

## КОНКУРЕНТНІ ПЕРЕВАГИ ЯК ГОЛОВНА УМОВА ІСНУВАННЯ НА РИНКУ ПІДПРИЄМСТВ ТЕКСТИЛЬНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

УДК 005.332.4:677

Федорчак О. В.,  
студентка ОС магістр  
Факультету економіки і права  
ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Розвиток ринкових відносин на Україні стимулює вітчизняні підприємства тим чи іншим способом підвищувати конкурентні переваги не лише для успішного процвітання, але й виживання та подальшого функціонування. Однією з основних економічних категорій сьогодення є конкурентоспроможність, що в загальному вираженні показує здатність до конкуренції на тому чи іншому ринку. Стрімкий розвиток світових ринкових процесів, інтенсифікація проявів глобалізації змушує підприємства, що оперують на світовому ринку, по-новому поглянути на конкурентне середовище. В умовах ринкових відносин відбувається зіткнення інтересів різних підприємств, але економічний вигреш отримують лише ті, що мають сильні конкурентні переваги [1]. Особливої актуальності це питання набуває сьогодні, в ситуації виникнення та поглиблення світової фінансово-економічної кризи, яка значною мірою ускладнює умови функціонування всіх суб'єктів господарювання, суттєво загострюючи конкурентну боротьбу та ускладнюючи виживання підприємств в умовах ринку. Тому, в умовах глобалізації та інтеграції в європейський економічний простір, для підприємства, яке стає на шлях виходу на світовий ринок, вирішальним фактором успішної діяльності є наявність, постійне покращення та підвищення конкурентних переваг. Це свідчить про актуальність дослідження даного питання.

Метою статті є визначення шляхів формування конкурентних переваг на підприємствах текстильної промисловості в умовах мінливого середовища.

На сьогодні, в умовах інтеграції України до Світової Організації Торгівлі (СОТ), виявлення та покращення конкурентних переваг продукції

набуває дуже важливого значення. Особливо це стосується товарів легкої промисловості. Причиною цього є масовий імпорт продукції з інших країн, серед якого імпорт з Китаю складає найбільшу загрозу для економічного розвитку вітчизняних підприємств.

Зниження конкурентоспроможності українських підприємств легкої промисловості обумовлено рядом причин, основною з яких виступає висока частка імпортованої продукції, що ввозиться до України за заниженою в десятки разів митною вартістю та контрабандою, що в свою чергу створює недобросовісну конкуренцію на ринку. Такі товари, через несплату у повному обсязі податку на мито, в роздрібній торгівлі в 1,5-2 рази дешевші від легальних товарів-аналогів українського виробництва. В результаті, навіть ті фабрики, продукція яких успішно реалізується на світовому ринку, чії конкурентні переваги значно випереджають конкурентів, не в змозі успішно конкурувати на вітчизняному ринку. Всьому причина, на жаль, ціновий фактор і купівельна спроможність українського населення.

Тому для того, щоб втриматися на ринку не лише світовому, але й на українському, виробникам текстилю необхідно мати ряд своїх конкурентних переваг: товар має бути унікальним та відповідати всім вимогам споживачів за відповідно конкурентною ціною [2].

В нинішньому конкурентному середовищі підприємствам варто переважно орієнтуватися на громадян з середнім рівнем доходів. Оскільки дешева продукція користується попитом у населення, то існує висока цінова конкуренція з боку дешевих товаровиробників із Турції, Китаю. Також у вітчизняній продукції з'явився ще один конкурент – одяг «Секонд хенд», що здебільшого (понад 80%) завозиться з Західної Європи. В результаті такий постачальник вторинного товару став важливим фактором спаду продажів українських виробників. Тому необхідно орієнтуватися на середній клас, виробляти товари для людей середнього достатку, які все ж таки віддають перевагу якості за більш дорогою ціною, а не навпаки – дешевим товарам дуже низької якості з Китаю. Саме цей сегмент забезпечує основний оборот коштів – продажі товарів для цієї групи людей приносять виручку практично в 3 рази

більше, ніж малозабезпечені споживачі та покупці високого класу. Продукція такого рівня буде впевнено себе тримати навіть на світовому ринку.

Також, як однією з конкурентних переваг, виробники легкої промисловості можуть використовувати власну сировинну базу. На сьогодні нестача сировини ставить підприємства легкої промисловості у залежність від постачальників, часто імпортерів. Більшість з фірм використовує більш дешеве хімічне волокно (переважно катонін, лавсан, віскоза та ін.). Але Україна має гарний потенціал щодо натуральної сировини для легкої промисловості. Так досвід минулих років показав, що частина степових районів України цілком придатна для бавовносіяння, що сприятиме частковому вирішенню проблеми із забезпечення сировиною. На заході країни кліматичні умови повністю відповідають розміщенню лляних полів. Щодо вовни, то її виробництво можливе на всій території України. Таким чином, різноманітні інноваційні проекти за підтримки місцевих та державних органів управління, зроблять значний поштовх в розвитку легкої промисловості, а відповідно покращать стан вітчизняних текстильних підприємств [3].

Продукція також має відповідати не лише стандартам та технічним параметрам, але й останнім тенденціям в світі моди. Це дасть гарну перевагу над конкурентами, чиї колекції не встигають слідкувати за останніми новинками. Тому підприємству, яке бажає успішно функціонувати та дивитися впевнено в майбутнє, необхідно мати спеціалізованого високодосвідченого дизайнера чи модельєра.

Таким чином, можна стверджувати, що успіх та функціонування підприємств легкої промисловості напряму залежить від наявності та постійного вдосконалення конкурентних переваг. На їх формування здійснює вплив ряд чинників, як зовнішнього так і внутрішнього середовища. Перш за все, сюди необхідно віднести законодавчу базу. Оскільки є гостра необхідність в захисті українського ринку від недобросовісної конкуренції при імпорті товарів текстильної промисловості за заниженими митними цінами. Тому варто розробити ефективну митну політику. Немало важливим є питання власної

сировинної бази. Україна має гарний потенціал для виробництва як натуральних, так і хімічних волокон. На думку автора, держава має дати можливість господарствам не лише забезпечити галузь сировиною, але й надати робочі місця населенню, відродити рослинництво та тваринництво. В свою чергу, підприємство, як суб'єкт господарювання, постійно має приємно дивувати споживача, вдосконалювати виробничі процеси, впроваджувати управлінські та маркетингові інновації й ін. Це все забезпечить стабільну успішну роботу підприємства і галузі в цілому.

### Література

1. Портер М. Конкурентное преимущество: как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость / М. Портер ; пер. с англ. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2005. – 715 с.
2. Павлова В. А. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка та стратегія забезпечення: монографія / В. А. Павлова. – Д. : Изд-во ДУЕП, 2006. – 276 с.
3. Миколайчук Н.С. Роль інновацій у забезпеченні розвитку підприємств текстильної промисловості / Н.С. Миколайчук, Т.А. Стовба, А.Є. Глинська // Вісник Хмельницького національного університету. – 2008. – № 3. Т.1. – С. 163 –167.

Науковий керівник, доцент, к.е.н.

Г. О. Селезньова

Опубліковано в авторській редакції