сарафаны, халаты, платья и юбки, пуловеры, свитера, жакеты, топы, брюки, шарфы и шапочки, носки и нижнее белье - словом, ассортимент трикотажных изделий невероятно велик. Практически все виды одежды в настоящее время могут быть изготовлены из трикотажного полотна. Это касается и детского трикотажа

Что касается ассортимента, то необходимо отметить, что с помощью исследований достаточно трудно детально изучить предпочтения потребителей. На самом деле они заранее не знают, какую именно одежду хотели бы купить. По каналам реализации в крупных городах складывается весьма благоприятная ситуация для фирменной торговли в среднем ценовом сегменте. Количество потребителей, предпочитающих делать покупки на вещевых рынках, постоянно снижается.

Белорусский трикотаж по качеству в настоящее время не уступает европейским аналогам. В основном наши производители используют высококачественное натуральное сырье ведущих европейских и белорусских производителей, передовые технологии, что позволяет соответствовать международным стандартам качества.

В таблице 2.3 представлены данные об импорте трикотажной продукции за 2005-2011 г.

Таблица 2.3 - Импорт трикотажной продукции Республики Беларусь за 2005-2011 гг.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатель | Год | | | | | | | Темп изменения, % |
|  | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 |  |
| Производство, всего | 130,97 | 156,6 | 177,3 | 206,6 | 267,4 | 326,2 | 343,7 | 263,8 |
| Импорт, всего | 64,17 | 79,86 | 92,19 | 97,1 | 114,98 | 143,52 | 113,9 | 178,1 |
| Удельный вес импорта в структуре производства продукции, % | 49,0 | 51,0 | 52,0 | 47,0 | 43,0 | 44,0 | 33,0 | 67,3 |

Из таблицы 2.3 видно, что удельный вес импорта в структуре производства продукции сократился в 2011 г. на 16 % по отношению к 2005 году, но при этом остается велик 33%.

На рисунке 2.2 представлен удельный вес импорта трикотажной продукции за 2005-2011 годы.



Рисунок 2.2 - Удельный вес импорта трикотажной продукции Республики Беларусь за 2005-2011 гг.

В таблице 2.4 представлены данные об импорте всех видов продукции трикотажной отрасли за 2005-2011 годы.

Таблица 2.4 - Импорт всех видов продукции трикотажной отрасли Республики Беларусь за 2005-2011 годы, млрд. р.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование | Год | | | | | | | Темп роста, % |
|  | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 |  |
| Ткани | 20,1 | 15,4 | 15,0 | 13,0 | 20,5 | 21,1 | 16,7 | 83,3 |
| Чулочно-носочные изделия | 10,1 | 12,2 | 15,0 | 17,4 | 18,4 | 20,1 | 25,9 | 157,9 |
| Бельевые трикотажные изделия | 21,1 | 22,4 | 22,3 | 24,5 | 15,1 | 15,5 | 12,3 | 58,2 |
| Верхние трикотажные изделия | 12,87 | 29,86 | 39,89 | 42,2 | 60,98 | 7,47 | 50,9 | 46,1 |
| Итого | 64,17 | 79,86 | 92,19 | 97,1 | 114,98 | 143,52 | 113,9 | 177,4 |

В 2011 году объем импорта продукции составил 113,9 млрд. р. в сравнение с 2005 году увеличение составило 177,4%, что свидетельствует о динамичном развитии отрасли, следует отметить, что данная отрасль экономики Республики Беларусь одна из немногих занимает значительный удельный вес в объеме экспорта и формирует положительное сальдо внешней торговли.

Основными мероприятиями по снижению импорта на 2011-2020 годы. являются:

глубокая модернизация производств, повышение конкурентоспособности белорусской продукции легкой промышленности за счет:

обновления и расширения ассортимента производимой продукции (не менее 70-80%);

проведения работ по полной сертификации систем управления качеством;

снижения материальных затрат на единицу выпускаемой продукции за счет использования местных видов сырья, широкой внутриотраслевой кооперации, внедрения новых энергосберегающих технологий;

диверсификация рынков сбыта продукции (страны Азии, Африки, Америки);

создание и развитие собственной товаропроводящей сети за рубежом;

снижение импортной составляющей в производстве продукции за счет: технического перевооружения и реконструкции действующих производственных мощностей, реализации импортозамещающих проектов.

С целью уменьшения стоимости сырьевых ресурсов организациями отрасли будет рассматриваться возможность замены импортного сырья (хлопок, шерсть), которое в республике отсутствует, на местные виды (химические волокна и нити), а также пересмотр ассортиментной политики и согласование ее с покупателями в части снижения использования импортного сырья.

Основными поставщиками химического сырья для организаций концерна «Беллегпром» являются организации концерна «Белнефтехим». Ежегодная потребность организаций легкой промышленности в химических волокнах и нитях составляет порядка 40 процентов от объема сырья, необходимого для производства продукции. При этом потребность в некоторых видах химического сырья составляет до 80 процентов от общего объема технологического сырья.

Учитывая длительные партнерские отношения, в перспективе планируется проведение совместной работы по улучшению качества поставляемых волокон и нитей с учетом требований потребителей, по расширению ассортимента поставляемой продукции, выпуску новых видов продукции с учетом реализации на предприятиях концерна «Белнефтехим» инвестиционных проектов. Одним из таких проектов является организация производства вискозного штапельного волокна на РУП СПО «Химволокно».

Штапельное вискозное волокно будет использоваться для производства вискозных и вискозосодержащих пряж для выпуска тканей различного сырьевого состава и назначения (подкладочные, декоративные, для оформления интерьера, одежные).

В настоящее время такие пряжи востребованы текстильными и трикотажными организациями на внутреннем рынке и закупаются по импорту.

В республике имеется возможность для их производства. Вискозное штапельное волокно закупается по импорту.

При организации производства штапельного вискозного волокна на РУП СПО «Химволокно», а также в результате реализации инвестиционных проектов на предприятиях концерна «Беллегпром» предусматривается использование отечественного вискозного штапельного волокна в максимальных объемах.

Снижению зависимости трикотажных организаций от импортных волокон хлопка и шерсти станет также переход на использование местных сырьевых ресурсов, а именно, котонизированного льняного волокна. Организация производства смесовых пряж с вложением от 20 до 70 % котольна позволит частично заместить волокна хлопка и шерсти.

Техническое переоснащение трикотажных организаций республики с внедрением новых и высоких технологий позволит обеспечить конкурентоспособным сырьем смежные организации легкой промышленности.

При этом импортоемкость промышленного производства трикотажных изделий, рассчитанная, как отношение стоимости импортного сырья, материалов, комплектующих к затратам на производство продукции за год, за 2011 г. составила 33 %, в 2015 г. составит 25,5 %, 2020 г. - 23,9 %.

В легкой промышленности Республики Беларусь функционируют более 1390 предприятий и производств, на которых занято 168 тысяч человек. Предприятия выпускают сотни видов продукции, более 5000 наименований. На экспорт поставляется около 50 % продукции.

Экспорт трикотажных изделий из Республики Беларусь в разрезе стран за 2005 - 2011 г. представлен в таблице 2.5.

Таблица 2.5 - Экспорт трикотажных изделий из Республики Беларусь в разрезе стран за 2005-2011 г., млрд. р.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатель | Год | | | | | | | Темп роста, % |
|  | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 |  |
| Объем торговли на экспорт Республики Беларусь | 15976 | 19734 | 24275 | 32571 | 21304 | 25284 | 40294 | 252,2 |
| Экспорт трикотажных изделий | 36,7 | 45,3 | 55,8 | 76,2 | 54,5 | 59,1 | 94,2 | 256,5 |
| Экспорт со странами СНГ | 7060 | 8609 | 11221 | 14360 | 9316 | 13636 | 19503 | 276,2 |
| Экспорт трикотажных изделий | 16,5 | 20,1 | 26,2 | 33,6 | 21,7 | 31,9 | 45,6 | 276,2 |
| Из них с Россией | 5716 | 6845 | 8879 | 10522 | 6718 | 9954 | 13685 | 239,4 |
| Экспорт трикотажных изделий | 13,3 | 16,1 | 20,7 | 24,6 | 15,7 | 23,2 | 32,1 | 239,4 |
| Экспорт с зарубежными странами | 3200 | 4280 | 4175 | 7689 | 5270 | 1694 | 7106 | 222,1 |
| Экспорт трикотажных изделий | 7,4 | 10,1 | 9,7 | 17,99 | 12,33 | 3,96 | 16,6 | 222,8 |

Анализируя данные таблицы 2.5 наблюдаем рост экспорта товаров из Республики Беларусь в исследуемом периоде на 152,2 %, особенно значительный рост экспорта во всем исследуемом периоде произошел в 2011 году, из-за девальвации национальной валюты, в результате чего товары, произведенные в республике Беларусь получили преимущества в ценовой конкуренции.

Экспорт трикотажных изделий в исследуемом периоде увеличился на 156,5 % увеличился с 36,7 млрд. р. до 94,2 млрд. р. также иенденция рост экспорта трикотажных изделий именно в 2011 году. Следует отметить, что в общем трикотажные изделия имеют положительное сальдо в белорусском экспорте.

На рисунке 2.3 представлена динамика экспорта трикотажных изделий из Республики Беларусь в разрезе стран за 2005 - 2011 годы, млрд. р.



Рисунок 2.2 - Удельный вес экспорта трикотажной продукции Республики Беларусь за 2005-2011 гг.

Тем не менее, внутри страны производство трикотажных изделий не на 100% удовлетворяет сложившийся спрос, хотя это связано с такой тенденцией, что качественные товары, совпадающие с конъюнктурой рынка отечественного производства пользуются спросом, а не соответствующие конъюнктуре формируют товарные запасы на складах.

Таким образом, трикотажные изделия производства Республики Беларусь пользуются значительным спросом у населения Республики Беларусь и за рубежом, то есть данная отрасль может играть более значительную роль в формировании положительного сальдо внешней торговли Республики Беларусь и соответственно потенциал развития.

3. Оценка покупательского спроса на трикотажные изделия

.1 Факторы, влияющие на спрос

Спрос - платежеспособная потребность покупателей в данном товаре при данной цене. Спрос характеризуется величиной спроса - количеством товаров, которое покупатели готовы приобрести по данной цене. Необходимо заметить, что спрос - это потенциальная платежеспособная потребность. Его величина говорит о том, что покупатели готовы приобрести такое количество товаров. Но это не значит, что сделки в таких объемах действительно состоятся - это зависит от ряда экономических факторов. Как правило, спрос на товар подчиняется закону спроса.

Закон спроса - закон, в соответствии с которым при увеличении цены на товар спрос на этот товар снижается при прочих неизменных факторах. Закон спроса может иметь отдельные исключения. Например, для некоторых престижных товаров небольшое увеличение цены иногда может приводить к повышению спроса, так как более высокая, по сравнению с аналогами, цена, создает у покупателя иллюзию того, что этот товар более качественный или модный. Закон спроса имеет общепринятое в экономической науке графическое отображение в виде графика спроса.

Факторы спроса - факторы, влияющие на величину спроса. Основным детерминантом является цена товара, влияющая на спрос в соответствии с законом спроса. Кроме того, существует ряд других факторов, которые принято называть неценовыми факторами спроса.

Неценовые факторы спроса - факторы, влияющие на величину спроса, и не связанные с ценой товара. К неценовым факторам относят:

Доходы потребителей. При увеличении доходов потребителей спрос обычно увеличивается. Однако следует учитывать, что при этом изменяется структура потребления, и поэтому некоторые товары не подчиняются общей закономерности. Так, спрос на самые дешевые, низкокачественные товары (например, на одежду «секонд-хенд», обувь из дешевого кожзаменителя, пищевые продукты низкого сорта), наоборот снижается, поскольку люди, которые были вынуждены покупать эти товары, теперь способны приобрести более качественные продукты. Товары, спрос на которые растет с увеличением денежного дохода, называются нормальными товарами, или товарами высшей категории. Товары, спрос на которые изменяется в противоположном направлении, называются товарами низшей категории. В данной модели рассматривается товар из категории нормальных товаров.

Вкусы, мода. Изменение вкусов потребителя под влиянием моды, рекламы, других факторов вызывает соответствующее изменение спроса на товар. При росте потребительских предпочтений спрос на товар растет, при снижении - снижается. Этот фактор оказывает наибольшее влияние на товары, подверженные моде (одежду, обувь), и наименьшее - на товары длительного пользования.

Количество потребителей. Увеличение числа покупателей на рынке обуславливает повышение спроса, уменьшение числа покупателей приводит к сокращению спроса. Количество потребителей может изменяться в связи с различными факторами, например, изменением численности населения, связанным с естественным приростом или миграциями. В условиях международной торговли количество потребителей вырастает при продвижении товара на рынки других стран; наоборот, снижение экспортных и импортных квот, введение экономического эмбарго снижает количество потребителей товара на мировом рынке. Хотя количество покупателей существенно влияет на спрос, это справедливо только для товаров, одинаково востребованных повсюду. Такая же ситуация складывается с любыми товарами, востребованными лишь в рамках какой-либо из культур - национальной одеждой, продуктами национальной кухни - или товарами, специфичными для использования в какой-то местности (пустыне, тайге, приморских районах).

Цены заменителей. Почти все товары на рынке имеют товары-заменители, выполняющие те же или почти те же функции. Примером могут быть телевизоры различных производителей, разные марки автомобилей. Товары-заменители делят между собой рынок данного вида товаров. В том случае, когда цена на один из взаимозаменяющих товаров вырастает, часть его покупателей из соображений экономии перейдет на другой, более дешевый товар; если же цена снизится, то это, наоборот, привлечет покупателей из числа пользующихся товарами-заменителями. Таким образом, рост цены на товары-заменители вызывает возрастание спроса на заменяемый товар, снижение цены на заменители приводит к сокращению спроса на этот товар. Указанный фактор наиболее важен для тех товаров, которые наиболее похожи на свои заменители, например, минеральную воду. Если же товар обладает какими-то уникальными свойствами, при которых найти полноценный заменитель трудно, значение этого фактора снижается.

Ожидания потребителя. Спрос может изменяться в зависимости от потребительских ожиданий относительно будущих цен на товары, наличие товаров и будущего дохода. Так, в экстремальных экономических ситуациях значительно растет спрос на товары первой необходимости (соль, спички, мыло), поскольку покупатели боятся исчезновения их с прилавков. То же самое происходит при ожидании повышения цен на те или иные товары. Наоборот, в ожидании понижения цен (например, на овощи нового урожая) спрос снижается. Однако ожидания потребителя сложно учесть, и потому этот фактор не используется в модели.

Цены дополняющих товаров. Некоторые товары имеют дополняющие товары. Например, для фотоаппаратов это будут фотопленки или карты памяти. Цены на взаимодополняющие товары влияют на спрос обратным образом. Так, если цены на карты памяти существенно возрастут, то сократится спрос на цифровые фотоаппараты, и наоборот. Не все товары имеют дополняющие товары, поэтому данный фактор не используется в модели.

Факторы спроса на трикотажные изделия за 2005-2011 годы. в Республике Беларусь представлены в таблице 3.1.

Таблица 3.1 - Факторы формирующие спрос на трикотажные изделия в Республике Беларусь за 2005-2011 гг.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Фактор | Год | | | | | | | Темп роста, % |
|  | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 |  |
| Количество потребителей, млн чел. | 9,7 | 9,63 | 9,57 | 9,53 | 9,51 | 9,5 | 9,48 | 97,0 |
| Доходы потребителей, млн р. | 0,463 | 0,58 | 0,69 | 0,86 | 0,98 | 1,2 | 1,74 | 375,8 |
| Соответствие моде (0- 5) | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 200,0 |
| Цены 1 усл. изд., млн р. | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 15 | 300,0 |
| Цены 1 усл. изд. заменителей товаров, млн р. | 6 | 6 | 8 | 9 | 10 | 11 | 21 | 350,0 |
| Предложение трикотажных изделий, млн р. | 130,97 | 156,6 | 177,3 | 206,6 | 267,4 | 326,2 | 343,7 | 263,8 |

Таким образом, анализируя данные таблицы 3.1 отметим, что основным фактором формирующим спрос в Республике Беларусь является рост доходов населения, которые выросли на 275,8% в исследуемом периоде, что практически совпадает с предложением трикотажных изделий, по всем

.2 Анализ реализованного спроса

Определение соотношения спроса и предложения на трикотажные изделия позволяют сделать вывод о результативности производственной деятельности в экономике по номенклатуре данных изделий, объяснить причины повышения импорта указанных изделий, спрогнозировать ситуацию, которая произойдет при изменении объемов производства трикотажных изделий. В 2011 году объем производства продукции отечественной промышленностью составил 343,7 млрд. р., увеличившись по сравнению с 2005 годом на 212,7 млрд. р., то есть практически в 2,8 раза это свидетельствует о динамичном развитии данной отрасли, следует отметить что данная отрасль экономики Республики Беларусь одна из немногих занимает значительный удельный вес в объеме экспорта 4,3% и формирует положительное сальдо внешней торговли.

Прирост производства продукции трикотажной промышленности в 2011 году к объему в 2009 году составил всего 1,05%, что связано с последствиями кризиса в нашей стране. Для сравнения, данный показатель в 2008 году составлял 13%, в 2007 г. - 11,6%, в 2006 г. - 11,32%, в 2005 г. - 11,9%, в 2004 г. - сокращение производства на 1,8%, в 2003 г. - 0,9% и в 2000 г. -5,1%. Таким образом, за последние пять лет производство практически всех видов продукции текстильной продукции увеличилось.

Объем розничного товарооборота трикотажных изделий через все каналы реализации составил в 2011 году 469,7 млрд. рублей и увеличился по сравнению с 2005 годом на 140,74 % при прогнозном показателе 13-14 %, что превышает прогнозные показатели Программы развития внутренней торговли Республики Беларусь на 2005-2012 годы.

Доля импортных изделий в удельном весе реализуемых в Республике Беларусь трикотажных изделий сократилась с 48,85% в 2005 году до 33,1% в 2011 году, при этом в фактически объем реализации импортных изделий в Республике Беларусь увеличился с 64,5 млрд. р. в 2005 году до 139 млрд. р. в 2011 году или на 123,5 %. Соответственно объем реализованных отечественных изделий увеличился фактически с 130,1 млрд. р. в 2005 году до 343,7 млрд. р. в 2011 году или на 149,1 %, это связано с ростом конкурентоспособности белорусских трикотажных изделий, ростом их производства, ценовой конкуренцией в 2011 году. Объемы запасов готовой продукции в легкой промышленности на 30 декабря 2011 г. образовали 133,1 млрд. руб., что составило 29,7 % к объему реализации в 2011 году, наблюдаем рост товарных запасов готовой продукции трикотажных изделий на с 25,7% до 29,7% по удельному весу данной продукции, что связано с ростом объема производства. Тем не менее, данный показатель является одним из самых высоких в экономике страны и присутствует по всей легкой промышленности, что связано с опережающим ростом объема производства продукции над ростом объемов сбыта продукции.

Таким образом, соотношение спроса и предложения можно определить с помощью таблицы 3.2, причем в качестве полного спроса возьмем объем реализации в целом по данной продукции, а предложение ограничим возможностями производства Белорусских организаций с учетом образовавшихся товарных запасов, но по цене реализации этой продукции.

Таблица 3.2 - Соотношение спроса и предложения трикотажных изделий в Республике Беларусь в 2005-2011 гг.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатель | Год | | | | | | | Темп роста, % 2010 г. к 2005 г. |
|  | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 |  |
| Объем розничного товарооборота трикотажных изделий через все каналы реализации | 195,1 | 236,5 | 269,5 | 303,7 | 382,4 | 469,7 | 457,6 | 195,1 |
| Трикотажные изделия отечественного производства | 130,97 | 156,6 | 177,3 | 206,6 | 267,4 | 326,2 | 343,7 | 249,06 |
| Соотношение спроса к предложения отечественных трикотажных изделий, % | 67,12 | 66,21 | 65,78 | 68,02 | 69,19 | 69,44 | 75,11 | 111,88 |

На рисунке 3.1 представлены данные об соотношении спроса и предложения трикотажных изделий.

Анализируя соотношение спроса и предложения трикотажных изделий имеем в 2005 году промышленность смогла удовлетворить спрос только на 41,3%, в 2006 году 43,4% в 2007 году на 57,2%, в 2008 году на 59,3% в 2009 году на 60,4% в 2010 на 58,4%, в 2011 г. на 75,1 % в результате падения спроса на изделия импортные в результате значительного роста цен на них то есть в динамике данный показатель увеличился в исследуемом периоде на 33,8 % с 41,3 % до 75,1,8%, остальной спрос удовлетворялся за счет импорта трикотажных изделий, следует отметить, что снижение показателя в 2010 году вызвано резким ростом уровня доходов населения Республики Беларусь, в результате чего многие предпочли более дорогой зарубежный трикотаж отечественному.



Рисунок 3.1 - Соотношение спроса и предложения трикотажных изделий Республики Беларусь за 2005-2011 гг.

В таблице 3.3 и на рисунке 3.2 представлена покупательная способность среднедушевых располагаемых денежных доходов населения на трикотажные изделия за 2005-2011 г.

Таблица 3.3 - Покупательная способность среднедушевых располагаемых денежных доходов населения на трикотажные изделия за 2005-2011 годы, млрд. р.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатель | Год | | | | | | | Темп изменения, % |
|  | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 |  |
| Производство, всего | 130,9 | 156,6 | 177,3 | 206,6 | 267,4 | 326,2 | 343,7 | 249,0 |
| Норма потребления и обеспеченности | 105,6 | 128,4 | 150,7 | 183,8 | 227,3 | 286,4 | 291,2 | 270,9 |
| Спрос в абсолюте | 128,3 | 151,9 | 175,1 | 205,9 | 266,3 | 325,2 | 457,6 | 253,3 |
| Численность населения, тыс чел. | 9697,1 | 9630,1 | 9579,1 | 9524,1 | 9513,0 | 9500,0 | 9450,0 | 97,9 |
| Обеспеченность на душу населения | 0,013 | 0,016 | 0,018 | 0,021 | 0,028 | 0,034 | 0,036 | 261,5 |



Рисунок 3.2 - Потребление трикотажных изделий за 2005-2010 годы, млрд. р.

Из таблицы 3.4 видно, что покупательная способность среднедушевых располагаемых денежных доходов населения в исследуемом периоде в целом возросла, это свидетельствует о росте социального уровня жизни в Республике Беларусь.

Таким образом, наблюдаем превышение спроса над предложением трикотажных изделий в разы, это обуславлиает наличие серьезного импорта данной продукции в Республику Беларусь, это в свою очередь обусловлено такими факторами как:

1) наличие у населения спроса на конкретные виды продукции именно иносранного производства;

2) недостаточно конкурентоспособная по качеству и цене отечественная продукция;

) значительный рост показателей производства данной продукции в Республике Беларусь без учета значительных запасов готовой продукции.

3.3 Розничная торговля трикотажными изделиями

Состояние рынка трикотажных изделий - важнейший критерий эффективности социальной политики государства - в полной мере отражает уровень жизни людей, высвечивает нерешенные проблемы в области повышения благосостояния народа. Основным показателем состояния рынка является прирост розничного товарооборота трикотажных изделий.

Стимулированию роста объемов продаж товаров отечественного производства способствует постоянно осуществляемая торговыми организациями работа по проведению, в том числе и совместно с организациями-изготовителями, выставок-продаж, расширенных продаж товаров, а также различных рекламных мероприятий - призовых акций, покупательских конференций, демонстраций моделей и других. Практикуется проведение распродаж товаров по сниженным ценам, приуроченных к окончанию сезона, а также в предпраздничные и праздничные дни. Как результат, на внутреннем потребительском рынке удельный вес реализации товаров отечественного производства торговыми организациями увеличился. В целях сдерживания инфляционных процессов на внутреннем потребительском рынке принимаются меры по недопущению необоснованного роста розничных цен. Органами управления торговлей местных исполнительных и распорядительных органов ведется еженедельное отслеживание цен на важнейшие продовольственные и непродовольственные товары. На особом контроле находится соблюдение прогнозного уровня инфляции на плодоовощную продукцию. В целях недопущения роста розничных цен торговые организации были вынуждены применять торговые надбавки ниже установленных размеров. Реализация комплекса мер по финансовому оздоровлению организаций отрасли позволила улучшить их положение, что соответственно отразилось на увеличении уровня рентабельности и снижении доли убыточных организаций.

К особенностям последнего пятилетия следует отнести продолжение положительной тенденции улучшения структуры розничного товарооборота трикотажных изделий. Удельный вес трикотажных изделий в товарообороте в 2011 году составил 0,82 %, против 0,51 % соответственно в 2005 году. В структуре продажи трикотажных изделий продолжается тенденция повышения доли более ценных в потребительском отношении трикотажных изделий более престижных марок и соответственно лучшего качества.

В таблице 3.4 представим структуру розничного товарооборота трикотажных изделий за 2005-2011 годы.

Таблица 3.4 - Структура розничного товарооборота трикотажных изделий за 2005-2011 гг., млрд. р.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатель | Год | | | | | | | Темп роста, % 2011 г. к 2005 г. |
|  | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 |  |
| Розничный товарооборот - всего | 25230,4 | 25230,4 | 27443,5 | 30187,9 | 33206,7 | 37523,5 | 41651 | 165,08 |
| В том числе трикотажные изделия | 130,97 | 156,6 | 177,3 | 206,6 | 267,4 | 326,2 | 343,7 | 262,5 |
| Удельный вес трикотажных изделий в розничном товарообороте, % | 0,51 | 0,62 | 0,64 | 0,68 | 0,81 | 0,86 | 0,82 | 94,7 |

Розничный товарооборот в Республике Беларусь увеличился за исследуемый период на 65,08%, розничный товарооборот трикотажных вырос на 162,5 %, данный рост связан с повышением благосостояния населения, увеличением объема производства трикотажных изделий в целом по Республике, ростом импорта этих изделий обусловленных наличием спроса внутри страны.

Изучим развитие розничного товарооборота за 2005-2011 г. в таблице 3.5.

Таблица 3.5 - Развитие розничного товарооборота за 2005-2011 гг., млрд. р.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатель | Год | | | | | | | Темп роста, % 2011 к 2005 г. |
|  | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 |  |
| Объем розничного товарооборота трикотажных изделий через все каналы реализации | 195,14 | 236,46 | 269,49 | 303,7 | 382,38 | 469,72 | 457,6 | 154,2 |
| Рост в сопоставимых ценах к предыдущему году, % | 120,0 | 120,0 | 109,0-110,5 | 109,5-110,5 | 109,5-110,5 | 109,5-110,5 | 111,1 | 91,25 - 92,0 |
| из него: |  |  |  |  |  |  |  |  |
| товарооборот торговой сети, млрд р. | 95,6 | 115,8 | 132,1 | 148,8 | 187,3 | 230,1 | 224,2 | 235,7 |
| товарооборот индивидуальных предпринимателей и физических лиц, осуществляющих торговлю на вещевых, смешанных, продовольственных рынках и в специально оборудованных помещениях | 99,5 | 120,5 | 137,4 | 154,8 | 195,1 | 239,5 | 233,3 | 235,3 |
| Розничный товарооборот трикотажных изделий на душу населения, тыс р. | 676,4 | 676,4 | 743 | 822 | 923 | 1042,99 | 1021,3 | 152,1 |

По результатам таблицы 3.5 объем розничного товарооборота трикотажных изделий через все каналы реализации составил в 2011 году 457,6 млрд. рублей и увеличился по сравнению с 2005 годом на 54,2 % при прогнозном показателе 13-14 %, что превышает прогнозные показатели Программы развития внутренней торговли Республики Беларусь на 2005-2012 годы. Сохраняется достаточно высокий удельный вес покупок трикотажных изделий на рынках, и в другой мелкорозничной торговой сети из-за более низкого уровня цен. Таким образом, доля продажи товаров отечественного производства в общем объеме розничного товарооборота розничной торговой сети 2011 г. Увеличились по всем наименованиям, что связано с ростом реальных доходов населения, количеством реализованной продукции, ростом объема производства в стране.

По данным Министерства статистики и анализа Республики Беларусь, в трикотажной промышленности зафиксирован самый высокий среди всех отраслей показатель запасов готовой продукции. Объемы запасов готовой продукции в лѐгкой промышленности на 1 декабря 2011 г. образовали 199,6 млрд. руб., что составило 19 % к объему реализации в 2011 году.

Таблица 3.6 - Динамика запасов готовой продукции трикотажных изделий за 2005- 2011 гг., млрд. р.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатель | Год | | | | | | | Темп роста, % 2011 г. к 2005 г. |
|  | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 |  |
| Розничный товарооборот трикотажных изделий | 195,14 | 236,46 | 269,49 | 303,7 | 382,38 | 469,72 | 457,6 | 154,2 |
| в том числе запасы готовой продукции | 174 | 174 | 156 | 164,2 | 155,1 | 199,6 | 133,1 | 76,4 |
| Удельный вес запасов готовой продукции трикотажных изделий в розничном товарообороте, % | 25,7 | 25,7 | 20,9 | 19,9 | 16,8 | 19,1 | 29,1 | 111,5 |

Анализируя данные таблицы 3.6, наблюдаем рост товарных запасов готовой продукции трикотажных изделий на 25,7% с 25,7% до 29,1% по удельному весу данной продукции.

В таблице 3.7 представлены данные о товарооборачиваемости запасов готовой продукции трикотажных изделий за 2005- 2011 годы, дн.

Таблица 3.7 - Данные о товарооборачиваемости запасов готовой продукции трикотажных изделий за 2005-2011 гг., дн.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатель | Год | | | | | | | Темп роста, % 2010 г. к 2005 г. |
|  | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 |  |
| Розничный товарооборот трикотажных изделий - | 195,14 | 236,46 | 269,49 | 303,7 | 382,38 | 469,72 | 457,6 | 154,2 |
| Запасы готовой продукции | 174 | 174 | 156 | 164,2 | 155,1 | 199,6 | 133,1 | 76,4 |
| Товарооборачиваемость, дн. | 32,2 | 27,1 | 21 | 20,5 | 15,9 | 12,1 | 11,1 | 0,34 |

Из таблицы 3.7 видно, что к 2011 году товарооборачиваемостьзапасов ускорилась на 66 % до 11,1 дн.

На рисунке 3.4 представлена динамика товарооборачиваемости товарных запасов трикотажных изделий за 2005-2011 годы.



Рисунок 3.4 - Динамика товарооборачиваемости товарных запасов трикотажных изделий за 2005-2011 гг.

Тем не менее, данный показатель является одним из самых высоких в экономике страны и присутствует по всей легкой промышленности, что связано с опережающим ростом объема производства продукции над ростом объемов сбыта продукции.

Таким образом, анализ тенденций развития внутреннего и международного рынков (ближнего и дальнего зарубежья) позволяет выделить следующие основные негативные факторы, сдерживавшие в прошедшем пятилетии рост объемов производства потребительских товаров, экспорта товаров легкой промышленности республики:

проблемы со сбытом товаров в республике и за ее пределами.

Главными причинами снижения экспорта явились:

резкое снижение покупательской способности населения стран СНГ, вызванное сокращением рабочих мест, снижением фонда оплаты труда, сокращением рабочей недели на производственных организациях, что привело к перераспределению средств при планировании корзины закупок в сторону товаров первой необходимости. В целом, по мнению экспертов, мировой кризис снизил спрос на трикотаж в мире на 30 %;

жесткая конкуренция на рынках стран СНГ, демпинг со стороны конкурентов (производители Турции, Бельгии);

В республике организации отрасли испытывают жесткую конкуренцию с завозимыми дешевыми трикотажными товарами кустарного производства и произведенными в странах Юго-Восточной Азии

необходимость продолжения работы по снижению уровня износа активной части основных производственных фондов, который на 01.01.2011 составил 69,9 %, на 01.01.2011 составил 61,4 %.

Это один из основных факторов-ограничений для выпуска современной конкурентоспособной продукции, востребованной на внутреннем и внешнем рынках. В связи с этим одним из актуальных вопросов отрасли остается привлечение инвестиций и, в первую очередь иностранных. Наиболее остро стоит вопрос технического перевооружения организаций, основным видом деятельности которых является текстильное производство, которое требует больших капитальных вложений;

невысокая конкурентоспособность отдельных видов товаров, как по цене, так и по внешнему виду из-за выпуска ее на устаревшем оборудовании, часто из сырья невысокого качества (необходимо отметить низкое качество отечественных красителей и т.д.), работы организаций в неравных условиях хозяйствования в сравнении с зарубежными конкурентами (налогообложение, ценообразование, тарифы на энергоресурсы, таможенная политика и др.);

недостаток собственных оборотных средств, который по организациям составляет более 500 млрд. руб. В связи с этим организации не могут осуществить собственными силами комплексное переоснащение современным технологическим оборудованием;

наличие у организаций высокой кредиторской и дебиторской задолженностей.

В совокупности вышеназванные факторы привели к ужесточению конкуренции на внутреннем и внешнем рынках. В настоящее время необходимо продолжить техническое перевооружение организаций трикотажной отрасли республики, а также активно развивать маркетинговую стратегию и повышение эффективности товаропроводящих сетей.

4. Перспективы развития рынка трикотажных изделий

Согласно комплексной программой социально-экономического развития легкой промышленности Республики Беларусь на 2011-2015 годы с перспективой до 2020 года предусмотрено создание условий, обеспечивающих развитие белорусского трикотажа путем повышения эффективности производства современных конкурентоспособных товаров, увеличения экспортной составляющей, удовлетворения потребности населения, государства и субъектов хозяйствования за счет финансового оздоровления организаций легкой промышленности и привлечения в отрасль внутренних и внешних инвестиций.

В условиях динамичного развития белорусской экономики, протекающего на фоне глобальных интеграционных процессов, в которых отечественные предприятия вынуждены вести конкурентную борьбу на рынке не только между собой, но и с производителями из стран ближнего и дальнего зарубежья, неизбежной составляющей деятельности экономических субъектов хозяйствования становится ведение активной инновационной деятельности. Актуальна эта задача и для отечественных организаций легкой промышленности, для которых не только вступление Беларуси, но и ее стратегических партнеров в ВТО должно послужить особым стимулом к инновационным преобразованиям, как в сфере организации, так и управления производством и сбыта. Комплексной программой социально-экономического развития легкой промышленности Республики Беларусь на 2011-2015 годы с предусмотрено создание условий, обеспечивающих развитие белорусской 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.

В таблице 4.1 представим показатели развития легкой промышленности и производства текстильных изделий в Республике Беларусь за 2012-2015 г.

Анализируя данные таблицы 4.1 наблюдаем, что согласно прогнозам объем производства по Республике Беларусь в целом вырастет с 109341,3 млрд. р. до 159893,1 млрд. р. темп роста должен составить 46 - 50 %. При этом объем производства трикотажных изделий должен увеличиться на 61,3% с 343,7 млрд. р. до 554,5 млрд. р., для обеспечения сбыта, запланирован рост розничной торговой сети.

Таблица 4.1 - Основные показатели розничной торговли в Республике Беларусь по прогнозу на 2011-2015 г.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатель | Год | | | | | Темп роста, % 2015 г. к 2011 г. |
|  | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 |  |
| Розничный товарооборот: в фактических ценах, млрд. р. | 109341,3 | 120275,4 | 132303 | 145533,3 | 159893,1 | 146,2 |
| Число объектов розничной торговой сети, тыс. | 37,4 | 41,14 | 45,25 | 49,7 | 58,5 | 156,4 |
| Число объектов промышленности тыс. | 11,5 | 12,6 | 13,9 | 15,3 | 15,6 | 135,9 |
| Объем производства трикотажных изделий | 343,7 | 378,1 | 415,8 | 457,5 | 554,5 | 161,3 |
| Объем розничного товарооборота трикотажных изделий через все каналы реализации | 457,6 | 503,3 | 553,7 | 609,1 | 743,6 | 162,5 |

Разработана система мероприятий и инвестиционных проектов для обеспечения выполнения целевых показателей, следует отметить, что целевые показатели предыдущей программы развития легкой промышленности на 2005-2010 года были перевыполнены.

Приоритеты в развитии легкой промышленности отдаются организациям, имеющим возможность в короткий срок улучшить качество продукции по всей технологической цепочке до выпуска конечной продукции. Особое внимание будет уделено развитию ОАО «Полесье», РУП «Барановичское производственное хлопчатобумажное объединение», ОАО «Камволь» и ОАО «Сукно», ОАО «Моготекс», ОАО «Купалiнка», продукция которых ориентирована преимущественно на экспорт.

Ставится задача уменьшить зависимость от импортных поставок сырья и материалов за счет увеличения производства в республике трикотажных изделий, создания новых видов химических волокон и нитей, красителей. В этой связи намечено внедрить технологии производства текстильных и трикотажных материалов на основе нового текстильного сырья, создаваемого организациими химической промышленности республики с улучшенными гигиеническими свойствами. Обновление технической базы производства в трикотажной отрасли предусматривается вести на основе новых технологий и технологических решений главным образом за счет собственных средств организаций.

В концерне «Беллегпром» разработана концепция повышения конкурентоспособности продукции трикотажной отрасли. Она включает техническое перевооружение организаций, обновление и расширение ассортимента выпускаемой продукции с учетом местного сырья и спроса покупателей, активизацию поисков рынков сбыта. Намечается также освоение и внедрение прогрессивных технологий при производстве пряж, тканей, трикотажных полотен и т.д.

Основные направления развития трикотажной отрасли Беларуси связаны с повышением технического уровня производства, развитием маркетинговой деятельности и рекламы, реструктуризацией и созданием совместных организаций. В перспективе трикотажная отрасль Беларуси ориентируется на максимально возможное удовлетворение платежеспособного спроса, как на внутреннем рынке, так и достижение наибольших результатов на внешних рынках.

Предусматривается обеспечить население страны высококачественными, модными товарами в широком ассортименте, по доступным ценам, восстановить доверие покупателей к товарам отечественного производства.

Около 1,9 трлн. белорусских рублей будет направлено на выполнение важнейших инвестпроектов в легкой промышленности Беларуси в текущей пятилетке (до 2015 года).

Проект комплексной программы развития легкой промышленности Беларуси на 2011-2015 годы и с перспективой до 2020 года рассмотрен сегодня на заседании Президиума Совмина.

В текущей пятилетке по программе планируется реализовать 19 важнейших инвестпроектов на 17 организациях. Предусматривается комплексное техпереоснащение действующих производств с заменой физически и морально устаревшего оборудования на высокопроизводительное, энергосберегающее. Это позволит расширить ассортимент и качество выпускаемой продукции, что будет способствовать продвижению новых и уже существующих отечественных торговых марок и брендов трикотажных товаров. Помимо этого, ожидается увеличение продаж белорусских трикотажных товаров как на внутреннем, так и на внешнем рынках.

В 2011-2015 годах инвестиции в основной капитал трикотажных организаций должны составить Br 3,77 трлн. при ежегодном темпе роста 115%. Доля иностранных инвестиций в общем объеме инвестиций составит не менее 21%.

Программа направлена на создание условий, обеспечивающих развитие белорусской трикотажной отрасли, повышение эффективности производства современных конкурентоспособных товаров, удовлетворяющих потребности населения, государства и субъектов хозяйствования. Она предусматривает обновление активной части основных производственных фондов, обеспечение стабильного инновационного развития концерна "Беллегпром", снижение материалоемкости и энергоемкости выпускаемой продукции и повышение рентабельности производства.

Кроме этого, будет расширена внутриотраслевая кооперация, продолжена структурная перестройка производств с учетом динамики потребностей рынка в товарах, производимых "Беллегпромом". Расширятся рынки сбыта белорусской продукции за рубежом. Параллельно будут решаться задачи кадрового обеспечения исходя из необходимости постоянного обновления, подготовки, переподготовки и аттестации кадров, как технического звена, так и управленческого.

Модернизация производства, развитие отраслевой и вузовской науки, принятие необходимых нормативно-правовых актов, соответствующая таможенно-тарифная политика будут способствовать развитию, улучшению качества продукции, повышению устойчивости организаций на внутреннем рынке.

Привлечение инвестиций, дальнейшее формирование научно-производственного потенциала, техническое перевооружение позволит создать новые производства, повысить инвестиционную привлекательность организаций отрасли.

Государственная политика в области поддержки научно-технической деятельности позволила сохранить потенциал отраслевой науки. Основным источником обеспечения отраслевой научной деятельности являются средства государственного целевого бюджетного фонда (инновационный фонд) в соответствии с Указом Президента Республики Беларусь №596 от 7 декабря 2009 г. «О некоторых вопросах формирования и использования средств инновационных фондов».

Реализация данного Указа в отрасли позволила осуществить научное обеспечение производства продукции легкой промышленности, в части разработки и внедрения новых технологий и других научно-технических мероприятий.

Объем финансирования научных исследований, разработок и мероприятий за 2010 год составил 3900,2 млн. р., в т.ч. 529,2 млн. р. за счет средств республиканского бюджета 3371 млн. р. за счет средств инновационного фонда концерна. В проведении научных исследований и разработок участвовали такие организации республики, как РУП «Центр научных исследований легкой промышленности», УО «Витебский государственный технологический университет». УО «Белорусский национальный технический университет», ОАО «ЭКТБ», ОАО «Беллегпромпроект», НП ООО «Лакшми» (Парк высоких технологий) и др.

По результатам научных исследований в производстве организаций легкой промышленности в 2011 г. будут освоены:

технологические процессы получения тканей специального назначения для форменной одежды с использованием комбинированных (армированных) нитей в условиях ОАО «Моготекс»;

технологический процесс получения высокорастяжимых нитей в один технологический переход на модернизированной прядильно-крутильной машине ПК-100 в условиях ОАО «Полесье»; - техпроцесс производства токопроводящих нитей и комбинированных углеродных нитей разных структур для напольных покрытий с антистатическими и высокими теплофизическими свойствами с использованием отечественных химволокон;

технологического оборудования текстильного производства формированием композиционных поверхностных слоев с улучшенным комплексом эксплуатационных свойств комбинированием методов инженерии в условиях ОАО «Камволь»;

управляемый комплекс автоматизированного проектирования изделий трикотажных купальных и бельевых детского ассортимента, не имеющий аналогов в республике в условиях ОАО «8 Марта» г. Гомель.

Созданный образец по техническому уровню соответствует лучшим зарубежным аналогам, а по некоторым показателям превосходит их. Внедрение комплекса позволяет достичь повышения производительности труда конструкторов в 35 раз, сокращения сроков создания конструкций новых моделей - в 8-10 раз, имеется учет свойства материалов, по стоимости комплекс значительно ниже импортных аналогов. Внедрение комплекса позволяет повысить качество и конкурентоспособность детских купальных и бельевых изделий отечественного производства.

Внедрение разработанных новых технологических процессов позволит организациям отрасли расширить ассортимент выпускаемой продукции, конкурирующей с зарубежными аналогами на внутреннем и внешнем рынках. Объем освоения научно-технической продукции в производстве в первый год освоения составит более 7,6 млрд. р.

Продолжение инновационного пути развития легкой промышленности предполагает ускорение инвестиционного процесса, масштабную технологическую модернизацию действующих производств, увеличение темпов роста производительности труда; разработку и внедрение ресурсо- и энергосберегающих технологий, технологических процессов нового уровня, характеризующихся безотходностью производства, высоким качеством производимой продукции. Реализация данного пути в перспективе предполагает коренные изменения в структуре производства трикотажа за счет приоритетного развития эффективных организаций, ориентированных на выпуск импортозамещающей и экспортной продукции с высокой долей добавленной стоимости.

На первом этапе (2011-2012 гг.) реализации Программы планируется выполнение быстрореализуемых инновационных проектов, базирующихся на уже имеющемся научно-техническом заделе, принятие нормативно-правовых актов и разработка защитной таможенно-тарифной политики, создание условий, обеспечивающих на следующем этапе системный перевод экономики отрасли в режим инновационного развития.

На втором этапе (2013-2015 гг.) предполагается достижение стабильности и финансовой устойчивости в развитии отрасли, повышение конкурентоспособности товаров легкой промышленности, закрепление за отечественными производителями сегментов на внутреннем рынке и усиление их позиций на зарубежных рынках.

В этот период будет осуществлена масштабная реализация важнейших инновационных проектов и привлечение инвестиций, в том числе иностранных, на техническое перевооружение и модернизацию производства, предусматривающих внедрение ресурсосберегающих и энергоэффективных технологий, нанотехнологий, малоотходных и безотходных технологических процессов. Предполагается создание конкурентоспособных производственных систем, развитие устойчивых кооперационных связей, межтерриториальной и межотраслевой кооперации, создание цивилизованного рынка потребительских товаров.

Предполагается ускорение социально-экономического развития легкой промышленности и осуществление интенсивных качественных преобразований на базе инноваций, увеличения объемов выпуска нового поколения экологически чистой продукции, формирования эффективной инновационной инфраструктуры, проведения сбалансированной экономической и законодательной политики. В этот период будут освоены новые рынки сбыта продукции, увеличатся поставки продукции на экспорт. Будут созданы основы для сокращения разрыва в технологическом развитии легкой промышленности от зарубежных стран, развития интеллектуального потенциала, повышения возможности отрасли для равноправного международного сотрудничества в сфере высоких технологий.

К 2020 году с учетом основных видов экономической деятельности будут созданы отраслевые кластеры по основным видам экономической деятельности, объединяющим производство текстиля, швейных, трикотажных изделий и производство кожи и обуви. Процессы глобализации, усиления международной конкуренции, характеризующие мировую экономику, являются объективной предпосылкой смены парадигмы управления конкурентоспособностью, отказа от традиционной промышленной политики и перехода к новой системе организации производства, основанной на использовании преимуществ специализации и кооперации.

Бурное развитие технологий, логистики, средств транспорта приводит к тому, что передача информации, движение финансовых потоков становятся практически мгновенными, а транспортировка грузов - дешевой и быстрой. В связи с этим важнейшими факторами достижения и удержания превосходства над конкурентами становятся не только инновации и образование, но и взаимосвязи между организациям и, что обеспечивает условия по созданию сетевых структур - кластеров. В рамках кластера объединяются не только производственный, но и инновационный бизнес, комплексное управление качеством продукции, сервисное обслуживание.

Кластерный подход к анализу региональных экономических процессов предполагает, что производство трикотажа не может рассматриваться отдельно от остальных, а должна системно изучаться внутри комплекса взаимосвязанных секторов. Становление базовой отрасли служит толчком к развитию отраслей-поставщиков и отраслей-потребителей, а также сегментов услуг.

Ускорение инновационного пути в производстве трикотажа включает в себя следующие основные направления:

развитие отраслевой науки;

инновационное развитие в рамках Государственной программы инновационного развития Республики Беларусь на 2011-2015 годы;

развитие инновационной структуры отрасли;

совершенствование системы международного научно-технического и инновационного сотрудничества, увеличение экспорта наукоемких и высокотехнологичных товаров.

развитие системы научно-технической информации - организация системы отраслевого технологического аудита.

По результатам выполнения заданий программы будут разработаны и внедрены в производстве организаций:

) технологический процесс производства пряжи малой линейной плотности для трикотажных изделий. Внедрение технологии позволит увеличить выпуск хлопчатобумажной пряжи малой линейной плотности 7,5-20 текс по гребенной системе прядения и снизить импорт данной пряжи и изделий из нее и расширить ассортимент пряжи и трикотажных изделий из нее. Ориентировочная цена на новый вид продукции в зависимости от линейной плотности и состава сортировки составит от 6 до 8 у.е. Производство трикотажной пряжи является экономически выгодным, пряжа малой линейной плотности востребована не только отечественными, но и российскими текстильными организациям и;

) технологии производства и ассортимент текстильных и трикотажных материалов с новыми функциональными свойствами (терморегулируемыми, биоактивными, эстетическими и др.), в т.ч. с использованием нанотехнологий. Замена традиционно используемых ПЭ волокон 0,33 текс в камвольном прядении на ПЭ волокна 0,17 текс позволит не только дополнить, но и улучшить некоторые свойства шерсти, повысит потребительские свойства готовой ткани, придаст ей более натуроподобный вид и улучшит гриф готовой продукции.

) технологии получения фиксированных пряж шерстяного типа и трикотажных изделий повышенной комфортности и эстетичности, обладающих повышенной мягкостью, объемностью, с улучшенными эксплуатационными и эстетическими свойствами;

Объем внедренной продукции по результатам выполнения программы в период освоения в организациях отрасли составит 12,7 млрд.руб. Эффективность затраченных бюджетных средств на выполнение научной части программы составит 8,2 рубля выпущенной продукции на 1 рубль затрат на НИОК(Т)Р.

Освоение в производстве результатов научных исследований позволит создать:

высокотехнологичные производства конкурентоспособных отечественных товаров, в том числе принципиально нового ассортимента;

снижение технологического отставания от зарубежных производителей и повышение конкурентных преимуществ отечественных производителей;

повышение инновационной привлекательности отрасли, рост количества организаций осваивающих инновации в технологическом процессе, увеличение доли в общем объеме промышленного производства наукоемкой продукции.

В производстве трикотажных изделий: выпуск современной модной трикотажной одежды различной по стилю и форме с использованием новых видов пряж, содержащих не менее 50 % натуральных волокон в сочетании с новым поколением синтетических и искусственных волокон, обладающих мягкостью, пушистостью, устойчивостью к истиранию и пиллингу; с содержанием эластичных, металлизированных, комбинированных высокорастяжимых нитей; увеличение выпуска конкурентоспособного ассортимента трикотажных изделий регулярного и полурегулярного способов вязания, а также выпуск бесшовных изделий за счет приобретения нового оборудования и модернизации установленного; обновление и расширение ассортимента за счет использования высококачественной шерстяной пряжи, а также новых видов пряжи с вложением мохера, альпака и др.; дальнейшее развитие и внедрение новых брендов, торговых марок и коллекций изделий линиями.

Проводимая работа по расширению ассортимента выпускаемой продукции позволит расширить взаимодействие с торговыми организациями всех форм собственности, увеличить объемы продаж отечественных товаров легкой промышленности на внутреннем рынке.

В производстве трикотажных изделий: выпуск современной модной трикотажной одежды различной по стилю и форме с использованием новых видов пряж, содержащих не менее 50 % натуральных волокон в сочетании с новым поколением синтетических и искусственных волокон, обладающих мягкостью, пушистостью, устойчивостью к истиранию и пиллингу; с содержанием эластичных, металлизированных, комбинированных высокорастяжимых нитей; увеличение выпуска конкурентоспособного ассортимента трикотажных изделий регулярного и полурегулярного способов вязания, а также выпуск бесшовных изделий за счет приобретения нового оборудования и модернизации установленного; обновление и расширение ассортимента за счет использования высококачественной шерстяной пряжи, а также новых видов пряжи с вложением мохера, альпака и др.; дальнейшее развитие и внедрение новых брендов, торговых марок и коллекций изделий линиями.

Проводимая работа по расширению ассортимента выпускаемой продукции позволит расширить взаимодействие с торговыми организациями всех форм собственности, увеличить объемы продаж отечественных трикотажных товаров на внутреннем рынке.

В период 2011-2015 годы ожидается дальнейшее планомерное увеличение объемов поставки отечественных трикотажных товаров на внутренний рынок республики, прогнозируемый темп роста объема поставок по указанным товарным позициям к 2015 году ожидается в пределах до 150% к уровню 2010 году. Организации отрасли уделяют большое внимание организации производства импортозамещающих потребительских товаров. При разработке импортозамещающих потребительских товаров предприятия отрасли руководствуются информацией Министерства торговли Республики Беларусь и Министерства иностранных дел Республики Беларусь о товарах, недостающих на рынке республики (в т.ч. потребительских импортозамещающих товаров).

Так в 2011 году планируется произвести и поставить на внутренний рынок республики более 10 позиций данных товаров: одежда трикотажная из высококачественного современного сырья и материалов, соответствующая направлению моды и спросу потребителей: цельновязанные изделия, регулярного способа вязания, из полотен разнообразных переплетений и структур (с содержанием шерсти 50 и более %, имитирующих ручное вязание, из облегченных полотен с вложением лайкры, эластана и др.); нарядные трикотажные изделия, в том числе комплектная одежда, современного конструктивного решения. Планируется по отношению к 2010 году в 2015 году обеспечить рост объемов производства и поставки импортозамещающих потребительских товаров на уровне 130 - 145 %, в 2020 году - до 200 %.

Насыщение потребительского рынка республики отечественными трикотажными изделиями будет обеспечиваться за счет расширения сотрудничества отечественных производителей товаров легкой промышленности с оптовыми и розничными торговыми организациями республики всех форм собственности, и развития фирменной торговли отечественных производителей товаров легкой промышленности.

Взаимодействие с оптовыми организациями республики, а также обеспечение эффективного товароснабжения потребителей на территории республики, позволит отечественным производителям товаров легкой промышленности расширить возможности по реализации продукции. Развитие розничной фирменной торговой сети будет обеспечиваться, как за счет открытия как монобрендовых магазинов, так и магазинов представляющих ассортимент нескольких производителей товаров определенной номенклатуры либо сопутствующих товаров, открытие фирменных секций на торговых площадях магазинов иных собственников, применения франчайзинговой модели развития торговой сети.

Несмотря на то, что рядом организаций сеть фирменной торговли на внутреннем рынке республики уже организована, в период 2011-2015 годы ожидается дальнейший рост (ориентировочно в 1,2 раза) числа объектов фирменной и ведомственной торговли отечественных производителей товаров легкой промышленности, в том числе входящих в состав организаций концерна «Беллегпром».

Развитие сети фирменной торговли на территории республики дает возможность производителям добиваться значительного увеличения объемов реализации производимой продукции на внутреннем рынке. Так, за 2006-2010 годы темп роста объемов поставки в фирменную торговую сеть организаций концерна «Беллегпром» составил - 251,1 %.

Наряду с магазинными формами торговли трикотажными товарами, предполагается дальнейшее развитие и других форм. Достаточно широкое распространение при реализации трикотажных товаров получит дистанционная торговля, в том числе через Интернет-магазины, а также с предоставлением возможности заключения договора розничной купли-продажи иными способами (телемагазины, по каталогам, почте и др.).

В целях увеличения продаж будет расширяться применение, в том числе совместно с торговыми организациями республики, таких мер стимулирования потребительского спроса, как проведения ярмарок, выставок-продаж, расширенных продаж, сезонных и праздничных распродаж, дисконтных продаж, школьных базаров, и иных форм.

С целью согласования действий отечественных производителей трикотажных изделий и организаций торговли по более полному насыщению рынка товарами отечественного производства, и более полного удовлетворения требований потребителей ежегодно предполагается проведение в г. Минске Международных оптовых выставок-ярмарок «БелТЕКСлегпром». Также вопросы развития ассортимента, повышения качества и конкурентоспособности товаров легкой промышленности, производимых организациями отрасли будут рассматриваться на совместных с организациями торговли республики рабочих встречах, конъюнктурных совещаниях, художественно-технических советах, Днях качества.

В целях популяризации производимой продукции и увеличении ее продаж на внутреннем рынке республики в 2011-2015 годы производителями трикотажных изделий планируется расширение применения различных видов рекламы: реклама в СМИ, наружная реклама; реклама в транспорте; реклама в объектах торговли и обслуживания; изготовление эффективной рекламно-сувенирной продукции; реклама в сети Интернет; рекламное оформление продукции и др.

Создание и продвижение новых и уже существующих торговых марок и брендов отечественными производителями товаров легкой промышленности будет способствовать продвижению производимой трикотажной продукции на рынке республики, внешних рынках.

Основные направления развития на 2011-2020 годы:

интеграция организаций трикотажных изделий в таможенное пространство Таможенного союза по вопросам технического нормирования, стандартизации и подтверждения соответствия;

проведение работ по разработке гармонизированных с международными требованиями государственных стандартов в области трикотажной продукции в соответствии с ежегодным Планом государственной стандартизации.

Основными мероприятиями по достижению стратегических целей внешнеэкономической деятельности на 2011-2020 годы являются:

- глубокая модернизация производств, повышение конкурентоспособности белорусской трикотажной продукции за счет:

- обновления и расширения ассортимента производимой продукции (не менее 70-80%);

проведения работ по полной сертификации систем управления качеством;

снижения материальных затрат на единицу выпускаемой продукции за счет использования местных видов сырья, широкой внутриотраслевой кооперации, внедрения новых энергосберегающих технологий.

диверсификация рынков сбыта продукции (страны Азии, Африки, Америки);

создание и развитие собственной товаропроводящей сети за рубежом;

снижение импортной составляющей в производстве продукции за счет: технического перевооружения и реконструкции действующих производственных мощностей, реализации импортозамещающих проектов;

снижение материальных затрат в производстве продукции с целью повышения ценовой конкурентоспособности продукции за счет: внедрения новых энергоэффективных технологий, оборудования и технологических процессов; увеличения использования местных видов сырья, материалов, топлива, вторичных энергоресурсов;

применение новых механизмов стимулирования экспорта (страхование экспортных рисков, экспортных кредитов и т.д.);

участие белорусских организаций легкой промышленности в Национальных выставках и экспозициях Республики Беларусь за рубежом, а также в специализированных международных семинарах. Результатом реализации намеченных мер экспорт продукции в целом по трикотажной продукции за 2011-2015 годы увеличится в 2,2 раза.

С целью увеличения объемов производства конкурентоспособной и экспортоориентированной продукции из отечественного сырья особое внимание в Программе уделяется развитию организаций, удельный вес которых в экспорте товаров концерна по итогам работы за 2010 год составил 26,7 %:

Ассортиментная политика ОАО «Полесье» будет ориентирована на выпуск конкурентоспособной продукции, отвечающей покупательскому спросу и соответствующей мировому уровню, с применением новых видов сырья, а также эффективное использование новых и модернизированных видов основного технологического оборудования.

Планируется увеличить выпуск полушерстяной пряжи с вложением шерсти импортного производства, в том числе высокообъемной; пряжи вискозонитроновой, в том числе повышенной объемности.

В 2011-2015 годы планируется продолжить работы по техническому переоснащению производства, что позволит обеспечить прирост объемов производства по основным видам продукции. Так, в 2015 г. предусматривается выпускать 1652 тонны полушерстяной пряжи, или 162,8% к уровню 2010 г., пряжи высокообъемной полиакрилонитрильной - 5 616 тонн (142,1 %), пряжи штапельной - 494 тонны (233 %).

Пряжа является стратегическим экспортоориентированным видом продукции ОАО «Полесье». Программой развития предприятия на период до 215 года запланировано увеличить экспорт пряжи на 158,8 % к уровню 2010 года, в том числе годовой объем экспорта высокообъемной полиакрилонитрильной пряжи планируется увеличить в 2015 году на 1550 тонн к уровню 2010 году (142,5 %), пряжи полушерстяной - на 308 тонн (173%).

В настоящее время на внутреннем и внешнем рынках сохраняется устойчивый спрос на трикотажные изделия, выпускаемые на высокотехнологичном оборудовании.

Новое оборудование фирм “Shima Seiki», “Stoll», “Mayer», установленное на ОАО «Полесье» позволит получать трикотажные изделия, наиболее отвечающие требованиям современного дизайна и моды. Планируется на данном оборудовании производить единичные трикотажные изделия: джемперы, свитеры, жакеты, жилеты, платья.

ОАО «Полесье» планирует увеличить выпуск трикотажных изделий из хлопкосодержащих пряж, из полушерстяных пряж с вложением ангоры, а также из полушерстяной пряжи повышенной объемности.

Одним из направлений работы предприятия будет являться разработка и выпуск трикотажных изделий отдельными товарными линиями (коллекциями), в том числе коллекций эксклюзивных моделей одежды класса «Люкс» с сопровождением новой упаковкой и маркировкой (не менее 4-х коллекций в год).

В 2015 году планируется произвести 2125 тыс. штук трикотажных изделий, из которых на экспорт будет поставлено 746 тысяч штук, или 184,2% к уровню 2010 года.

В Витебском ОАО «КИМ“  техническое перевооружение и модернизация вязального, швейного и отделочного производств с закупкой оборудования на сумму 6618 млн. рублей, что позволит увеличить выпуск конкурентоспособной продукции в 2010  2015 годах на 141775 млн. рублей и снизить импорт в республику трикотажных изделий на 6,1 млн. штук, чулочно-носочных изделий на 73,3 млн. пар;

Реализация отечественной трикотажной продукции на внутреннем рынке осуществляется через торговые организации республики, в том числе подчиненные Министерству торговли Республики Беларусь, Республиканскому союзу потребительских обществ, в объектах фирменной торговли отечественных производителей, иными субъектами хозяйствования, в том числе субъектами малого предпринимательства.

Насыщение потребительского рынка республики отечественными товарами трикотажа будет обеспечиваться за счет расширения сотрудничества отечественных производителей товаров легкой промышленности с оптовыми и розничными торговыми организациями республики всех форм собственности, и развития фирменной торговли отечественных производителей товаров из трикотажа.

Создание и продвижение новых и уже существующих торговых марок и брендов отечественными производителями товаров из трикотажа будет способствовать продвижению производимой продукции на рынке республики, внешних рынках [3].

Показатели прогноза социально-экономического развития легкой промышленности Республики Беларусь на 2011 - 2020 годы базируются на анализе современного состояния отрасли, основных факторах экономического роста и оценке их влияния на развитие промышленного производства.

Реализация данной Программы за счёт сбалансированного развития трикотажной отрасли в перспективе до 2020 г. позволит обеспечить:

динамичное развитие трикотажной отрасли Республики Беларусь за счет комплексной модернизации и технического перевооружения, оптимизации потенциала отрасли и необходимых структурных преобразований, ускоренного развития научного потенциала;

новый конкурентоспособный облик трикотажной отрасли, принципиально улучшить ее положение на внутреннем и мировом рынках;

повышение обороноспособности страны путем удовлетворения потребности силовых структур и бюджетных организаций в вещевом имуществе;

расширение объемов экспорта новой (в том числе и инновационной, наукоемкой) продукции;

необходимый уровень обновляемости основных фондов организаций и поддержание их в конкурентоспособном состоянии,

сохранение и расширение числа рабочих мест, предотвращение оттока кадров в другие отрасли экономики;

повышение производительности труда и уровня его оплаты.

дополнительные налоговые поступления;

увеличение экспортной выручки.

Результаты Программы и Плана мер по обеспечению основных направлений реализации Комплексной программы развития легкой промышленности Республики Беларусь на 2011-2015 годы с перспективой до 2020 года позволят обеспечить выпуск качественной современной продукции, востребованной на внутреннем и внешнем рынках, и достигнуть следующих показателей: валовая добавленная стоимость в 2015 году возрастет в 1,6 раза, темп роста объема производства составит 155-157 % с увеличением экспорта продукции в 2,2 раза.

Результатами деятельности всех организаций легкой промышленности в 2011 - 2020 годы будет, в первую очередь, повышение эффективности производства, о чем свидетельствует рост рентабельности продаж с 11 % в 2015 г. до 13 % в 2020 году по организациям.

В 2011-2020 годы ежегодный темп роста инвестиций в основной капитал по организациям трикотажной отрасли составит около 115 %. При этом темп роста инвестиций в основной капитали в 2015г. к уровню 2010года составит 201,1 %.

Заключение

торговый экспорт импорт трикотажный

Из вышеизложенного можно сделать выводы:

1. Рынок - понятие многомерное, поэтому достаточно трудно охарактеризовать его однозначно. В упрощенном, узком понимании рынок можно рассматривать как любое место торговли (обмена) товарами и услугами.

Потребительский рынок обслуживает в основном сферу личностного потребления населения.

Спрос формируется под влиянием множества факторов, которые можно объединить в следующие группы:

- социальные: социальная структура общества, уровень развития культуры, мода, профессиональный состав населения и др.;

- экономические: уровень развития производства товаров, денежные доходы населения, уровень розничных цен и их соотношение, соотношение товарной и нетоварной форм потребления, степень обеспеченности населения товарами длительного пользования, состояние торгового обслуживания и др.;

демографические: численность населения, соотношение между городским и сельским населением, его половозрастной состав, размер и состав семьи, миграция населения;

природно-климатические условия, традиции, научно-технический прогресс, способствующий появлению аналогов, возникновению новых видов товаров;

политические факторы, непредвиденные чрезвычайные ситуации.

К особенностям этого пятилетия следует отнести продолжение положительной тенденции улучшения структуры розничного товарооборота. Удельный вес продовольственных товаров в товарообороте в 2010 году составляет 49-50 %, а непродовольственных товаров - 50-51 % против 55 и 45 % соответственно в 2005 году.

В структуре продажи продовольственных товаров продолжается тенденция повышения доли более ценных в питательном отношении продуктов питания, таких, как овощи, фрукты, мясо, молоко, яйца, рыба и рыбопродукты при одновременном замедлении темпов продажи хлеба и хлебопродуктов, сахара, картофеля. Потребление мяса и мясопродуктов с 61 кг. на душу населения в 2005 году увеличилось до 70 кг. в 2010 году, молока и молокопродуктов - соответственно с 256 до 289, рыбы и рыбопродуктов - с 19 до 22,5, овощей и бахчевых культур - со 124 до 135 кг.

Изменения в структуре продаж непродовольственных товаров. Более высокими темпами, чем продажа товаров легкой промышленности, будет возрастать продажа товаров культурно-бытового и хозяйственного назначения. При этом ожидаются более высокие темпы роста продаж технически сложных товаров бытового назначения (радио- и телеаппаратуры, бытовой техники), автомобилей, строительных материалов и т.п.

Таким образом, по всем группам товаров наблюдается значительный рост в исследуемом периоде, что связано с увеличением благосостояния населения страны, ростом объемов производства продукции. Тем не менее, на номинальный рост в этом периоде оказывают показатели инфляции в экономике. Так как фактический рост в натуральном выражении ниже, чем в денежном, это говорит о росте цен на единицу продукции.

Сохраняется достаточно высокий удельный вес покупок товаров на рынках, в киосках и другой мелкорозничной торговой сети из-за более низкого уровня цен на товары. Следовательно, доля продажи товаров отечественного производства в общем объеме розничного товарооборота розничной торговой сети 2010 г. Увеличились по всем наименованиям, что связано с ростом реальных доходов населения, количеством реализованной продукции, ростом объема производства в стране.

В соответствии с Программой социально-экономического развития Республики Беларусь на 2010-2015 г. развитие торговли в прогнозном периоде будет направлено на стабильное обеспечение платежеспособного спроса различных категорий населения на высококачественные товары широкого ассортимента преимущественно за счет отечественного производства при высоком уровне обслуживания, а также увеличение сопутствующих услуг.

Для достижения этой цели предусматривается:

повышение конкурентоспособности и улучшение условий реализации отечественных товаров;

развитие инфраструктуры товарных рынков;

совершенствование методов организации торговли;

обеспечение эффективного взаимодействия торговли с другими отраслями народнохозяйственного комплекса.

. Наибольший удельный вес по производству трикотажных изделий занимает ОАО «Полесье» в 2010 г. - 25,1%, удельный вес ОАО «Купалинка» - 21,1%, удельный вес ОАО «Камволь» - 17,4%, удельный вес РУПП «Гронитекс» - 10,1%, удельный вес ОАО «Моготекс» - 10,2%. удельный вес других - 5%. По удельному весу рост наблюдается у ОАО «Полесье», ОАО «Камволь», РУПП «Гронитекс» и другие.

Приоритеты в развитии легкой промышленности отдаются организациям, способным в короткий срок улучшить качество продукции по всей технологической цепочке до выпуска конечной продукции. В качестве «точек роста» определены ОАО «Полесье», ОАО «Камволь», Гродненское РУПП «Гронитекс», продукция которых ориентирована преимущественно на экспорт

В 2010 году объем производства продукции промышленности составил 326,2 млрд. р., увеличившись по сравнению с 2005 года на 195,3 млрд. р. то есть практически в 2,5 раза это свидетельствует о динамичном развитии данной отрасли, следует отметить что данная отрасль экономики Республики Беларусь одна из немногих занимает значительный удельный вес в объеме экспорта 4,3% и формирует положительное сальдо внешней торговли.

В производстве трикотажных изделий: выпуск современной модной трикотажной одежды различной по стилю и форме с использованием новых видов пряж, содержащих не менее 50 % натуральных волокон в сочетании с новым поколением синтетических и искусственных волокон, обладающих мягкостью, пушистостью, устойчивостью к истиранию и пиллингу; с содержанием эластичных, металлизированных, комбинированных высокорастяжимых нитей; увеличение выпуска конкурентоспособного ассортимента трикотажных изделий регулярного и полурегулярного способов вязания, а также выпуск бесшовных изделий за счет приобретения нового оборудования и модернизации установленного; обновление и расширение ассортимента за счет использования высококачественной шерстяной пряжи, а также новых видов пряжи с вложением мохера, альпака и др.; дальнейшее развитие и внедрение новых брендов, торговых марок и коллекций изделий линиями.

Розничный товарооборот в Республике Беларусь увеличился за исследуемый период на 48,7%, розничный товарооборот трикотажных изделий увеличился с 2,68% до 2,79%, то есть увеличился за этот период на 3,68 % данный рост связан с повышением благосостояния населения, увеличением объема производства трикотажных изделий в целом по Республике, ростом импорта этих изделий обусловленных наличием спроса внутри страны.

Объем розничного товарооборота трикотажных изделий через все каналы реализации составил в 2010 году 1042,99 млрд. рублей и увеличился по сравнению с 2005 годом на 54,5 % при прогнозном показателе 13-14 %, что превышает прогнозные показатели Программы развития внутренней торговли Республики Беларусь на 2005-2010 годы. Сохраняется достаточно высокий удельный вес покупок трикотажных изделий на рынках, и в другой мелкорозничной торговой сети из-за более низкого уровня цен. Таким образом, доля продажи товаров отечественного производства в общем объеме розничного товарооборота розничной торговой сети 2010 года. Увеличились по всем наименованиям, что связано с ростом реальных доходов населения, количеством реализованной продукции, ростом объема производства в стране.

Товарооборачиваемость увеличилась до 6 дн., но уже в 2010 году снизилась до 5 дней.

Таким образом, анализ тенденций развития внутреннего и международного рынков (ближнего и дальнего зарубежья) позволяет выделить следующие основные негативные факторы, сдерживавшие в прошедшем пятилетии рост объемов производства и потребительских товаров, экспорта товаров в легкой промышленности республики:

проблемы со сбытом товаров в республике и за ее пределами. Особенно усугубилась ситуация со сбытом товаров в условиях мирового финансового кризиса в 2009 году. Резкое падение спроса, в первую очередь, на мировом рынке на трикотажные товары, оказало сильное влияние на экспортоориентированные промышленные организации концерна.

В результате за 2010 год экспорт в целом по концерну сократился по сравнению с 2008 годом на 21,5 %.

Главными причинами снижения экспорта явились:

резкое снижение покупательской способности населения стран СНГ, вызванное сокращением рабочих мест, снижением фонда оплаты труда, сокращением рабочей недели на производственных организациях, что привело к перераспределению средств при планировании корзины закупок в сторону товаров первой необходимости. В целом, по мнению экспертов, мировой кризис снизил спрос на трикотаж в мире на 30 %;

жесткая конкуренция на рынках стран СНГ, демпинг со стороны конкурентов (производители Турции, Бельгии);

В республике организации отрасли испытывают жесткую конкуренцию с завозимыми дешевыми трикотажными товарами легкой промышленности кустарного производства и произведенными в странах Юго-Восточной Азии

необходимость продолжения работы по снижению уровня износа активной части основных производственных фондов, который на 01.01.2010 составил 69,7 %, на 01.01.2011 составил 61,4 %. Это один из основных факторов-ограничений для выпуска современной конкурентоспособной продукции, востребованной на внутреннем и внешнем рынках. В связи с этим одним из актуальных вопросов отрасли остается привлечение инвестиций и, в первую очередь иностранных. Наиболее остро стоит вопрос технического перевооружения организаций, основным видом деятельности которых является текстильное производство, которое требует больших капитальных вложений;

невысокая конкурентоспособность отдельных видов товаров, как по цене, так и по внешнему виду из-за выпуска ее на устаревшем оборудовании, часто из сырья невысокого качества (необходимо отметить низкое качество отечественных красителей и т.д.), работы организаций в неравных условиях хозяйствования в сравнении с зарубежными конкурентами (налогообложение, ценообразование, тарифы на энергоресурсы, таможенная политика и др.);

недостаток собственных оборотных средств, который по организациям составляет более 500 млрд. руб. В связи с этим организации не могут осуществить собственными силами комплексное переоснащение современным технологическим оборудованием;

наличие у организаций высокой кредиторской и дебиторской задолженностей.

В совокупности вышеназванные факторы привели к ужесточению конкуренции на внутреннем и внешнем рынках. В настоящее время необходимо продолжить техническое перевооружение организаций трикотажной отрасли республики, а также активно развивать маркетинговую стратегию и повышение эффективности товаропроводящих сетей.

3. Анализируя соотношение спроса и предложения трикотажных изделий имеем в 2005 году промышленность смогла удовлетворить спрос только на 41,3%, в 2006 году 43,4% в 2007 году на 57,2%, в 2008 году на 59,3% в 2009 году на 60,4% в 2010 на 58,4%, то есть в динамике данный показатель увеличился в исследуемом периоде на 35,1 % с 41,3 % до 55,8%, остальной спрос удовлетворялся за счет импорта трикотажных изделий, следует отметить, что снижение показателя в 2010 году вызвано резким ростом уровня доходов населения Республики Беларусь, в результате чего многие предпочли более дорогой зарубежный трикотаж отечественному.

Покупательная способность среднедушевых располагаемых денежных доходов населения в исследуемом периоде в целом возросла, это свидетельствует о росте социального уровня жизни в Республике Беларусь.

Таким образом, наблюдаем превышение спроса над предложением трикотажных изделий в разы, это обуславлиает наличие серьезного импорта данной продукции в Республику Беларусь, это в свою очередь обусловлено такими факторами как:

 наличие у населения спроса на конкретные виды продукции именно иносранного производства;

 недостаточно конкурентоспособная по качеству и цене отечественная продукция;

 значительный рост показателей производства данной продукции в Республике Беларусь без учета значительных запасов готовой продукции.

Согласно прогнозам объем производства по Республике Беларусь в целом вырастет с 109341,3 млрд. р. до 159893,1 млрд. р. темп роста должен составить 46 - 50 %. При этом объем производства трикотажных изделий должен увеличиться на 61,3% с 343,7 млрд. р. до 554,5 млрд. р., для обеспечения сбыта, запланирован рост розничной торговой сети. Разработана система мероприятий и инвестиционных проектов для обеспечения выполнения целевых показателей, следует отметить, что целевые показатели предыдущей программы развития легкой промышленности на 2005-2010 года были перевыполнены.

. Планируется по отношению к 2010 году в 2015 году обеспечить рост объемов производства и поставки импортозамещающих потребительских товаров на уровне 130 - 145 %, в 2020 году - до 200 %.

В 2011-2015 годы планируется продолжить работы по техническому переоснащению производства, что позволит обеспечить прирост объемов производства по основным видам продукции. Так, в 2015 г. предусматривается выпускать 1652 тонны полушерстяной пряжи, или 162,8% к уровню 2010 года, пряжи высокообъемной полиакрилонитрильной - 5 616 тонн (142,1 %), пряжи штапельной - 494 тонны (233 %).

Реализация данной Программы за счёт сбалансированного развития трикотажной отрасли в перспективе до 2015 года позволит обеспечить:

динамичное развитие трикотажной отрасли Республики Беларусь за счет комплексной модернизации и технического перевооружения, оптимизации потенциала отрасли и необходимых структурных преобразований, ускоренного развития научного потенциала;

новый конкурентоспособный облик трикотажной отрасли, принципиально улучшить ее положение на внутреннем и мировом рынках;

повышение обороноспособности страны путем удовлетворения потребности силовых структур и бюджетных организаций в вещевом имуществе;

расширение объемов экспорта новой (в том числе и инновационной, наукоемкой) продукции;

необходимый уровень обновляемости основных фондов организаций и поддержание их в конкурентоспособном состоянии,

сохранение и расширение числа рабочих мест, предотвращение оттока кадров в другие отрасли экономики;

повышение производительности труда и уровня его оплаты.

дополнительные налоговые поступления;

увеличение экспортной выручки.

Список использованных источников

1. Бурмистров, В.Г. Организация торговли непродовольственными товарами / В.Г. Бурмистров. - М.: Экономика, 2008. - 304 с.

2. Валевич, Р.П. Экономика торгового предприятия.: учеб. пособие / Р.П. Валевич, Г.А. Давыдова. - Минск: Высш. шк., 2008 -367 с.

. Волонцевич, Е. Ф. Оценка эффективности коммерческой деятельности торгового предприятия и основные направления ее повышения/ Е.Ф. Волнцевич. - Гомель: ГКИ, 2005. - 40 с.

. Виноградова, С.Н. Коммерческая деятельность: учебник / С.Н. Виноградова, О.В. Пигунова. - Минск: Высш. шк., 2005. - 351 с.

5 Герман, А.А. Коммерческая деятельность: учебник / А.А. герман. - М.: Феникс: 2007. - 460 с.

6 Демидова, М.С. Коммерческая деятельность: учебник / М.С. Демидова. - М.: Феникс: 2006. - 278 с.

Закон Республики Беларусь от 28 июля 2003 г. № 231-З «О торговле» // Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь, 2002 г., № 92, 1/7667.

Закон Республики Беларусь от 9 января 2007 года «О защите прав потребителей» // Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь, 2002 г., № 10, 2/839.

Каплина, С.А. Коммерсант в торговле: учебник / С.А. Каплина. - Ростов н/Д: Феникс: 2007. - 460 с.

Киселёв, В.Н. Формирование трикотажных изделий / В. Киселев // Маркетинг. - 2007. - № 2. - С.12-18.

11 Комаров, С.И. Легкая промышленность/ С. И. Комаров // Практический маркетинг. - 2008. - № 4. - С. 21-29.

12 Коммерческая деятельность / Под ред. С.Н. Виноградова, А.И. Капштык, О.В. Пигунова и др.; Под ред. С.Н. Виноградовой. - Гомель: ГКИ, 2001. - 140 с.

Кравченко, Л.И. Анализ хозяйственной деятельности в торговле: учеб. для вузов / Л.И. Кравченко. - Минск: Выш. шк., 2008. - 430 с.

Назаров, Н.И. Коммерческая деятельность / Н.И. Назаров. - Минск.: Высшая школа, 2007. - 281 с.

Ковальская, Л.П. Практикум по общей коммерции / Л.П. Ковальская. - М.: Агропромиздат, 2006. - 239 c.

Мухленов, П.А. Основы коммерции / П.А. Мухленов. - М.: Высшая школа, 2005. - 392 с.

17 Национальный Интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс] / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. - Минск, 2005. - Режим доступа: <http://www.pravo.by/>. - Дата доступа: 25.01.2012.

18 Статистический сборник Республики Беларусь 2010 г. - Мн: БНУ, 2000. - 120 с.

19 Тобунов, А.Р. Коммерческая деятельность: учеб. для вузов / Н. А. Смирнова, Л.А. Надежнова, Г.Д. Селезнева, Е.А. Воробьева. - М.: Экономика, 2006. - 293 с.

20 Тобунов, А.Р. Коммерческая деятельность: учебник. - М.: ИНФРА-М, 2001. - 288 c.

Тобунов А.Р. Коммерческая деятельность: учебник для торг.-экон. и учетн.-эконом. фак. торг. вузов / Афанасьева Л.Р., Базарова В.И., Боровикова Л.А. и др. - М.: Экономика, 2005. - 493 c.

Торащенко, Е.Г. Трикотаж оптом / Е.Г. Торащенко // Консультант плюс. - 2011. - №7. - С. 78-89.

Об ассортиментных перечнях товаров: постановление М-ва торговли Респ. Беларусь от 16 ноября 2006 г. № 36 // Гл. бухгалтер. - 2006. - № 49. - С. 9-32

Отраслевая программа развития потребительской кооперации на 2011-2015 годы, утвержденной постановлением Правления Белкоопсоюза № 32 от 20.10.2010 // Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь, 2010 г., № 32, 1/2010.

Отраслевая программа развития легкой промышленности на 2011-2015 г. // Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь, 2005 г., № 72, 1/2008.

Осипова, Л.В. Основы коммерческой деятельности: учебник для вузов / Л.В. Осипова, И.М. Синяева. - М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2007. - 324 с.

О Программе развития внутренней торговли Республики Беларусь на 2010-2015 годы: постановление Совета Министров Респ. Беларусь от 27 июля 2010 г. № 941.

Панкратов, Ф.Г. Коммерческая деятельность: учебник для вузов. 4-е изд., переб. и доп./ Ф.Г. Панкратов, Т.К. Серегина. - М.: Информационно-внедренческий центр «Маркетинг», 2000. - 412 с.

Памбухчиянц, О.В. Организация и технология коммерческой деятельности: учебник / О.В. Памбухчиянц. - М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2001.- 450 с.

Петухова, Н.Г. Эффективность коммерческой деятельности розничного торгового предприятия в условиях развития рыночных отношений: / Н.Г. Петухова. - Гомель: ГКИ, 2000. - 52 с.

Пигунова, О.В. Ассортиментная стратегия предприятия / О.В. Пигунова // Маркетинг.. - 2001. - № 6. - С. 50-54.

32 Розничная торговля Республики Беларусь 2007. Статистический сборник. - Минск: Банки и биржи, 2007.- 128 с.

33 Терентьев, Ф.М. Система управления ассортиментом / Ф.М. Терентьев. - М.: Высш. шк., 2007. - 158 с.

|  |
| --- |
| [Вернуться в библиотеку по экономике и праву: учебники, дипломы, диссертации](http://учебники.информ2000.рф/index.shtml)  [Рерайт текстов и уникализация 90 %](http://учебники.информ2000.рф/rerait-diplom.shtml)  [Написание по заказу контрольных, дипломов, диссертаций. . .](http://учебники.информ2000.рф/napisat-diplom.shtml) |

|  |  |
| --- | --- |
| [**КНИЖНЫЙ МАГАЗИН**](http://учебники.информ2000.рф/chitai.shtml) |  |

|  |  |
| --- | --- |
| [**ТОВАРЫ для ХУДОЖНИКОВ и ДИЗАЙНЕРОВ**](http://учебники.информ2000.рф/kar.shtml) |  |

|  |  |
| --- | --- |
| [**АУДИОЛЕКЦИИ**](http://учебники.информ2000.рф/lectr.shtml) |  |

|  |  |
| --- | --- |
| [**IT-специалисты: ПОВЫШЕНИЕ КВАЛИФИКАЦИИ**](http://учебники.информ2000.рф/otu.shtml) |  |