

# Инновационные процессы оптимизации ассортимента выпускаемой продукции швейной промышленности Республики Беларусь

**О. Г. Черненко**

Белорусский государственный экономический университет

Основной проблемой швейной промышленности Республики Беларусь на современном этапе развития является проблема производства высококонкурентной продукции, максимально полно удовлетворяющей потребительские предпочтения как на внутреннем рынке, так и за рубежом. Высокая конкуренция в отрасли как среди отечественных производителей, так и со стороны дешевой импортной продукции, высокие розничные цены, приверженность белорусского покупателя зарубежным производителям и брендам приводят к тому, что при достаточно высоких объемах производства швейные предприятия испытывают серьезные трудности с реализацией продукции. Все это происходит на фоне постоянного увеличения выпуска продукции. Так, за период январь – август текущего года, по данным концерна «Беллегпром», объем продукции в сопоставимых ценах в швейной отрасли увеличился на 17,3 %. Все это обуславливает необходимость внедрения инновационных механизмов управления производственным ассортиментом, который служит отправной точкой для получения прибыли хозяйствующими субъектами.

Легкая промышленность Республики Беларусь объединяет более 10 отраслей и десятки производств, непосредственно участвующих в обеспечении населения потребительскими товарами. Часть продукции (примерно четверть всего производства) поставляется на экспорт. В легкой промышленности функционируют около 500 предприятий, которые выпускают более 5000 наименований продукции. В общем объеме выпускаемой промышленностью Республики Беларусь продукции предприятия легкой промышленности в 2009 г. обеспечили 4 % выпуска. За период январь – август 2010 г. аналогичный показатель в целом по легкой промышленности составил 3,2 % (на 23,3 % данный показатель обеспечен за счет швейной промышленности).

На долю концерна «Беллегпром» приходится 73 % производимой в стране продукции легкой промышленности и 20,9 % общего объема производства отечественных непродовольственных товаров. По данным статистики за 2009 г. доля концерна в произведенной в стране швейной продукции составила 54,6 %.

Приоритетом инвестиционной политики концерна является реализация инвестиционных проектов с высокими наукоемкими и ресурсосберегающими технологиями экспортной и импортозамещающей направленности. В 2010 г. планируется обновить активную часть основных фондов

на 12,3 % и снизить износ до 56 %. Инновационная деятельность концерна проводится по двум направлениям: проведение научных исследований с освоением в производстве результатов НИОК(Т)Р и проведение модернизации существующих производств путем закупки нового оборудования и внедрением передовых технологий производства продукции.

Специфика инновационной деятельности предприятий швейной промышленности заключается в том, что данный процесс предполагает координацию взаимосвязанных видов деятельности — проектной, производственной, сбытовой, сервисной, коммуникационной (вопросы рекламы и стимулирования спроса на выпускаемую продукцию). Проблема заключается в сложности объединения этих видов деятельности для достижения единой цели — оптимизации выпускаемого ассортимента с учетом поставленных стратегических и тактических целей. Не редки случаи, когда включение в ассортимент изделий основывается на принципе «удобства производства», а не на основе учета потребительских предпочтений.

Проводимое исследование направлено на разработку инновационных механизмов управления ассортиментом выпуска швейных изделий с учетом существующих маркетинговых принципов и инструментов. Ход исследования предполагает выявление узких мест в процессе работы с ассортиментом субъектов хозяйствования швейной промышленности Республики Беларусь, разработку механизма формирования портфеля заказов.

Изучение существующих теоретических разработок по вопросам инновационной деятельности позволило сформулировать следующие обязательные атрибуты инновационного процесса управления ассортиментом швейного предприятия:

- цели формирования ассортимента;
- критерии и показатели формирования ассортимента;
- элементы инновационной сферы и их взаимодействие;
- методы воздействия на элементы инновационной сферы;
- совокупность материальных и финансовых потоков для обеспечения поставленных целей;
- организационный потенциал предприятия.

Инновационный процесс управления ассортиментом выпуска при этом будет представлять собой совокупность проводимых работ, регламентированных по каждому этапу, подкрепленных ресурсным обеспечением от момента зарождения инновационной идеи до создания готового вида продукции, ее коммерциализации в условиях конкурентного рынка.

Внедрение разработанного механизма управления ассортиментом в практическую деятельность субъектов хозяйствования позволит получить востребованную отечественную продукцию, максимально полно удовлетворяющую потребительским предпочтениям по двум направлениям: коллекции одежды с учетом требований потребительской группы (массовый выпуск) и эксклюзивные коллекции, ориентированные на требования конкретных потребителей-заказчиков (индивидуальный выпуск, работа на заказ).