

ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ, ВЛИЯЮЩИЕ НА СПЕЦИФИКУ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Вронко Н.Ю., магистрант,

Рабцевич В.В., д.и.н., профессор,

УО «Гродненский государственный университет им. Я.Купалы»

В легкой промышленности Республики Беларусь за последние семь лет произошел существенный спад объемов производства. Причин этого множество, главными из которых, можно выделить следующие:

- изменение общественного строя и формы собственности;
- лишение предприятий оборотных фондов и перекачка денежных потоков в банки;
- нарушение действующих систем управления промышленностью и предприятиями;
- неготовность персонала предприятий к работе в рыночных условиях реализации продукции;
- товарная экспансия на рынок республики других стран (Китай, Турция и т.д.);
- чрезмерная налоговая нагрузка на предприятия.

В Республике Беларусь предприятия легкой промышленности подразделяются на две основные группы:

1. Производящие продукцию, используемую в качестве материалов в производстве продукции для конечного потребления (кожевенные заводы, меховые, текстильные фабрики и др.)

2. Производящие продукцию для конечного потребителя (швейные, обувные, кожгалантерейные и др. фабрики)

В данной статье рассмотрим только предприятия второй группы. Для этой группы предприятий характерен ряд особенностей их деятельности и производимых ими товаров, которые в значительной степени определяют специфику рекламной деятельности предприятия. К этим особенностям относятся:

1) частая обновляемость ассортимента продукции и относительно небольшой размер серии (тиража) изделий одной модели. Частая обновляемость определяется двумя группами факторов: научно-технические факторы и социально-экономические факторы. В условиях рыночной

экономики существенно усилилась роль социально-экономических факторов. Резкая дифференциация доходов различных слоев населения при среднем низком уровне жизни белорусов, потоки дешевой и низкокачественной продукции из стран Юго-Восточной Азии и весьма дорогих изделий из стран Западной Европы ставят перед отечественными предприятиями легкой промышленности сложные задачи в области осуществления рекламной деятельности;

2) колеблемость временных рядов сбыта продукции. Данная колеблемость определяется прежде всего сезонным характером большинства изделий легкой промышленности;

3) относительно короткий цикл подготовки производства новых изделий;

4) широкий круг потребителей продукции-оптовиков. В отношении крупных и средних оптовиков одним из основных способов рекламирования продукции легкой промышленности являются оптовые ярмарки, для мелких оптовиков и части средних наиболее эффективным способом становятся веб-страницы предприятий в Интернете;

5) относительно короткий жизненный цикл для многих товаров легкой промышленности;

6) развитие интеграционных процессов в отрасли. Сущность этого процесса проявляется в реализации относительно новой для производителя функции – фирменной торговле и применении рекламных инструментов непосредственно в местах продаж;

7) разная степень готовности потребителя к восприятию нового товара в силу сегментации потребителей;

8) при выборе соответствующих инструментов рекламной деятельности немаловажное значение имеет умение предусматривать поведение потребителей. Рациональный тираж производства определяет необходимую степень обновления ассортимента продукции, а успех ее реализации требует адекватной реакции в способах продвижения: реклама новых изделий, повышение оперативности веб-страниц и т.д.;

9) отсутствие необходимости создания системы послепродажного обслуживания;

10) ограниченность бюджета комплекса продвижения товаров. Слабое финансирование определяется, во-первых, сложным финансовым положением большинства белорусских предприятий легкой промышленности, а во-вторых, отсутствием качественных методик определения эффективности рекламной деятельности предприятия, обоснованно «увязывающих» затраты на рекламную деятельность с ее отдачей.

Учет рассмотренных выше особенностей определяет подход к выбору наиболее эффективных, с точки зрения сбыта продукции, рекламных каналов для предприятий легкой промышленности.