



ЧАС МАГЧЫМАСЦЯЎ

**(Заканчэнне.
Пачатак на 1-й стар.)**

— Апошнія гады, пачынаючы з 2020-га, уносілі новаўвядзенні, драйв, выклікі, праз якія даводзілася праходзіць прадпрыемствам галіны: выбудоўваць новыя сістэмы каардынат як унутры рынку, так і — асабліва — на знешніх контурах, — адзначыла на прэсканферэнцыі напярэдадні Дня работнікаў лёгкай прамысловасці **старшыня Беларускага дзяржаўнага канцэрна па вытворчасці і рэалізацыі тавараў лёгкай прамысловасці Таццяна ЛУГІНА.** — Геапалітычная сітуацыя стварыла перадумовы для наватарства, каб стабілізаваць сітуацыю і знайсці новыя рынкі рэалізацыі прадукцыі. І большасць прадпрыемстваў паспяхова справілася з гэтай задачай.

Сёння галіна бачыць сваё развіццё ў супрацоўніцтве з рэгіёнамі Расійскай Федэрацыі, адзначыла Таццяна Лугіна. У канцэрна ў Расіі ўжо рэалізаваны шэраг паспяховых праектаў, ёсць тыя планы, якія будуць выкананы да канца бягучага года, і тыя, што разлічаны на найбліжэйшыя тры гады — усе яны звязаны з засваеннем беларускімі таварамі новых рэгіёнаў і пошукам новых пакупнікоў, падкрэсліла кіраўнік «Беллепрама».

ЯКАСЦЬ ЯК БРЭНД

На расійскім рынку беларускія кампаніі прысутнічаюць даўно, але цяпер яны замяшчаюць нішы, якія засталіся пасля сыходу менавіта еўрапейскіх вытворцаў, — а значыць, і параўноўвае іх падсвядома пакупнік менавіта з вядучымі сусветнымі брэндамі. Беларуская якасць — таксама свайго роду прызнаны брэнд. Таму адзенне і абутак, галантарэя, тканіны і тавары для дома з Беларусі карыстаюцца заслужаным даверам расійскіх пакупнікоў. У мінулым годзе прадукцыя лёгкай прамысловасці Беларусі пастаўлялася ў 71 расійскі рэгіён, а ў 65 з іх аб'ёмы паставак выраслі ў параўнанні з узроўнем пазамінулага года: у цэлым, у мінулым годзе тэмп росту склаў 130 %. Вядзецца работа па пашырэнні таварнаправоднай і рознічнай сетак. Сярод буйных праектаў — гандлёвая прастора «Бел.ру». У снежні 2022 года першая крама «Бел.ру» расчыніла дзверы для пакупнікоў у Маскоўскай вобласці. А ўвогуле, праект уключае ў сябе шэраг крам і анлайн-венчур інтэрнэт-пляцоўку. Яны прадставяць найшырэйшы асартымент тавараў беларускага легпрама (посуд, лазневых прылады, дамашняе адзенне і тэкстыль, панчошна-шкарпэтакная група і г. д.), а таксама тавары дрэваапрацоўкі, пластмасавыя вырабы і неверагодна папулярную ў расіян беларускую касметыку. Пакуль крам «Бел.ру» дзве: адна — у Хімках і яшчэ адна — на другім паверсе «Кунцэва-Плаза», на тэрыторыі, якую раней займаў брэнд «Zara Home».

— Фармат прыйшоўся да душы пакупнікам, — канстатуе Таццяна Лугіна. — Сёлета плануем адкрыць яшчэ адзін такі гандлёвы пункт у Маскве і два — у Ніжгародскай вобласці.

Высока ацэнены пакупнікамі такі праект «Беллепрама», як прастора «Дадому». Пакуль што працуе адна крама сеткі, у нашай краіне (у «Dana Mall»), і гэтым летам другая пляцоўка «Дадому» адкрывецца ў ГЦ «Сталіца». А ў найбліжэйшай перспектыве брэнд «Дадому» з'явіцца і ў суседняй Расіі.

— Планаў вельмі шмат. Цяпер складаны, турбулентны час, час хуткіх рашэнняў, але ён дае і магчымасці. У гэтым моманце трэба карыстацца той магчымасцю, якую дае расійскі рынак, — падкрэсліла Таццяна Лугіна. — Кіраўніцтва канцэрна і шэраг прадпрыемстваў выразна разумеюць, што калі сёння мы не распачнём хуткіх і ў нейкай меры агрэсіўных маркетынгавых і камерцыйных бізнес-хадоў на рынку РФ — праз розныя праекты, развіццё каналаў збыту, — то безумоўна, такая ёмістасць рынку будзе замешчана. Туды прыйдуць узбекскія, кітайскія, турэцкія калегі. Таму мы стараемся працаваць інтэнсіўна, і пэўныя поспехі ёсць. Але гэта толькі першыя крокі да тых мэт і задач, якія стаяць перад галіной.

ДАЛЁКІЯ РУБЯЖЫ

Асваенне далёкіх рэгіёнаў Расіі — адзін з прыярытэтных кірункаў для вытворцаў беларускага легпрама. Нядаўна беларускія тавары лёгкай прамысловасці з'явіліся ў крамах Рэспублікі Тыва, Калмыкіі, на Алтаі. Па выніках мінулага года, экспарт беларускіх тавараў лёгкай прамысловасці ва Уральскую, Сібірскую і Далёкаўсходнюю акругі Расійскай Федэрацыі вырас на 16 % і склаў 19,3 млн долараў. А сёлета павялічыліся пастаўкі ў Рэспубліку Калмыкія — да нядаўняга часу беларускія адзенне, абутак, галантарэя і тканіны туды не «даязджалі». На далёкія рынкі Беларусі выходзіць з прызнанымі брэндамі — «Мілавіца», «Элема», «Белвест», Conte і г. д.

А наогул, тавары прадпрыемстваў «Беллепрама» пастаўляюцца ў больш чым 50 краін свету, што сведчыць аб наяўнасці стабільнага попыту на беларускі трыкатаж, бялізну, ільняныя вырабы, скураны абутак і г. д. Каля 70 % вырабленай на прадпрыемствах канцэрна прадукцыі экспартуецца. Так, беларускія прадпрыемствы лёгкай прамысловасці павялічылі сваю прысутнасць у Казахстане, Азербайджане, Арменіі, Таджыкістане (новы рынак, які з'явіўся сёлета), а таксама ў Індыі і Турцыі. Пастаўкі ў Кітай выраслі ў чатыры разы. У планах — пастаўкі беларускіх тканін у Афрыку.

— Радуюць станоўчыя зрухі на рынак сярэднеазіяцкіх краін, — адзначыла Таццяна Лугіна. — Часам гучала: што мы можам прапанаваць Таджыкістану, Узбекістану, Казахстану, Арменіі — краінам, якія самі дынамічна развіваюць лёгкую прамысловасць? Але аказалася, што нам ёсць што ім прапанаваць: і нашы ўнікальныя льянныя тканіны, і тканіны з поліэфіру.

Складана пераацаніць ролю дзяржавы ў захаванні не толькі прадпрыемстваў лёгкай прамысловасці, але і партнёраў легпрама — «Магілёўхімвалакно» і «Светлагорскхімвалакно», падкрэсліла кіраўнік канцэрна.

— За кошт гэтых сыравінных пазіцый мы маем канкурэнтную перавагу, і для часткі нашых асартыментных пазіцый ёсць патэнцыял, напрыклад у сярэднеазіяцкіх рэгіёнах. Там шмат баваўны, але поліэфірных пазіцый няма. А ў нас ёсць вопыт і кампетэнцыі па вытворчасці, напрыклад тэхнічнага тэкстылю.

Тэхнічны тэкстыль вельмі запатрабаваны на міжнародным рынку, распаўяла кіраўнік канцэрна, і ўсе рэгіёны свету актыўна паглынаюць гэтую таварную пазіцыю, бо з такіх тканін ствараецца, напрыклад,



Фота БелТА

спецвопратка для вайскоўцаў, ратавальнікаў і іншых службаў. Тканіны з негаручых нітак выкарыстоўваюцца ў машынабудаванні, газавай і нафтавай прамысловасцях.

— Рынкі Украіны, Еўрасаюза, ЗША, Канады былі для нашых прадпрыемстваў высокамаржынальнымі, — распаўяла кіраўнік канцэрна «Беллепрам». — Асабліва рынак Украіны. Калі казаць пра ўзровень рэнтабельнасці, аналізуючы гэты паказчык па ўсіх краінах свету (а мы ў дасанкцыйны перыяд ажыццяўлялі пастаўкі прадукцыі легпрама ў 52 краіны), — самым высокамаржынальным быў рынак Украіны. Значным для нас быў і рынак Еўрасаюза — туды мы пастаўлялі дываны, лён, тэкстыль і г. д. Але заўважу, што і да санкцый парадку 56 % (да 60 % у апошнія гады) прадукцыі беларускага легпрама пастаўлялася на рынак РФ. Таму пераарыентавацца нам было прасцей, чым іншым галінам. Рынак Расіі лаяльны да беларускіх тавараў і адкрыты для беларускай прадукцыі лёгкай прамысловасці. Акрамя таго, шэраг беларускіх прадпрыемстваў лёгкай прамысловасці працягвае супрацоўніцтва (няхай і ў невялікім аб'ёме) з рынкам Еўрасаюза, з некаторымі краінамі — той жа Сербіяй. Актывізавалі мы і супрацоўніцтва з азіяцкімі краінамі. Тэмпы росту склалі больш за 110 % у Таджыкістане, Казахстане, Узбекістане.

На гэты момант, адзначаюць у канцэрне, пытанне імпартазамышчэння ў галіне востра не стаіць. Паступова ўвасабляюцца ў жыццё імпартазамышчальныя праекты. Напрыклад, Мінскі эксперыментальна-фурнітурны завод рэалізоўвае інвестыцыйны праект у мэтах пашырэння наменклатуры, а з узнікненнем пытання па фарбавальніках для тканін рэалізаваны праект на базе ААТ «Белфа». Многіх пастаўшчыкоў фарбавальнікаў і некаторых хімікатаў для апрацоўкі тканін прыйшлося змяніць. Нядрэнна зарэкамендавалі сябе турэцкая і індыйская хімічная прамысловасць, кітайскія калегі «падставілі плячо» некаторым прадпрыемствам, адзначыла кіраўнік канцэрна. А ў цэлым, сёння легпрам імкнецца максімальна знізіць залежнасць галіны ад знешніх паставак.

ДЛЯ БЕЛАРУСКАГА ПАКУПНІКА

— Важная задача для нас акрамя нарошчвання экспарту — заха-

ванне і павелічэнне прысутнасці нашай прадукцыі на ўнутраным рынку, — падкрэслівае кіраўнік канцэрна «Беллепрам».

Задаволіць чаканні айчыннага спажыўца — вопытнага, прызірлівага, распешчанага традыцыйнай беларускай якасцю і шырокай прапановай — няпроста. Але, як адзначаюць у канцэрне «Беллепрам», галіна прымае выклік, прыняўшы тэзіс «Беларускія вытворцы здольны апрацаваць любога спажыўца». Напрамак, разлічаны на «моднікаў», — выпуск капсульных калекцый, у якія ўваходзіць літаральна дзясятка (або менш) прадметаў адзення, аб'яднаных агульнай канцэпцыяй. Гэты падыход мы бачым і ў буйных брэндаў — «Элема», «Калінка», і ў невялікіх кампаній: такім чынам, вы не сустрэнеце іншую дзяўчыну «ў такой жа сукенцы». Яшчэ адзін новы і вельмі запатрабаваны кірунак — прыгожае, якаснае, высокафункцыянальнае адзенне для спорту і турызму. Айчыны брэнд IROS (нядаўна ён адкрыў краму ў ГЦ «Замак») стварае спартыўную вопратку, якая не саступае сусветным аналагам — па дызайне, каларыстыцы, валокнах. Таксама сёлета «Світанак» прэзентаваў спартыўную калекцыю з поліамідных нітак і нанавалокнаў, створаную сумесна з Федэрацыяй лёгкай атлетыкі, — яе тэсціравалі прафесійныя спартсмены.

Разам з тым Брэсцкі панчошны камбінат спачатку адмовіўся, а цяпер зноў выпускае баваўняныя калготы «для бабуль»: з'явіўся спажывецкі запыт. Аб'ём выпуску гэтых вырабаў зусім невялікі, але запыт вытворца задаволіў. Адначасова кампанія стварае лінейкі шкарпэтак з дзёрзкімі маладзёжнымі прынтамі.

А ў цэлым, будучыня — за рэалізацыяй запатрабаванай і высакаякаснай гатовай прадукцыі: «Беллепрам» рухаецца ў бок высокамаржынальнага тавару з большай дабаўленай вартасцю.

ШЫЦЬ ДРУЖНА

Сёння ў краіне больш за 2000 арганізацый лёгкай прамысловасці — ад гігантаў да лакальных дызайнерскіх майстэрняў.

— Каля трох гадоў таму намеціўся ўсплёск развіцця лёгкай прамысловасці праз прыватны бізнес. З'явілася шмат дызайнерскіх цэхаў і лабараторый, міні-вытворчасцяў па пашыве моднага адзення,

абутку, галантарэі, якія пачалі актыўна праяўляць сябе ў развіцці галіны, — распаўяла Таццяна Лугіна. — Іх калекцыі рэалізоўваюцца ў запатрабаваных фарматах, такіх як трэнд-паркі, якіх ужо некалькі ў Мінску. Акрамя таго, гэтыя вытворцы актыўна выходзяць на расійскі рынак.

Усяго ў галіне занята звыш 70 тысяч чалавек (з якіх амаль палова — работнікі прадпрыемстваў канцэрна). Вырабляюцца тканіны ўсіх відаў і трыкатажныя палотны, пражы і нятканыя матэрыялы, хатні тэкстыль і вырабы спецыяльнага прызначэння, бялізна і панчошна-шкарпэтакныя вырабы, адзенне ўсіх відаў (дзіцячае, маладзёжнае, дзела-вы стыль, кэжуал), гарбарная і тэкстыльная галантарэя, абутак, фурнітура і г. д. Таму неабходна кааперацыя ў галіне, фарміраванне вытворчых праграм з улікам магчымасцяў адзін аднаго — як прадукцыі, абсталявання і тэхналогій, так і кампетэнцый, і працоўных рэсурсаў. Гэта дазваляе актываваць велізарны патэнцыял галіны. Кааперацыя і аб'яднанне брэндаў лёгкай прамысловасці — адна з ключавых тэндэнцый апошніх гадоў, і пакупнік не можа гэтага не заўважаць. Нароўні з адкрыццём шоўрумаў канкрэтнага вытворцы і аб'ектаў фірмовага гандлю з'яўляюцца гандлёвыя пляцоўкі, дзе прадстаўлены шырокі спектр вытворцаў. Гэта вельмі зручна для наведвальнікаў. Мультибрэндавыя прасторы адкрываюцца і ў Беларусі, і ў Расіі (прыкладам можа служыць, у прыватнасці, LEGKO ў Арэнбургу: шматфункцыянальная прастора аб'ядноўвае шырокую лінейку беларускіх тавараў — Аршанскага льнокамбіната, «Камволя», «Магатэкса», «Галантэі», «Світанка», «Бабруйсктрыкатажа» і г. д.).

Адкрыццём гэтага года можна назваць новы для беларускай лёгкай прамысловасці фармат гандлю — стокі.

— Сёлета першая стокавая крама адкрытая ў Гомелі, — распаўяла Таццяна Лугіна. — Каля 10—12 прадпрыемстваў канцэрна прадставілі там прадукцыю мінулых гадоў па невысокіх цэнах. Сток працуе два месяцы. Калі пакупніцкая аўдыторыя ўспрыме такі фармат, мы плануем адкрыццё яшчэ 4-5 падобных гандлёвых пунктаў у рэгіёнах.

Аляксандра АНЦЭЛЕВІЧ.