



ТОВАРОВЕДЕНИЕ И ЭКСПЕРТИЗА ТОВАРОВ

О.В. ЦИУНЧИК

ОБЕСПЕЧЕНИЕ КАЧЕСТВА И ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ КОЖАНОЙ ОБУВИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

На современном этапе развития мирового сообщества в условиях ускоренного научно-технического прогресса качество продукции становится первоочередной задачей, определяющей развитие национальной экономики любой страны. Эволюция международного экономического сотрудничества и торговли привела к стремительному росту международной конкуренции и резкому повышению требований к качеству и безопасности выпускаемой продукции и оказываемых услуг. В результате, качество продукции является ключевым фактором ее конкурентоспособности.

В таких условиях обеспечение качества и повышение конкурентоспособности отечественной продукции на внешнем и внутреннем рынках становятся серьезной проблемой, от решения которой в значительной степени зависит будущее страны, ее место в мировом сообществе. Решению данной проблемы на государственном уровне уделяется огромное внимание. В Республике Беларусь государственное управление качеством и конкурентоспособностью осуществляется на основе рационального сочетания экономических, правовых и организационно-распорядительных механизмов, что особенно важно в переходный период.

Однако, как бы хорошо не была разработана проблема и намечены пути ее решения на государственном уровне, в конечном итоге реализация всех мероприятий по обеспечению качества и повышению конкурентоспособности товаров будет зависеть от реальной работы на местах. В данном случае речь пойдет о легкой промышленности и обувной, в частности.

Легкая промышленность Республики Беларусь — крупнейшая отрасль народно-хозяйственного комплекса, в которой производится 30 % непродовольственных товаров народного потребления. Результаты работы этой отрасли во многом определяют благосостояние людей и экономическую эффективность народного хозяйства. Причем по данным на 1 января 2006 г. более 80 % продукции легкой промышленности страны приходится на долю концерна «Беллепром», при этом более 70 % белорусской обуви также производится на предприятиях концерна [1].

Ольга Вениаминовна ЦИУНЧИК, ассистент кафедры товароведения непродовольственных товаров Белорусского государственного экономического университета.

В соответствии с Концепцией и Программой развития легкой промышленности Республики Беларусь на 1998—2015 гг. с целью выполнения Указа Президента Республики Беларусь № 246 от 14.05. 1998 г. “Об утверждении Концепции и Программы развития промышленного комплекса Республики Беларусь на 1998—2015 годы”, главной целью которых является более полное удовлетворение потребностей населения республики в товарах народного потребления на основе повышения эффективности и конкурентоспособности выпускаемой продукции на внешнем и внутреннем рынках, а также достижения устойчивых темпов наращивания производства, предусматривается 2 этапа развития отрасли:

1) 1998—2005 гг. (этап активной реконструкции). Его первоочередные задачи: достижение уровня производства, сложившегося к 1990 г.; создание технической базы производства для освоения новых видов продукции, повышения ее конкурентоспособности и роста эффективности производства. Прогнозируемый результат — формирование стабильного потребительского рынка, обеспечение структурно-ассортиментной сбалансированности спроса и предложения;

2) 2006—2015 гг. (этап стабильного перехода к эффективному функционированию промышленного комплекса по производству товаров для населения). Главная решаемая задача: получение предприятиями отрасли национальных и международных сертификатов систем управления качеством, отражающих техническое и организационное состояние производства, обеспечивающих выпуск высококачественной, конкурентоспособной продукции и самоокупаемость отрасли. Результат — практически полное удовлетворение платежеспособного спроса населения республики на продукцию легкой промышленности, ускоренное развитие экспортного потенциала отрасли в сочетании с импортозамещением [1; 2].

На первом этапе для повышения конкурентоспособности и улучшения реализации товаров было намечено:

- развивать отраслевую систему дизайнерского обеспечения;
- расширять работы по сертификации товаров в международных и испытательных центрах;
- продолжить формирование сети представительств концерна “Беллегпром”, дистрибьюторских и дилерских служб в Беларуси, странах СНГ и Запада;
- ориентироваться на удовлетворение потребностей конкретных групп населения, в том числе пожилых, молодежи, малообеспеченных.

Дальнейшее развитие ассортимента и повышение качества обуви предусматривалось за счет внедрения в производство новых основных и вспомогательных материалов, большего применения материалов с клеевым покрытием для внутренних деталей; использования готовых узлов, новых химических и комплектующих материалов. Предусматривалось расширение производства обуви с применением кожевенных товаров с новым видом отделок, текстильных материалов с улучшенными деформационными и товарными свойствами, освоение принципиально новых видов обуви, практически стопроцентное сезонное обновление [1].

За 7 лет (1998—2005) проделана большая работа, однако не все задачи этапа активной реконструкции решены, и, как следствие, прогнозируемый результат не был достигнут. Анализ тенденций производства и потребления кожаной обуви на отечественном рынке показал, что в целом по стране за последние 15 лет по сравнению с 1990 г. объемы производства кожаной обуви сократились более чем в 4, а по сравнению с 1998 г. — в 1,5 раза. Фактически потребности населения за счет обуви отечественного производства могут быть удовлетворены на 1/3, а с учетом экспорта — лишь на 1/6.

Вследствие падения реального уровня доходов основной массы населения в течение длительного периода рынок Республики Беларусь характеризовался низким уровнем спроса на кожаную обувь. Кроме того, из-за высоких объемов поставок импортной обуви (в основном за счет челночного рынка) сформировался некоторый избыток ее предложения. Таким образом, на рынке кожаной обуви Республики Беларусь отличается несбалансированность спроса и предложения. Это создает предпосылки для обострения конкуренции, причем основным методом ее ведения — ценовой. Отечественная обувная промышленность, к сожалению, не в состоянии обеспечить потребности населения страны в кожаной обуви ни по количеству, ни по цене. Поэтому производителям кожаной обуви в Республике Беларусь для развития мощностей требуются инвестиции, перед ними также остро встает проблема обеспечения конкурентоспособности выпускаемой продукции по ценовому фактору.

Кроме того, анализ структуры ассортимента производимой обуви показал, что она еще далеко не сбалансирована и имеются следующие недостатки:

- дефицит недорогой обуви для пожилых людей, в том числе комфортных туфель большой полноты на плоской подошве для женщин старшего возраста;
- отсутствие нарядных туфель для торжественных случаев для всех половозрастных категорий;
- нехватка современной универсальной кроссовой обуви, в том числе женской с верхом из натуральной кожи белого цвета;
- недостаток спортивной обуви для школьников;
- узость мужского ассортимента, особенно летней обуви;
- отсутствие летней обуви для школьниц-девочек;
- нехватка или полное отсутствие обуви крайне больших и крайне малых размеров и повышенной полноты (21,5–22,0 и 27,0–27,5 размеров женской обуви, 27,0–30,5 размеров мужской обуви), а также 23,5–24,0 размеров девичьей обуви малой полноты [3, 8–12].

Во исполнение пункта 25 Государственной программы “Качество” на 2004–2006 гг. в рамках отрасли концерном “Беллегпром” была разработана Отраслевая программа “Качество” на 2004–2006 гг. Основная ее цель совпадает с целью государственной политики в области качества: создание условий для разработки и производства качественных и конкурентоспособных на внутреннем и внешнем рынках продукции, выполняемых работ и оказываемых услуг, соответствующих требованиям международных стандартов и удовлетворяющих требования потребителей; содействие повышению экспортного потенциала отечественных товаропроизводителей путем устранения технических барьеров в торговле с зарубежными странами и решения на этой основе проблемы интеграции Республики Беларусь в мировую экономику.

Для достижения поставленной цели программой предусматривается решение ряда задач, в том числе:

- совершенствование форм и методов управления качеством на всех уровнях управления качеством;
- совершенствование информационного обеспечения в области качества и конкурентоспособности;
- повышение экспортных возможностей отечественных товаропроизводителей путем сертификации продукции, внедрения систем менеджмента качества, систем управления окружающей средой;
- стимулирование создания новых видов конкурентоспособной продукции.

Ею же предусматривается выполнение заданий и мероприятий по таким направлениям: управление качеством и повышение экспортных возможностей отечественных товаропроизводителей; создание и сертификация систем качества на основе международных стандартов ИСО серии 9000, систем экологического управления по ИСО серии 14000 и сертификация продукции; создание

системы мониторинга и прогнозирования внутреннего и внешнего спроса и развития ассортимента; совершенствование информационного обеспечения в области качества и конкурентоспособности и др. В целом Отраслевой программой “Качество” предусмотрена реализация 88 конкретных мероприятий по вышеназванным направлениям, в том числе 35 из них включены в Государственную программу “Качество” на 2004–2006 гг. [4].

На момент разработки названной программы в соответствии с запланированными мероприятиями Отраслевой программы “Качество” на 2001–2003 гг. в 29 организациях отрасли были внедрены и действуют системы управления качеством в соответствии с требованиями международных стандартов ИСО серии 9000, в том числе на трех предприятиях обувной промышленности (ООО СП “Белвест”, ЗАО СП “Белкельме” и РУПП “Кричевский завод резиновых изделий”), что составляет более 10 % от всех предприятий, внедривших систему управления качеством. Доля сертифицированной продукции, в общем объеме выпущенной в целом по концерну, составляла 65 %, в том числе по кожевенно-обувной промышленности — 67 %. В состав концерна входят две испытательные лаборатории, осуществляющие сертификацию кожаной обуви, — испытательная лаборатория обуви и кожгалантереи “ИЛОК”, аккредитованная в 2000 г., и испытательная лаборатория продукции текстильной и легкой промышленности минского экспериментального сырьевого отдела РУП “Центр научных исследований легкой промышленности”, аккредитованная в 1994 г. [4].

В рамках реализации Отраслевой программы “Качество” на 2004–2006 гг. по состоянию на 1 января 2006 г. 57 организаций концерна “Беллегпром” внедрили и сертифицировали системы управления качеством в соответствии с требованиями международных стандартов ИСО серии 9000. Данная цифра полностью совпадает с прогнозируемыми результатами. Однако, что касается непосредственно обувной промышленности, то из восьми запланированных реально названное мероприятие реализовали лишь 5 предприятий (62,5 %), а 3 — соответственно ОАО “Обувь” (г. Могилев), ЗАО “Отико” и ЗАО “Сивельга” — его не реализовали, причем ОАО “Обувь” должно было внедрить и сертифицировать систему качества еще к концу 2004 г. Таким образом, на сегодняшний день в обувной отрасли промышленности концерна “Беллегпром” сертифицированную систему качества имеют 8 предприятий или 14 % от общего числа предприятий концерна, сертифицировавших систему качества. Причем 7 из них внедрили модель системы качества в соответствие с международным стандартом ИСО 9001, которая вызывает наибольшее доверие потребителей, и одно (РУПП “Кричевский завод резиновых изделий”) — ИСО 9002 [4].

Предприятия и организации концерна “Беллегпром” активно участвовали в ежегодно проводимых в Республике Беларусь конкурсах. Так, Премией правительства Республики Беларусь за достижения в области качества в период за 1999–2005 гг. награждены 16 предприятий отрасли, в том числе ООО СП “Белвест” (2002), которое подтвердило звание лауреата и в 2005 г. Лауреатами конкурса “Лучшие товары Республики Беларусь” в 2002 г. стали 19 предприятий, в том числе ООО СП “Белвест” (обувь кожаная моделей Tag 53, Baru, Celine) — 5 % от общего числа лауреатов по концерну; в 2003 г. в номинации “Промышленные товары для населения и изделия народных промыслов” — 11 предприятий, в том числе ЗАО СП “Белкельме” (полуботинки женские для активного отдыха модели 50300, полуботинки мужские для активного отдыха модели 30933, обувь для игры в футбол модели 56535) — 9 % от общего числа лауреатов; в 2004 г. в этой же номинации — 17 предприятий, в том числе ООО СП “Белвест” (туфли женские, фасон VELLA) и ООО СП “Марко” (сапоги женские с верхом из кожи клеевого метода крепления) — 12 %. В конкурсе “Лучшие товары Республики Беларусь на рынке Российской Федерации” в

номинации “Промышленные товары для населения” в 2002 г. лауреатами стали 7, в том числе ООО СП “Белвест”; в 2003 г. — 8, в том числе опять все то же ООО СП “Белвест”; в 2004 г. — 15, в том числе ООО СП “Марко”; в 2005 г. — 6 предприятий, в том числе ООО СП “Белвест”.

Концерн “Беллепром” является коллективным организатором участия белорусских предприятий легкой промышленности в Федеральных ярмарках легкой и текстильной промышленности в г. Москве, проводимых 2 раза в год. Для насыщения отечественного рынка ежегодно проводится выставка-ярмарка “БелТЕКСлегпром” по оптовой продаже товаров легкой и текстильной промышленности, организатором которой является концерн. С 2002 г. данная выставка-ярмарка проводится 2 раза в год в г. Минске в павильонах НВЦ “БелЭкспо”.

При этом анализ результатов выставок-ярмарок “БелТЕКСлегпром” показывает, что за последние 5—6 лет ассортимент обувных предприятий отрасли обновляется в среднем на 70 % ежегодно, при этом на продажу предлагается порядка 1 500 моделей. Хорошие оценки ассортиментных коллекций за данный период получили 6 предприятий (ООО “Сивельга” (г. Минск), СП “Чевляр” (г. Минск), ОАО “Обувь” (г. Могилев), «Гродненская обувная фабрика “Неман”», СП “Отико” (г. Минск), ООО СП “Марко” (г. Витебск)). Однако в последние годы наметилась тенденция резкого снижения объемов поставки кожаной обуви на внутренний рынок — за 5 лет (2000—2004) более чем в 2 раза.

Среди негативных моментов есть следующие. Заключение договоров в соответствии с доведенными квотами по кожаной обуви, в том числе детской, осуществлялось не в полном объеме (“лидер” — СП “Чевляр”, в этой “номинации” также отмечены ООО “Ирвит” (г. Витебск), ОАО “Барановичская обувная фабрика”, ОАО “Бобруйская обувная фабрика”). С большинством предприятий отсутствовала договоренность по отгрузке товаров с учетом схем товародвижения, определенных в регионах, и работе опта по ценам производителя. Имеется несогласованность конкретных спецификаций с покупателями по товарным признакам у ОАО “Красный Октябрь” (г. Витебск), ОАО “Обувь” (г. Могилев) и др. Не были согласованы условия договоров поставки (возврат, замена, совместные уценки нереализованных товаров, сроки оплаты и др.) с ОАО «Гродненская обувная фабрика “Неман”», ОАО “Обувь” (г. Могилев), ОАО “Красный Октябрь” (г. Витебск), ОАО “Лидская обувная фабрика”. Министерство торговли Республики Беларусь отметило, что основная причина сложившегося положения — низкая обновляемость вырабатываемого ассортимента, снижение покупательского спроса на товары отечественного производства, в первую очередь, из-за ценового фактора (например, в 2003 г. розничная цена комнатной обуви ОАО “Лидская обувная фабрика” была почти в два раза выше аналогичной обуви российского производства). Работа в январе 2004 г. показала, что не все предприятия концерна “Беллепром” готовы к выполнению принятых обязательств по поставке товаров в соответствии с заявками торговли, на предприятиях которой периодически отсутствовал закупленный ассортимент.

Концерн “Беллепром” принял стратегию развития отрасли на 2005—2010 гг. Она базируется на четырех направлениях: качество, создание брендов и товаропроводящей сети, сокращение издержек производства. Работа по данным направлениям поможет предприятиям подготовиться к вступлению Беларуси во Всемирную торговую организацию и будет способствовать повышению конкурентоспособности выпускаемой продукции.

В настоящее время в концерне более половины предприятий выпускают сертифицированную продукцию в соответствии с международными стандартами ИСО серии 9000. Работа по сертификации продолжается. В результате

30 % продукции продается в России и других странах СНГ, 30 % — на рынке Евросоюза и США, остальная часть — на внутреннем рынке.

Перед предприятиями поставлена конкретная задача по созданию и “раскрутке” торговых марок. Это долгий процесс, требующий участия высококвалифицированных специалистов и больших инвестиций. Сейчас в легкой промышленности ситуация такова, что потребитель не спрашивает, где изготовлен товар — в Китае или Европе, а, главное, под какой торговой маркой он продается. В связи с этим отметим, что лауреатами конкурса “Бренд года 2004” в различных номинациях стали 5 предприятий концерна, в том числе ООО СП “Белвест” в номинации “Признание потребителей 2004”.

В основу разработки товаропроводящей стратегии должен быть положен принцип организации работы с клиентом на высоком уровне. В условиях превышения предложения над спросом покупатель имеет широкий выбор, он придирчив и требователен. Поэтому производитель стремится наладить более тесную связь с торговлей, убедить ее в необходимости более активной, эффективной и продуктивной работы с покупателем. За прошлый и текущий год “Беллепром” создал представительства предприятий в России (Казань, Санкт-Петербург, Москва) и Литве.

Для усиления конкурентоспособности продукции концерну предстоит также снизить производственные издержки. Сокращая их, необходимо высвободившиеся средства вкладывать в техническое перевооружение предприятий и в обучение персонала [5].

Таким образом, концерном “Беллепром” проводится большая работа, направленная на повышение качества и конкурентоспособности выпускаемой продукции. В частности, разработана и реализуется Отраслевая программа “Качество” на 2004—2006 гг. Однако, если в целом по концерну работа по вышеуказанным направлениям проводится на должном уровне, то обувная отрасль промышленности отстает в развитии.

На сегодняшний день сертифицированную систему качества на соответствие международным стандартам ИСО серии 9000 имеют 8 предприятий вместо одиннадцати, запланированных Отраслевой программой “Качество” на 2004—2006 гг. Этот показатель составляет 14 % от общего числа предприятий концерна, имеющих сертифицированную систему качества, или 40 % от всех обувных предприятий отрасли (что на 20 % ниже, чем в целом по концерну). Ни одно обувное предприятие не сертифицировало систему экологического управления по ИСО серии 14000.

Предприятия обувной отрасли промышленности концерна “Беллепром” участвуют в ежегодно проводимых в стране конкурсах. Однако лауреатами на протяжении последних 4—7 лет становятся практически одни и те же: ООО СП “Белвест”, ЗАО СП “Белкельме” и ООО СП “Марко” (которое, кстати, в настоящее время вышло из состава концерна) — 3 предприятия из 20 или 15 % предприятий обувной отрасли.

Анализ тенденций производства и потребления кожаной обуви на отечественном рынке показал, что несмотря на снижение спроса на данную группу товаров, из-за резкого сокращения объемов производства отечественная обувная промышленность на сегодняшний день не в состоянии обеспечить потребности населения республики в кожаной обуви по количеству и по цене.

Обувные предприятия активно участвуют в проводимых концерном оптовых выставках и ярмарках. Однако Министерством торговли Республики Беларусь отмечен ряд недоработок: заключение договоров по кожаной обуви осуществляется не в полном объеме в соответствии с доведенными квотами (“лидер” — СП “Чевляр”); отсутствует договоренность по отгрузке товаров; есть несогласованность конкретных спецификаций с покупателями по товар-

ным признакам, по условиям договоров поставки; медленно и слабо обновляется ассортимент.

На наш взгляд, большинство недостатков в обувной промышленности свидетельствуют о том, что отечественные производители кожаной обуви в незначительной мере владеют информацией о тенденциях спроса на белорусском рынке и на потенциальных внешних рынках обуви, т.е. не проводят систематические комплексные рыночные исследования, одним из элементов которых является оценка конкурентоспособности выпускаемой продукции. Проведение такой оценки помогло бы не только обозначить проблему низкой конкурентоспособности выпускаемой продукции, но и выявить ее причины на местах, устранение которых в дальнейшем смогло бы содействовать ее решению, т.е. способствовать повышению конкурентоспособности отечественной кожаной обуви.

Кроме того, с целью повышения конкурентоспособности отечественной продукции белорусским обувным предприятиям можно рекомендовать следующее:

- активнее проводить работу по внедрению и сертификации систем качества на соответствие международным стандартам ИСО серии 9000 и систем экологического управления по ИСО серии 14000;
- инициировать участие в ежегодно проводимых в стране и за рубежом конкурсах с целью попадания в лауреаты;
- наращивать объемы производства за счет выпуска востребованной продукции, соответствующей запросам потенциальных потребителей как по качеству, так и по цене;
- наладить договорную работу с предприятиями, находящимися в ведомстве Министерства торговли, на взаимовыгодных условиях;
- стремиться к оптимизации ассортимента выпускаемой продукции за счет сбалансированности его структуры.

Таким образом, реализация стратегии развития концерна “Беллепром” на 2005–2010 гг., предусматривающей 4 основные направления (качество, создание брендов и товаропроводящей сети, сокращение издержек производства) вкупе с реализацией вышеназванных мероприятий позволит предприятиям обувной отрасли выйти из затяжного кризиса и, как следствие, выпускать продукцию, конкурентоспособную на внутреннем и на внешнем рынках.

Литература и электронные публикации в Интернете

1. Аннотация концепции развития легкой промышленности Республики Беларусь на 1998–2015 годы. Материалы государственного концерна по производству и реализации товаров легкой промышленности “Беллепром” [Электронный ресурс]. — Минск, 2005. — Режим доступа: <http://bellegprom.by/>. — Дата доступа: 5.01. 2005.

2. О проекте Концепции и Программы развития легкой промышленности Республики Беларусь на 1998–2015 годы. Материалы государственного концерна по производству и реализации товаров легкой промышленности “Беллепром” [Электронный ресурс]. — Минск, 2005. — Режим доступа: <http://bellegprom.by/>. — Дата доступа: 5.01. 2005.

3. *Циунчик, О.В.* Анализ основных причин низкой конкурентоспособности белорусской кожаной обуви на отечественном рынке / О.В. Циунчик // Бухгалт. учет и анализ. — 2006. — № 4.

4. Отраслевая программа “Качество” на 2004–2006 годы государственного концерна по производству и реализации товаров легкой промышленности “Беллепром”. Материалы сайта государственного концерна по производству и реализации товаров легкой промышленности “Беллепром” [Электронный ресурс]. — Минск, 2005. — Режим доступа: <http://bellegprom.by/>. — Дата доступа: 8.01. 2006.

5. Стратегия развития концерна “Беллепром” на 2005–2010 годы. Материалы сайта государственного концерна по производству и реализации товаров легкой промышленности “Беллепром” [Электронный ресурс]. — Минск, 2005. — Режим доступа: <http://bellegprom.by/>. — Дата доступа: 8.01. 2006.