

РЫНОК ДЕТСКОЙ КОЖАНОЙ ОБУВИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ: СОСТОЯНИЕ И ТЕНДЕНЦИИ

Рынок непродовольственных товаров Республики Беларусь находится в стадии формирования. Ситуация на нем в последние годы непростая. Для принятия выверенных коммерческих решений необходима актуальная информация о состоянии рынка конкретных групп товаров.

Обувь – очень важная товарная группа. В условиях возрастания ритма жизни человека, потребности в различных видах обуви возрастают. Значимость обуви определяется тем, что она не только защищает стопу от внешних воздействий, очень важна ее эстетическая функция. Удобство и надежность обуви также немаловажны. Эти требования возрастают многократно, если речь идет о детской обуви, так как от ее качества во многом зависит правильность формирования стопы ребенка. В последнее время в Республике Беларусь детским товарам уделяется пристальное внимание.

Производство детской кожаной обуви в Республике Беларусь осуществляют ОАО «Могилевская обувная фабрика «Шаговита», холдинг «Белорусская кожевенно-обувная компания «Марко» (г. Витебск), ОАО «Гродненская обувная фабрика «Неман», обувная фабрика «Батичелли» (г. Гомель), ОАО «Лидская обувная фабрика».

Также на потребительском рынке Республики Беларусь достаточно широко представлена импортная обувь, в основном, российского и китайского производства.

Анализ объемов производства кожаной обуви в Республике Беларусь за 2010-2016 гг. показал, что они значительно сократились: с 17,8 млн пар в 2010 г. до 8,8 млн пар в 2016 г., т. е. в 2 раза. За этот же период производство детской кожаной обуви уменьшалось менее быстрыми темпами, при этом удельный вес ее производства в общем объеме выпускаемой обуви имел тенденцию к увеличению [1, с.126; 4].

В структуре производства кожаной обуви в разрезе областей Республики Беларусь лидирует Витебская область. Доля ее в производстве кожаной обуви за анализируемый период постоянно возрастала и в 2016 г. составила 56,8 % [1, с.126; 4].

Сопоставление данных по производству обуви на душу населения в Республике Беларусь и в других странах СНГ показало, что хотя этот показатель и снизился в Беларуси за анализируемый период, он все же остался самым высоким среди стран СНГ [1, с.245].

Основные проблемы обувной отрасли Республики Беларусь обусловлены: недостатком собственных оборотных средств у предприятий; необходимо-

стью модернизации устаревшего оборудования; высокой себестоимостью производства; необходимостью постоянного развития и внедрения инновационных технологий обувного производства; недостаточной собственной сырьевой базой; необходимостью решения проблем импортозамещения; невысокой конкурентоспособностью обуви по ценовым характеристикам и дизайну и др.

Для того, чтобы конкурировать с зарубежными компаниями по производству обуви, прежде всего – с российскими и китайскими, необходимо повышать качество продукции, расширять модельный ряд, формировать разумные цены.

Выявлено, что за анализируемый период максимальный рост цен производителей на детскую обувь отмечался в 2011 г., так сказалось влияние мирового экономического кризиса на экономику Беларуси. В последние годы темпы роста цен существенно замедлились [1, с.190; 4].

Установлено, что на протяжении 2011-2016 гг. реализация обуви увеличилась с 3416 млрд р. в 2011 г. до 9462 млрд р. в 2016 г. (в ценах до деминации), т.е. в 2,8 раза. На протяжении рассматриваемого периода отмечается динамика снижения удельного веса реализации кожаной обуви в товарообороте непродовольственных товаров: удельный вес снизился с 5,7 % в 2011 г. до 5,4 % в 2016 г. [2, с. 366; 4]. Известно, что реализация отечественной обуви осуществляется в условиях жёсткой конкуренции с импортной обувью. Кроме того, серьезную конкуренцию организованной торговле составляет торговля обуви на вещевых рынках. Предпочтительность покупок обуви на рынке чаще обусловлена тем, что он представляет более разнообразный ассортимент в широком диапазоне цен. Активно развивается интернет-торговля, правовые аспекты организации которой постепенно отрабатываются. В последние годы многое делается для защиты потребителя от торговли несертифицированной продукцией, в том числе обувью.

Определенный интерес представляет информация об экспорте товаров изучаемой группы. Анализ данных по объему экспортных поставок обуви Республики Беларусь показал, что экспорт обуви в период с 2010 г. по 2016 г. возрос с 8,2 млн пар до 8,5 млн пар [1, с.174; 4].

Отечественные производители обуви поддерживаются правительством и контролируются государственными органами. Наряду с возможностями существуют и угрозы на рынке: выход на рынок новых конкурентов и сильные позиции существующих; определенная зависимость от импортного сырья; сокращение уровня доходов населения; низкая осведомленность населения о многих белорусских производителях и др.

Сильные стороны производителей белорусской обуви: применение качественных материалов для изготовления обуви; широкое развитие фирменной торговли. Среди слабых сторон производителей: несоответствие многих моделей обуви покупательским предпочтениям, а

также модным тенденциям; низкие показатели комфортности обуви;

отсутствие четкого сегментирования, позиционирования.

Зачастую отсутствие четкого позиционирования белорусских марок не выделяет и не отличает их друг от друга в сознании потребителя, и они воспринимаются как схожие, практически идентичные. Кроме того, многие белорусские производители еще не в полной мере используют возможности Интернет[3].

Многое отечественными предприятиями делается и еще предстоит сделать для повышения конкурентоспособности детской обуви, для выпуска брендовой детской обуви. Представляется, что необходимы более кардинальные, с учетом накопленного опыта других стран, изменения в подходах к организации масштабных сезонных распродаж обуви.

Таким образом, анализ современного состояния рынка кожаной обуви, в том числе и детской, позволил установить его отличительные особенности, тенденции и проблемы. Решение проблемных вопросов, существующих в производстве и торговле обувью, позволит отечественной обуви восстановить доверие к ней покупателей, стать более конкурентоспособной на внутреннем и внешнем рынках.

Литература

1. Промышленность Республики Беларусь: статистический сборник – Минск: Нац. стат. комитет Республики Беларусь, 2016. – 249 с.
2. Статистический ежегодник Республики Беларусь. – Минск: Нац. стат. комитет Республики Беларусь, 2016. – 519 с.
3. Дашко, Е. Анализ конкурентоспособности белорусских производителей обуви / Е. Дашко, Н. Арленко, К. Грибко // Маркетинг: идеи и технологии. – 2011. – №9. – С.45-48.
4. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/>. – Дата доступа 09.02.2017.