

Э. И. Никитина,
старший преподаватель
*Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси
«Международный университет «МИТСО», г. Минск*

НАПРАВЛЕНИЯ УВЕЛИЧЕНИЯ ЭКСПОРТА ПРЕДПРИЯТИЙ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ С УЧЕТОМ МИРОВЫХ ТЕНДЕНЦИЙ

Аннотация: Данная статья посвящена изучению ключевых проблем отечественных предприятий легкой промышленности, выявлению основных направлений наращивания экспортных поставок с учетом мировых тенденций.

Ключевые слова: легкая промышленность, экспорт, проблемы торговли, тенденции развития отечественного легпрома.

Annotation: This article is devoted to studying of the key problems of domestic enterprises of light industry, identifying the main ways to increase export supplies taking into account global trends.

Key words: light industry, exports, trade problems, trends in the development of the domestic light industry.

Легкая промышленность в Беларуси занимает около 28 – 30 % в общем объеме производства непродовольственных товаров, насчитывает более 2,2 тысяч компаний как государственной, так и частной формы собственности. При этом за последние десять лет число частных организаций легкой промышленности постоянно растет, и сегодня примерно 85 % компаний и фабрик – это частные организации.

Крупные компании легкой промышленности входят в концерн «Беллегпром», объединяющий более 100 предприятий, которые производят 80 % всей продукции легкой промышленности. Помимо производственных предприятий, у концерна есть собственные торговые структуры, в том числе за пределами страны.

Так, организациями, входящими в состав концерна, в 2017 г. произведено продукции на сумму 2050,3 млн рублей, или 110,8 % к соответствующему периоду 2016 г. Рост объемов производства продукции в натуральном выражении по сравнению с соответствующим периодом прошлого года наблюдается по следующим позициям: по тканям прирост составил 5,5 %, по коврам и ковровым изделиям – 13,3 %, по чулочно-носочным изделиям – 9,7 %, по корсетным изделиям – 48,0 %, по обуви – 7,7 %.

По результатам 2017 г. финансовое состояние организаций концерна можно оценить как стабильное: сократилось количество убыточных организаций по сравнению с началом года на 40,0 %, получена чистая прибыль

в размере 99,3 млн рублей. Рентабельность продаж за 2017 г. составила в целом по концерну 13,0 %, по промышленным организациям – 14,6 % [2].

Самой крупной по объему выпускаемой продукции остается *текстильная отрасль*. Она объединяет производство различных видов тканей, трикотажа, валяльно-войлочных и других изделий.

Крупнейшими предприятиями в данной отрасли являются УП «Барановичское производственное хлопчатобумажное объединение», ОАО «Лента» (Могилев), ОАО «Камволь», ОАО «Сукно» (Минск), РУПТП «Оршанский льнокомбинат», ОАО «Моготекс» (Могилев), ОАО «Свитанак» (Солигорск), ОАО «Витебские ковры» и др.

Основная продукция этих компаний – ткани, пряжа, гардинно-тюлевые изделия и т. д.

Трикотажная отрасль ориентируется на выпуск трикотажа, трикотажного полотна, чулочно-носочных и других изделий. Специализированные предприятия в этом сегменте – ОАО «Брестский чулочный комбинат», РУПП «Барановичская трикотажная фабрика», ОАО «Солигорское трикотажное предприятие «Купалинка».

Широко известен трикотаж таких белорусских брендов, как «Полесье», «Алеся», «8 Марта», «Свитанак».

Швейная отрасль легкой промышленности включает в себя около 170 производств. Среди крупнейших швейные фабрики ОАО «Коминтерн» в Гомеле, «Знамя индустриализации» в Витебске, СП ЗАО «Милавица» и ОАО «Прогресс» в Минске, ЗАО «Веснянка» в Могилеве.

Основное направление деятельности этих предприятий – пошив костюмов и верхней одежды, предметов детской одежды, белья, головных уборов и изделий из меха. Крупнейшие швейные фабрики Беларуси располагают «портфелем» экспортных брендов, которые поставляются на экспорт не только в рамках СНГ, но и в Великобританию, Данию, Польшу, США, Нидерланды, Чехию.

Обувная отрасль легкой промышленности объединяет около 20 предприятий. Наиболее известны обувные белорусские бренды «Белвест», «Марко», «Сивельга», «Ле Гранд», «Неман».

Основными производителями детской обуви являются ОАО «Лидская обувная фабрика», ОАО «Обувь» в Минске, ОАО «Красный Октябрь». Сегодня белорусская обувная отрасль решает целый ряд проблем, важнейшая из которых конкурентоспособность на фоне импорта. В связи с этим предприятия ставят целью повышение качества сырья и снижение уровня импортоспособности. Белорусский рынок обуви требует новых подходов: развития местных брендов, расширения модельного ряда.

Легкая промышленность Республики Беларусь имеет высокий уровень экспортоориентированности. За январь – декабрь 2017 г. экспорт по организациям, входящим в состав концерна, составил 565 млн долларов США [1].

Основные данные по объемам экспортных поставок предприятий концерна «Беллегпром» по отраслевой принадлежности отражены в таблице.

Таблица – Объем экспорта предприятий концерна «Беллегпром» по отраслям в 2014 – 2017 гг., тыс. руб.

	2015 г.	2016 г.	2017 г.
Объем экспорта, итого по концерну	793 641,829	1 105 269,8	1 128 480,4
Доля экспорта в общем объеме производства, %	53,9	59,8	53,3
Текстильная отрасль	284 139,3	456 240,5	334 041,2
Доля экспорта по отрасли, %	65	82,4	62,8
Трикотажная отрасль	188 545	265 646,8	335 215,2
Доля экспорта по отрасли, %	56,2	57,9	45,5
Швейная отрасль	169 368,1	210 079,7	265 230
Доля экспорта по отрасли, %	69,5	71,8	66,7
Кожобувная отрасль	150 380,3	171 854,3	192 500
Доля экспорта по отрасли, %	33,2	32	32,2
Прочие организации	463,3	450,7	465
Доля экспорта в общем объеме производства по группе, %	–	–	–
Организации, входящие в холдинги, не подчиненные концерну	745,8	997,8	1029
Доля экспорта в общем объеме производства по группе, %	18,1	21,1	20

Источник: собственная разработка автора на основании данных Концерна «Беллегпром».

Данные таблицы свидетельствуют о том, что большую долю продукции на экспорт поставляют предприятия текстильной и швейной отрасли (более 70 % в 2017 г.), значительные объемы экспорта и у предприятий трикотажной отрасли.

Динамичное наращивание экспортного потенциала предприятий концерна невозможно без постоянного расширения географии потребителей. Однако ключевой проблемой во внешней торговле отечественных организаций остается низкий уровень географической диверсификации.

Несмотря на то, что продукция концерна «Беллегпром» экспортировалась в 62 страны мира, включая страны Западной Европы и США, основным потребителем экспортируемой продукции по-прежнему остается Россия, на долю которой приходится более 72 % от общего объема экспорта (рис. 1).



Рисунок 1 – Доля экспорта предприятий Беллегрпрома по странам в 2017 г.

Как видно из представленного графика на рис. 1, в 2017 г. ключевыми рынками сбыта были Россия, Казахстан, Украина, Литва и Польша [1].

Целесообразно отметить, что основной объем реализованных товаров легкой промышленности в 2017 г. пришелся на страны СНГ и ЕАЭС (88,2 %), в ЕС было поставлено 11,49 %, а доля выхода на рынки других интеграционных объединений невысока (рис. 2).

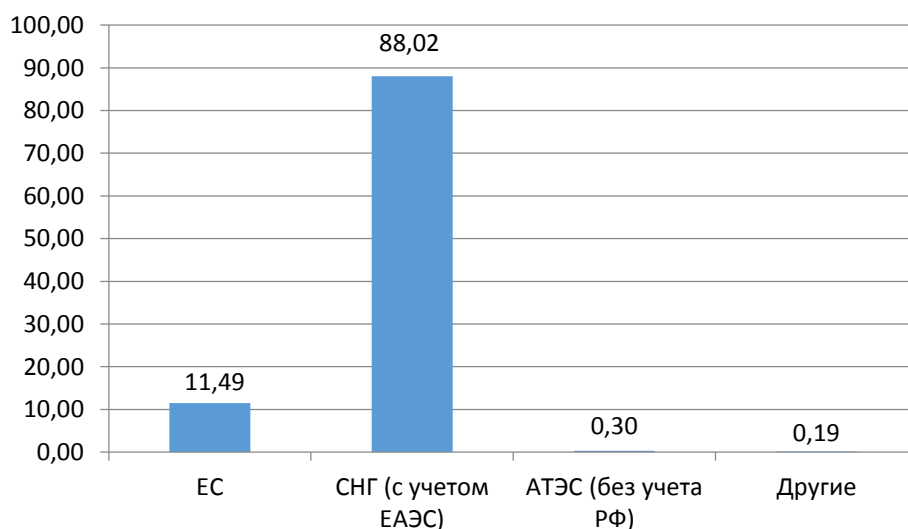


Рисунок 2 – Доля экспорта товаров легкой промышленности по основным интеграционным объединениям в 2017 г.

В 2017 г. значительные объемы трикотажных и текстильных изделий были реализованы в Германию и Литву, что свидетельствует о растущем интересе к белорусским производителям со стороны европейского рынка.

Основными экспортирующими предприятиями на протяжении 2014 – 2017 гг. остаются РУПТП «Оршанский льнокомбинат», ОАО «Камволь», Гродненское РУПП «Гронитекс», ОАО «Милавица», ОАО «Коминтерн» и др.

Основными характеристиками рынка легкой промышленности в 2015 – 2017 гг., оказывающими влияние на белорусский экспорт, выступали:

1. Падение спроса на внешних рынках, в том числе в России и Украине, которое спровоцировало возникновение проблем со сбытом, вследствие которых в 2015 – 2016 гг. предприятия были вынуждены приостанавливать производство или часть мощностей. Данная проблема была характерна в основном для частных белорусских компаний, в том числе и для ведущего в СНГ производителя женского белья ЗАО «Милавица».

2. Рост доли импортных сырья, фурнитуры и комплектующих при производстве готовой продукции.

3. Вступление России и Казахстана в ВТО, которое привело к снижению импортных пошлин на ряд товаров, а также обострению проблем сбыта вследствие упрощения порядка ввоза физлицами товаров для личного пользования с созданием Таможенного союза, а затем и ЕАЭС.

4. Торговля белорусских индивидуальных предпринимателей одеждой и обувью в основном импортного производства.

По оценке ЕЭК, нелегальный рынок продукции легпрома государств – членов ТС и ЕАЭС составляет около двух третей общего рынка, формируемого в том числе нелегально ввезенной и нелегально произведенной на территории ТС и ЕАЭС продукцией.

Достаточно негативно влияет на конкурентоспособность отрасли изменение формата торговли в связи с приходом на рынок гипермаркетов и торговых сетей. Это приводит к падению популярности у покупателей традиционных магазинов готовой одежды и мелкой розницы. Кроме того, существенную негативную роль играет ассортиментная политика многих сетевых операторов, делающих акцент на реализации дешевой продукции производителей Средней Азии.

Государство, стремясь минимизировать названные негативные тенденции, защищает внутренний рынок и поддерживает отечественных производителей.

Помимо продолжения модернизации, концерн «Беллегпром» планирует расширять географию экспорта. По оценкам экспертов, до 2020 г. основным рынком сбыта предприятий концерна «Беллегпром» останутся Россия и другие страны СНГ. Вместе с тем концерн занимается продвижением белорусской продукции на новые перспективные рынки других интеграционных объединений, в том числе ЕС (Испания Португалия, Германия, Ирландия и др.), АТЭС (Китай, Таиланд, Новая Зеландия и др.),

СНГ (Украина, Узбекистан и др.), ЭКОВАС (Гана и др.), а также в страны Бахрейн, Ливан, Норвегия, Тунис и др.

Наметившиеся глобальные тенденции свидетельствуют о том, что до конца 2022 г. будет происходить бурный рост ритейла. При этом сетевая торговля одеждой и обувью будет развиваться по тому же типу, что и продуктовый ритейл несколько лет назад.

Торговые сети будут расширяться, мелкие оптовые операторы и розничные торговцы постепенно уйдут в тень. Изменится формат торговли, среди магазинов готовой одежды будут все больше расти так называемые «каскеты» – то есть магазины, имеющие некоторые признаки бутиков. Развитие сетевой розницы будет идти как за счет собственного развития, так и за счет франчайзинга.

Торговля товарами легпрома будет перемещаться с вещевых рынков к цивилизованным формам – торговые центры, универмаги с широчайшим ассортиментом продукции, специализированные сетевые магазины, фирменные магазины, бутики.

Помимо традиционных вещевых рынков, фирменных бутиков, брендовых и мультибрендовых магазинов, активными темпами растет электронная торговля, а также число специализированных магазинов для определенных групп потребителей. В то же время рынок электронной торговли обладает огромным потенциалом развития и позволяет расширять географию экспорта товаров с более низким уровнем издержек в сравнении с открытием собственной розничной сети.

Продажи на экспорт повышают темпы роста, увеличивают производительность и обеспечивают более значительный эффект от экономии масштабов. Результаты проведенных исследований в Великобритании показывают, что компании, которые продают на экспорт, как правило, добиваются увеличения производительности на 34 % в первый год экспортных продаж, а вероятность выживания таких предприятий выше на 11 %. Продажи на экспорт также могут помочь в более равномерном распределении риска, иными словами, если на одном из рынков отмечается негативная динамика, на других рынках возможен рост, компенсирующий потери, а присутствие на рынках Европейского Союза может помочь в повышении статуса компании при выходе на другие мировые рынки.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Официальный сайт национального статистического комитета Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by/>. – Дата доступа: 18.10.2018.

2. Алексеев, Б. «Беллегпром»: 25 лет на рынке [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://beltexlegprom.by/belleprom-25-let-na-rynke/>. – Дата доступа: 18.10.2018.