

МАРКЕТИНГ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Переход к рыночным условиям хозяйствования существенно изменил положение и принципы работы белорусских предприятий легкой промышленности. Конкуренция на товарном рынке выявила слабые стороны отечественных предприятий данной отрасли: медленная адаптация к изменениям спроса, отставание по качеству продукции, дизайну, применяемым технологиям и материалам. Последнее явилось основанием для развития новых форм и методов хозяйствования, изменения организационных структур управления предприятиями, введением в них отделов и служб управления маркетингом.

Для предприятий легкой промышленности важным является не сам процесс технического перевооружения, а быстрая и гибкая переналадка производства на товары в соответствии с имеющимися запросами покупателей.

Рынок товаров легкой промышленности имеет свою специфику: разнообразие клиентуры рынка, сложность структуры сегментов рынка, сезонные колебания спроса и влияние факторов моды, острота конкуренции на рынке.

Предприятия отрасли должны постоянно проводить маркетинговые исследования не только рынков готовых товаров, но и рынков новых материалов, красителей, технологий, прогнозировать тенденции развития моды.

Несмотря на то, что предприятия легкой промышленности Республики Беларусь располагают определенным научно-техническим, производственным и кадровым потенциалом, позволяющим выпускать разнообразный ассортимент продукции и наращивать темп ее производства, в отрасли имеются отдельные проблемы, требующие своего решения. На предприятиях отрасли находится в эксплуатации значительная часть морально и физически устаревшего технологического оборудования, которые требуют своей замены.

Практика использования маркетинга на предприятиях легкой промышленности не дает оснований предполагать, что сформировавшуюся в условиях развитого рынка систему управления можно автоматически применить в нашей хозяйственной практике. Это объясняется существенными различиями в характере и условиях деятельности предприятий легкой промышленности Республики Беларусь.

*Русских Л.В.
УО БГЭУ (Минск)*

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ РЫНОЧНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ ЛЕСНОГО КОМПЛЕКСА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Особое значение для эффективного функционирования лесного комплекса имеет развитая рыночная инфраструктура. Рыночная инфраструктура в целом рассматривается с позиции оценки экономического потенциала ее субъектов – торгово-посреднических, финансово-кредитных, правовых, внешнеэкономических и межрегиональных, ин-