

Л. В. Астрапух

Научный руководитель – кандидат экономических наук В. В. Длусская
Минский филиал МЭСИ (Минск)

ПРОБЛЕМАТИКА РАЗВИТИЯ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Легкая промышленность является крупнейшей отраслью производства товаров народного потребления Республики Беларусь, обеспечивающей 3,6 % ВВП страны [1, с. 303, 305], и имеет самый высокий удельный вес продукции, выпускаемой на негосударственных предприятиях – более 80 %. В ней функционирует более 500 предприятий, выпускающих около 5 тысяч наименований продукции [2].

Развитие легкой промышленности Республики Беларусь можно назвать достаточно динамичным. Для отрасли характерен рост индексов промышленного производства в 2011 и 2012 гг. (в среднем около 3–3,5 %), и спад в 2013 г. В частности, индекс роста промышленных производств текстильного и швейного производства в 2011 г. составлял 106,8 %, в 2012 г. – 101,4 %, а в 2013 г. – 97,6 % [1, с. 303]. Аналогичная динамика наблюдается и на других производствах отрасли.

Основной проблемой, негативно влияющей на развитие отрасли, является высокая доля материальных затрат в структуре затрат (более 70 %). Кроме этого, для легкой промышленности Беларуси при современных условиях хозяйствования характерны высокие значения кредиторской (2,89 трлн бел. рублей на 01.03.2013 г.) и дебиторской (2,32 трлн бел. рублей на 01.03.2013 г.) задолженностей, а также увеличение годовой нормы запасов готовой продукции (146,6 % к среднемесячному объему производства), износ оборудования в данном периоде составляет от 64,7 % до 80 %. Необходимо отметить, что в Беларуси за январь–апрель 2013 г. убыточными были 922 организации, или 11 % от общего количества организаций, учитываемых в текущем порядке [3].

Таким образом, развитие легкой промышленности Беларуси требует принятия радикальных мер для изменения сложившейся ситуации. Наиболее актуальными можно назвать следующие:

- проведение модернизации наиболее значимых предприятий легкой промышленности при поддержке государства, обеспечив постоянный контроль за ее продвижением;
- внедрение инновационной технологии с быстрым переключением выполняемых функций;
- создание кластера: научные институты – текстильные предприятия – химическая промышленность;
- создание благоприятного инвестиционного климата в стране с гарантией репатриации прибыли инвесторам;
- создание совместных предприятий предприятиями легкой промышленности с источниками поставляемого сырья;

- применение банковского инструмента «факторинг» к дебиторской задолженности;
- передача легкой промышленности в частную форму собственности в связи с быстрой сменой моды и, следовательно, оперативно изменяющимся спросом.

При реализации предложенных выше мероприятий существует вероятность позиционирования легкой промышленности как достойного конкурента на внутреннем рынке Республики Беларусь и за ее пределами.

Список использованных источников

1. Статистический сборник Республики Беларусь 2013 / Нац. стат. комитет Респ. Беларусь; под общ. ред. В. И. Зиновского. – Минск, 2013.
2. Посольство Республики Беларусь в социалистической Республике Вьетнам [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://poland.mfa.gov.by/ru/belarus/economy_business/key_economic/light_industry. – Дата доступа: 18.03.2014.
3. Инфобаза [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://infobaza.by/industry/6217.html>. – Дата доступа: 18.03.2014.
4. Комплексная программа развития легкой промышленности Республики Беларусь на 2011–2015 годы с перспективой до 2020 года: приказ концерна «Беллэгпром» от 7 февр. 2011 №27: с изм. и доп.: текст по состоянию на 1 марта 2011 г. – Минск, 2011.

A. A. Барсуков

Научный руководитель – И. В. Торская
БНТУ (Минск)

ОБОСНОВАНИЕ ЭФФЕКТИВНОЙ СТРАТЕГИИ ФИРМЫ С ПОМОЩЬЮ SPACE-АНАЛИЗА

Практика работы успешных компаний сформировала разнообразие методов анализа положения фирмы на рынке и определения стратегий ее поведения. Среди них: матрица BCG, матрица ADL/LC, матрица SPACE-анализа и др. [1].

Стратег должен уметь оценивать наиболее выгодное стратегическое положение компании и давать правильные оценки ее деятельности с целью определения оптимальных путей ее функционирования. Одним из основных методов подобных оценок является SPACE-матрица стратегического положения и определения дальнейших путей развития фирмы. Данный метод позволяет установить стратегическое положение предприятия и выработать стратегические решения на основании анализа двух групп факторов: внутреннего состояния предприятия (финансовый потенциал предприятия и его конкурентоспособность) и внешнего положения предприятия (привлекательность отрасли и ее стабильность). Результатом SPACE-анализа является не только выявление одной из четырех возможных стратегий фирмы на рынке: консервативной, агрес-