

ределенных; б) разработать системы мониторинга среды маркетинга и анализа конкурентоспособности; в) повысить способность адаптации к переменам в среде; г) регулярно пересматривать бизнес-портфель.

Стратегии маркетинга основываются на главных стратегиях предприятия. Они обычно включают:

1. Рынок продуктов или услуг, где предприятие собирается конкурировать.

2. Уровень инвестиций, который необходим для поддержания и развития предприятия.

3. Ассортимент продукции (услуг), стратегии позиционирования, ценообразования, продвижения, необходимые для конкуренции на выбранном рынке.

4. Технологии и прочие активы, обеспечивающие устойчивое конкурентное преимущество (УКП).

Стратегический подход в управлении маркетингом имеет ряд преимуществ. Во-первых, он помогает предприятию ориентироваться на ключевые внешние факторы, такие как потребители и конкуренция. Вместо проектирования прошлых тенденций на будущее целью предприятия становится построение стратегий, которые будут учитывать интересы потребителей. Стратегические планы также предусматривают изменения во внешней среде, что позволяет быстрее реагировать на действия конкурентов. Во-вторых, стратегический маркетинг важен потому, что приводит к долгосрочному предвидению ситуации. Сегодня предприятия с глобальными маркетинговыми стратегиями способны лучше удовлетворять потребности потребителей и успешно действовать в условиях растущей международной конкуренции.

Маркетинговые стратегии предназначены для использования в стратегических хозяйственных подразделениях (СХП).

Каждому предприятию необходимо разрабатывать СХ11 — концепцию и методику анализа портфеля направлений деятельности с целью создания устойчивого конкурентного преимущества на рынке и достижения поставленных целей.

*Г.А. Щербич*  
БГЭУ (Минск)

## **КОНЦЕПЦИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ**

Легкая промышленность является одной из важнейших отраслей потребительского комплекса и промышленности Республики Беларусь. В настоящее время в республике около 260 предприятий этой отрасли, основная часть которых объединена в концерн "Беллепром".

За последние два года (1997-1998г.г.) объемы производства в целом по отрасли возросли в 1,5 — 1,8 раза по сравнению с 1996 годом, т.е. наметилась тенденция к стабилизации, но большинство предприятий находится в кризисной ситуации. Основными причинами кризисного положения являются:

устаревшее оборудование. Так, на большинстве предприятий — 40% технологического оборудования имеют срок службы 10-20 лет. Возможность обновления основных производственных фондов в отрас-

ли ограничена разницей в ценах на продукцию легкой промышленности и машиностроения. Объем же государственных инвестиций в легкую промышленность резко сократился;

низкие качественные и эстетические параметры используемого отечественного сырья и материалов для производства продукции, в то время как цены на них довольно высокие. В случае же покупки импортного сырья цены становятся еще выше и больше несоизмеримы с низкой покупательной способностью большинства населения;

слабое или отсутствие исследования рынков сбыта, потребителей, конкурентов;

неразработанность системы коммуникаций, с помощью которой можно продвигать продукцию на рынке;

усиление конкурентной борьбы на рынке Республики Беларусь вследствие увеличения импорта зарубежных товаров.

Для преодоления имеющихся проблем и обеспечения экономического роста в последующем периоде необходимо:

во-первых, осуществить стабилизацию производства и создать условия экономического роста;

во-вторых, обеспечить экономический рост и конкурентоспособность продукции на внутреннем и внешнем рынках.

Для решения этих задач необходимо:

1. Разработать инвестиционную политику для повышения технического уровня производства. Большую роль здесь может сыграть привлечение иностранного капитала, такой опыт есть у нас.

2. Для обеспечения конкурентоспособности необходимо уменьшать издержки производства и на этой основе снижать цены. Большую роль в этом направлении может сыграть введение системы управления качеством на всех этапах жизненного цикла товаров, а также совершенствование организационной структуры управления.

Снижению себестоимости будут способствовать современные технологии системы автоматизированного проектирования швейных изделий и технологических процессов. Данные системы позволяют ускорить запуск в производство новых моделей в 3-4 раза.

3. Совершенствование маркетинговой деятельности на предприятиях. В частности, изучение и анализ рынков сбыта и ориентация производства на потребности потенциальных потребителей. Совершенствование системы товародвижения на основе организации фирменной торговли. Необходимо также активизировать систему коммуникационных мероприятий. В частности, рекламу, методы стимулирования продаж, активнее участвовать в выставках, ярмарках, особенно зарубежных и организация постоянно действующих.

4. Немаловажная роль должна быть отведена повышению квалификации кадров и разработке более эффективной системы мотивации качественного труда в сочетании с личной ответственностью за качество.

5. Снижение затрат в прогнозируемом периоде может быть достигнуто за счет частичной замены импортного хлопка и шерсти на короткое льняное волокно. Подсчитано, что за счет таких мероприятий материалоемкость продукции к 2 000г. должна уменьшится по сравнению с 1995 г. на 20-25 %.

Реализация предложенных мероприятий будет способствовать расширению рынков сбыта за счет наиболее полного удовлетворения потребностей покупателей.