

## ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ПРИБЫЛИ ПРЕДПРИЯТИЯ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

**М. М. Корсакова**

*студентка 5 курса, Белорусский государственный университет, г. Минск,  
Республика Беларусь, e-mail: korsakovamaria42@gmail.com*

**Научный руководитель: Т. Г. Струк**

*кандидат экономических наук, доцент, Белорусского государственного  
университета, г. Минск, Республика Беларусь, e-mail: tstroock@yandex.ru*

В статье проведено исследование финансовых результатов деятельности ОАО «Світанак» – крупнейшего производителя трикотажных изделий в Республике Беларусь. В ходе проведенного анализа были выделены такие основные факторы, как обеспечение роста выпуска и реализации продукции, а также снижение производственной себестоимости. Автор предложил ряд мероприятий, направленных на повышение прибыли и рентабельности предприятия.

**Ключевые слова:** финансовые результаты; прибыль; рентабельность; производство трикотажных изделий; Республика Беларусь.

## WAYS TO INCREASE THE PROFITS OF LIGHT INDUSTRY ENTERPRISES

**M. M. Korsakova**

*Student, Belarusian State University, Minsk, Republic of Belarus,  
e-mail: korsakovamaria42@gmail.com*

**Supervisor: T.G. Struk**

*PhD in Economics, the senior lecturer of faculty of the corporate finance,  
Belarusian State University, Minsk, Republic of Belarus, e-mail: tstroock@yandex.ru*

The article examines the financial results of the activities of JSC «Svitanak» – the largest manufacturer of knitwear in the Republic of Belarus. In the course of the analysis, such main factors were identified as ensuring the growth of output and sales of products, as well as reducing production costs. The author proposed a number of measures aimed at increasing the profit and profitability of the enterprise

**Keywords:** financial results; profit; profitability; knitwear production; Republic of Belarus.

Открытое акционерное общество «Світанак» г. Жодино является крупнейшим предприятием трикотажной отрасли легкой промышленности Республики Беларусь. Оно входит в состав Белорусского государственного концерна по производству и реализации товаров легкой промышленности «Беллегпром». ОАО «Світанак» производит и реализует ежемесячно около 620 тыс. трикотажных изделий на сумму порядка 6 млн. рублей. В качестве основного сырья используется пряжа из хлопка. Организация производит бельё (более 70 %) и верхний трикотаж для женщин, мужчин, детей и подростков.

Анализ деятельности предприятия свидетельствует в целом об улучшении его экономического состояния в 2021 г. по сравнению с 2020 г. Предприятие смогло существенно нарастить объемы производства и реализации продукции, а также улучшило управление финансово-хозяйственной деятельностью. Среди положительных тенденций можно также отметить рост эффективности использования трудовых ресурсов и экономию фонда оплаты труда. Что касается прибыли и рентабельности, то их динамика неустойчива. Например, в 2021 г. прибыль по текущей деятельности и чистая прибыль выросла по сравнению с 2020 г., но по сравнению с 2017 г. данные показатели имеют отрицательную тенденцию. Анализ рентабельности работы предприятия показал, что в целом предприятие в 2021 г. осуществляло рентабельную работу, обусловленную приростом объемов производства и реализации продукции предприятия, что смогло обеспечить существенное повышение рентабельности работы до показателей, являющихся наибольшими за анализируемый период, то есть с учетом роста прибыли в этот же период можно говорить в целом об улучшении финансовых результатов деятельности ОАО «Світанак».

Как следует из проведенного анализа, ключевыми факторами дальнейшего роста прибыли ОАО «Світанак» являются: обеспечение роста выпуска и реализации продукции, а также оптимизация и снижение производственной себестоимости.

Поэтому в качестве мероприятий по повышению прибыли и рентабельности деятельности предприятия можно предложить: увеличение выпуска продукции за счет приобретения нового современного оборудования в лизинг; снижение себестоимости реализации продукции посредством экономии затрат на химические материалы, топливо и электроэнергию, а также трудовых затрат предприятия; рост выручки предприятия за счет ускорения оборачиваемости дебиторской задолженности посредством факторинга; увеличение объема реализации продукции за счет организации качественной рекламной кампании.

Следует отметить, что на рынке трикотажных изделий много конкурентов, которые могут занять часть ниши, занимаемой ОАО «Світанак». Рынок трикотажных изделий характеризуется большим количеством товаропроизводителей. Учитывая, что значительная часть поставок продукции ОАО «Світанак» г. Жодино приходится на рынки Республики Беларусь и Российской Федерации, можно указать основных конкурентов присутствующих на указанных рынках:

- ОАО «Купалинка» г. Солигорск;
- ОАО «8 Марта» г. Гомель;
- Международная розничная компания «Kari kids»;
- ТМ «Mark Formel» ООО «Формель» г. Заславль;
- LC «Waikiki» компания Tema Group, Турция;
- ТМ «ТВОЁ» Компания «Русский трикотаж» г. Смоленск;
- Компания «Serge» г. Минск;
- СООО «Конте Спа» г. Гродно;
- ЗАО «Корпорация «Глория Джинс», г. Ростов-на-Дону и другие.

Также конкурентами ОАО «Світанак» г. Жодино на рынке Российской Федерации, являются производители стран Юго-Восточной Азии и России, таких как Киргизия и Республика Узбекистан. Основным фактором конкурентной борьбы в ценовой нише, в которой работает ОАО «Світанак», на российском рынке остается жесткая ценовая конкуренция. В отличие от белорусских товаропроизводителей, иностранные компании по таким позициям ассортимента, как белье детское (трусы, майки), белье ясельное и т.д. предлагают цену, ориентировочно, в 1,5 раза ниже цены на аналогичную продукцию, предлагаемую на российском рынке ОАО «Світанак» г. Жодино.

Учитывая усиливающуюся конкуренцию на белорусском рынке со стороны других крупных белорусских товаропроизводителей и принимая во внимание рост их объемов производства, а также ограниченную емкость белорусского рынка, планируется сдерживать рост удельного веса в продажах белорусского рынка и наращивать экспорт, в первую очередь за счет рынка Российской Федерации и государств СНГ. Основной стратегией предприятия на рынке России и Беларуси является удержание своей ниши, а также определение и освоение незанятых рыночных ниш с учетом слабых сторон конкурентов.

Необходимо знать, как бороться с конкурентами в торговле. Нужно понимать, что все меняется: потребности покупателей, ассортимент, способ рекламы, клиенты. Поэтому нужно наблюдать за конкурентами и действовать на опережение. Для борьбы с конкурентами следует предпринимать следующие мероприятия:

- повышать качество производимой продукции;

- постоянно обновлять ассортимент с учетом спроса на рынке;
- разрабатывать и воплощать новые рекламные идеи: листовки, плакаты, подарочные сертификаты, купоны, стикеры, упаковка, флажки, шары, ручки, кружки, зонты, календари, каталоги и многое другое; создать дисконтную программу;
- проводить акции и распродажи с использованием скидок и понижением цены; обучать персонал техникам продаж, разработать стандарты общения с покупателями;
- увеличивать каналы продаж; формировать выгодные отличительные черты магазинов и доводить их до целевой аудитории;
- постоянно наблюдать за конкурентами и оперативно перенимать их положительный опыт;
- собирать информацию о целевой аудитории и изучать покупательский спрос;
- участвовать в специализированных местных и международных выставках;
- информировать покупателей о проведении акций, распродаж с помощью регулярной корпоративной СМС- и Viber-рассылки;
- размещать свои коллекции на маркетплейсах, таких как Deal.by, Wildberries, Lamoda;
- регулярно проводить работу по актуализации фотобанка для формирования экспортных заявок, прайс-листов и многое другое.

Анализ продаж прошедших периодов, выявил тенденцию уменьшения продаж в процентном выражении бельевого ассортимента. Эти изменения вызваны следующими факторами:

- 1) наличие на территории страны крупных конкурирующих предприятий, производящих аналогичный ассортимент;
- 2) потеря рынков сбыта из-за экспансии дешевого китайского и узбекского ширпотреба;
- 3) падение рождаемости.

В настоящее время наиболее стабильной группой по продажам является женский ассортимент. Исходя из этого, в настоящий период ассортиментная политика диктует уход в сторону более трудоемкого ассортимента (платья, джемперы, костюмы), за счет разработки новых полотен, более подходящих для верхних изделий, при этом сокращая количество детского белья. Учитывая тенденцию неудовлетворенного покупательского спроса в размерной группе «Леди +», необходимо сделать упор на разработку крупноразмерного ассортимента, таким образом, заполняя эту свободную нишу, а также обновить коллекции

спортивной одежды для мужчин и женщин, ведущих здоровый образ жизни.

Осуществление предложенных мероприятий, на наш взгляд, поможет предприятию улучшить финансовые результаты и, в конечном итоге, закрепить свои позиции как ведущего производителя трикотажных изделий в Республике Беларусь.

#### **Библиографические ссылки**

1. ОАО «Свитанак» / официальный сайт [Электронный ресурс]. URL: <https://svitanak.by/> (дата обращения: 24.04.2023).

2. *Титов Р. А.* Анализ факторов влияния на прибыль и его применения в управлении финансами организации // *Colloquium journal*. 2020. № 10. С. 40–43.

3. *Толкачева Е. Г.* Методика экспресс-анализа бухгалтерской отчетности субъекта хозяйствования [Электронный ресурс] // Электронная библиотека УО «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации». Гомель, 2022. [Электронный ресурс]. URL: <http://lib.i-bteu.by/handle/22092014/2502> (дата обращения: 04.05.2023).