

# **ХАРАКТЕРИСТИКА ВНУТРЕННЕГО ОТРАСЛЕВОГО РЫНКА ОАО «8 МАРТА»**

**С. Я. Дмитриченко**

*Учреждение образования «Гомельский государственный технический  
университет имени П. О. Сухого», Беларусь*

Научный руководитель Р. А. Лизакова

ОАО «8 Марта» является одним из крупнейших производителей трикотажных и чулочно-носочных изделий. Миссия предприятия состоит в максимальном удовлетворении потребностей в качественном мужском, женском, детском белье, верхнем трикотаже, спортивном и купальном ассортименте, чулочно-носочных изделиях для всех половозрастных групп населения. Ежегодно на предприятии ведется углубленная работа по созданию и внедрению новых технологий, нового ассортимента.

Основной акцент для выпуска продукции ставится на естественные природные свойства и экологическую чистоту, практичность и комфорт, удобство в носке и дизайн, отвечающий модным тенденциям. Вся товарная номенклатура ОАО «8 Марта» состоит из следующих товарных групп:

- трикотажные изделия;
- чулочно-носочные изделия;
- трикотажное полотно.

Одним из главных факторов развития предприятия является выпуск импортозамещающей продукции. ОАО «8 Марта» имеет импортозамещающую программу по производству потребительских товаров (трикотажных и чулочно-носочных изделий) в количестве 640 тыс. шт. Для обеспечения выполнения данной программы проводится целенаправленная работа по внедрению новых технологий, новых решений в ассортименте, использования новых современных видов сырья: микромодалной вискозной пряжи, синтетических нитей специального назначения (Thermolite, Coolmax), пряжи секционного крашения, льносодержащей пряжи высоких номеров с разными смесовыми составами, высокоизвитых полиэфирных нитей ОАО «Светлогорск Химволокно» для производства купального и спортивного ассортимента.

ОАО «8 Марта» из года в год наращивает объемы выпуска и реализации данного ассортимента с целью укрепления своих позиций на рынке и формирования положительного имиджа предприятия. В таблице представлен объем выпуска импортозамещающей продукции.

#### Выпуск импортозамещающей продукции в 2014–2015 гг.

Наименование проекта	2014 г., тыс. шт./тыс. пар		2015 г., тыс. шт./тыс. пар		Темп роста, %
	план	факт	план	факт	
Производство трикотажных изделий	1139,4	1193,7	1452,0	1697,6	142,2
Производство чулочно-носочных изделий из новых видов сырья	115,0	117,0	117,0	119,7	102,3

В 2015 г. выпуск трикотажных изделий импортозамещения вырос на 42,2 % по сравнению с выпуском прошлого года. Данный рост обусловлен возросшей востребованностью ассортиментной группы товаров импортозамещения, исходя из улучшенного качества и расширения модельного ряда изделий. Увеличение выпуска импортозамещающих чулочно-носочных изделий в 2015 г. обусловлено расширением модельного ряда и новых видов переплетений.

В 2015 г. одним из направлений развития предприятия в ассортиментной политике было определено расширение и обновление выпуска трикотажных изделий для спорта и отдыха. Однако недостаток оборотных средств не позволил в полной мере восполнить потребность в трикотажном полотне (состав: полиамид – 80 %, лайкра – 20 %) для выполнения программы по купальному ассортименту, что повлекло за собой снижение выпуска данных изделий по отношению к 2014 г.

В 2016 г. предприятию необходимо продолжать развивать данную нишу товарного ассортимента для более полного удовлетворения потребностей рынка и вытеснения из него зарубежных производителей.

Белорусский рынок трикотажных и чулочно-носочных изделий характеризуется высокой степенью насыщенности товарами не только белорусского производства, крупными производителями которых являются ОАО «8 Марта», ОАО «Світанак», ОАО «Купалинка», компания «Mark Formelle», ОАО «БЧК», СООО «Conte» и т. д., но и товарами зарубежных производителей (Турция, Китай, Польша, страны Средней Азии). Основными конкурентами ОАО «8 Марта» на внутреннем рынке являются:

– по трикотажным изделиям – ОАО «Світанак» (г. Жодино), ОАО «Купалинка» (г. Солигорск);

– по чулочно-носочным изделиям – ОАО «Брестский чулочный комбинат».

Позиции ОАО «8 Марта» в конкурентной среде Республики Беларусь по показателю выпуска продукции за 2014–2015 гг. представлены на рис. 1.

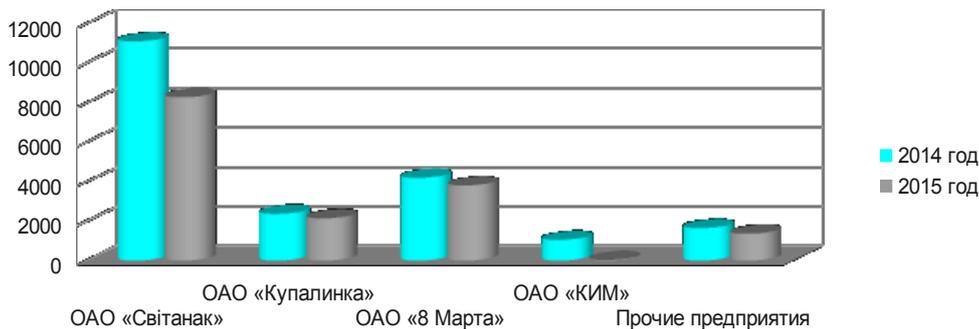


Рис. 1. Удельный вес предприятий-конкурентов по выпуску трикотажных изделий в общем объеме трикотажной отрасли за 2014–2015 гг., тыс. шт.

Таким образом, во всей отрасли наблюдается динамика снижения выпуска трикотажных изделий. Основной причиной снижения выпуска является наличие высокой степени конкуренции, а также развитие гипермаркетов, супермаркетов и дискаунтеров, в наличии которых имеется продукция со стороны стран Средней Азии невысокого качества, по низким ценам. ОАО «Світанак» продолжает занимать лидирующее положение по объемам выпуска трикотажных изделий. Удельный вес предприятия в общем объеме отрасли за 2015 г. составил 53 %. Доля присутствия ОАО «8 Марта» за данный период выросла на 3,8 % по сравнению с 2014 г. и составила 24,4 %. Для закрепления своих позиций на рынке трикотажных изделий ОАО «8 Марта» старается создать яркий и запоминающийся образ изделия. Для этого необходимо использование не только актуальных тканей, но и применение штучных печатей, отделочных элементов, аксессуаров. С этой целью ОАО «8 Марта» на разработанных моделях применяет растровую и векторную графику, а также использует для декорирования стразы различной цветовой гаммы. Новые виды декора – вышивание пайетками, шнуром, отделки воротниками, манжетами, планками – поспособствовали расширению модельного ряда выпускаемых изделий, улучшению внешнего вида моделей.

Ведущим производителем на рынке чулочно-носочных изделий в Республике Беларусь является ОАО «Брестский чулочный комбинат», доля присутствия которого за 2015 г. увеличилась на 16,4 % по сравнению с 2014 г. и составила 82,6 %. Позиция ОАО «8 Марта» в 2015 г. по сравнению с предыдущим периодом снизилась на 1,1 % и составила 16,1 %; доля присутствия ОАО «КИМ» снизилась на 15,3 %. Удельный вес предприятий-конкурентов по выпуску чулочно-носочных изделий в общем объеме за 2014–2015 гг. представлен на рис. 2.

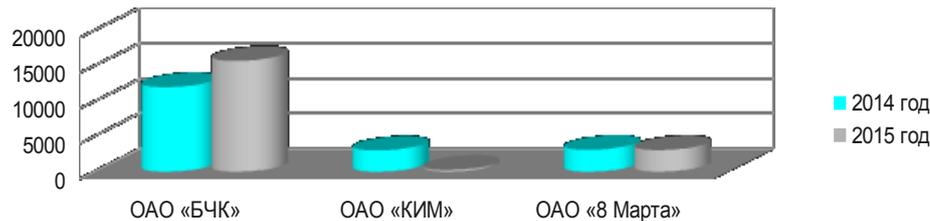


Рис. 2. Удельный вес предприятий-конкурентов по выпуску чулочно-носочных изделий в общем объеме отрасли за 2014–2015 гг., тыс. пар

В 2015 г. укрепила свои позиции на рынке чулочно-носочных изделий в Республике Беларусь компания «Mark Formelle», разместив торговое оборудование во всех крупных торговых центрах республики, что усложнило задачу ОАО «8 Марта» в продвижении и позиционировании своей продукции. В 2015 г. предприятие активно внедряло и модернизировало модели выпускаемого чулочно-носочного ассортимента, согласно целям был расширен модельный ряд во взрослом и детском ассортименте в спортивном направлении. Спрос на данный ассортимент высокий и устойчивый, поэтому в 2016 г. необходимо продолжить выпуск указанных изделий. В 2016 г. будут разработаны следующие новые модели:

- носки женские спортивные, плюш;
- носки женские/детские с применением люминисцентного полиэфира;
- носки детские с использованием прессового бортика;
- носки детские хлопкополиэфирные в сочетании с хлопком.

Данный ассортимент будет выполнен в ярких колористиках и будет пользоваться устойчивым и повышенным спросом ввиду оригинальности дизайна.

Приоритетные задачи по стимулированию продаж чулочно-носочных изделий на 2016 г. – это закрепление уже имеющихся позиций путем увеличения отгрузки постоянным контрагентам и размещение специального оборудования в торговых объектах Республики Беларусь, а также расширение присутствия чулочно-носочных изделий ОАО «8 Марта» в системе гипермаркетов.

Таким образом, для успешной реализации выпускаемой продукции и увеличения степени присутствия предприятия на рынке необходимо осуществлять комплекс последовательных и взаимосвязанных между собой мероприятий, направленных на рост объема продаж и в целом формирование положительного имиджа предприятия.