

Т. С. Чернушевич

Научный руководитель

Т. В. Бондарева

*Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь*

СОСТОЯНИЕ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЫНКА ОБУВИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В Республике Беларусь одним из наиболее приобретаемых и конкурирующих товаров является обувь, объем производства ее в 2011 г. составлял 13,9 млн пар в год и по сравнению с 2005 г. вырос на 3,8 млн пар.

Лидирующее место в объемах производства белорусских производителей занимают Витебская область – 42,9% и г. Минск – 16,6%.

Лидирующее место среди белорусских производителей обуви принадлежит: СООО «Белвест», СООО «Марко», ЗАО «Сивельга», ОАО «Луч», СП «ЛеГранд», ЗАО СП «Белкельме», СП «Батик» и др.

Несмотря на положительные результаты объемов производства, спрос внутреннего рынка страны обеспечивается обувью белорусского производства менее, чем наполовину.

По результатам социологического опроса населения установлено, что основными условиями предпочтений обуви определенной марки являются: конструктивные особенности (50,6% опрошенных), дизайн модели (21,5%), цвет (9,2%), цена (8,1%), рекомендации продавцов (5,0%), престижность марки (4,4%), другие факторы (1,2%).

Из общего числа опрошенных 73% отдадут предпочтение обуви «Сивельга» и СП «Ле Гранд».

В рамках профессионального отбора-конкурса среди производителей обуви «Брэнд года» получены следующие результаты предпочтений: обувь «Марко» (45,8%), «Белвест» (29,9%), «Сивельга» (4,0%), «Отико» (2,4%), «Луч» (2,3) и «Неман» (2,2%).

Перспективные направления развития отрасли определены «Программой развития промышленного комплекса Республики Беларусь» на период до 2020 г.:

- Преодоление зависимости отечественных производителей от импортного сырья за счет местных возобновляемых видов сырья (40% белорусского сырья и полуфабрикатов идет на производство обуви, остальное экспортируется в Италию, Польшу, Индию, даже в Украину).

- Уменьшение доли импорта белорусской обуви для полного обеспечения потребностей внутреннего рынка (импорт обуви в объеме производства составляет: «Луч» – 71%, «Белвест», «Марко» – почти 70%, «Красный Октябрь» – более половины).

- Нарастивание объемов производства до минимум 25 млн пар в год, чтобы решить проблему насыщения внутреннего рынка отечественной обувью и создать необходимый экспортный потенциал.

Существенное повышение качества производимой продукции, в связи с чем, радикальное обновление основных фондов, внедрение современных технологических процессов, начиная с производства кожи и фурнитуры, и заканчивая готовой продукцией.

Расширение ассортимента перспективных, высококачественных товаров целевой и социальной направленности.

Поставка коллекций обуви в розничную торговую и фирменную сеть в едином стилевом решении (кожа, цветовая гамма, конструктивное решение, фурнитура и т. д.).

Применение мероприятий по активизации сбыта, осуществление рекламных мероприятий по продвижению и позиционированию товаров, выпускаемых организациями концерна «Беллепром» и др.