

**МЕТОДИ ТА ЗАВДАННЯ ПІДВИЩЕННЯ ЛЕГКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ
У ПІДВИЩЕННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ**

Здійснено аналіз проблем та окреслено основні завдання підприємств легкої промисловості для підвищення власної конкурентоспроможності та досягнення конкурентних переваг за умов поглиблення інтеграційних процесів.

Ключові слова: потенціал підприємства, підвищення конкурентоспроможності, конкурентні переваги.

A. FYUT
Khmelnitskiynational University

METHODS AND TASKS OF INCREASE OF LIGHT INDUSTRY ARE IN INCREASE OF COMPETITIVENESS

Research of competition potential of enterprises of light industry, and also determination of methods and basic tasks, in the increase of their competitiveness.

The analysis of problems of increase of competition potential of enterprise of light industry is carried out and the group of methods is offered for the increase of own competitiveness and understanding of competitive edges at the terms of deepening of integration processes. The first method is directed on applying of computer-assisted equipment in industry. The second method includes for itself creation of favourable terms of labour for a personnel. The third method is based on marketing activity.

Realization of the noted strategically important tasks will be given by possibility the enterprises of light industry successfully to operate at the terms of cutthroat competition.

Keywords: potential of enterprise, increase of competitiveness, competitive edges.

Постановка проблеми. Проблема підвищення конкурентного потенціалу підприємства стосується практично всіх сторін життя суспільства. Загострення конкурентної боротьби за збут продукції змушує постійно шукати нові можливості й резерви для збуту своєї продукції, удосконалювати технологію з метою створення якісних товарів.

Аналіз останніх досліджень. Вагомий внесок у дослідженні конкурентоспроможності підприємств легкої промисловості займалися багато економістів та вчених, серед яких Кузьмін Щ.С., Мельник О.Г., Міценко Н.Г. Стобун Ю.Т., Даневич М.В., Соловійова І.Б., Князик Ю.М., Лебідь Т.В. та багато інших дослідників

Мета дослідження. Дослідження конкурентного потенціалу підприємств легкої промисловості, а також визначення методів та основних завдань у підвищенні їх конкурентоспроможності.

Виклад основного матеріалу. Результати дослідження практики функціонування підприємств легкої промисловості України дали змогу дійти висновку, що потенціал підприємства залежить від його конкурентоспроможності та подальшого розвитку. Достатній рівень конкурентоспроможності підприємства на певному ринку створює умови для його ефективного розвитку[1]. Найважливішою проблемою розвитку економіки України є підвищення ефективності суспільного виробництва при зосередженні зусиль на випуску конкурентоспроможної продукції і одночасному забезпеченні повної зайнятості працездатного населення[2].

Потенціал підприємства є основою формування конкурентного потенціалу з врахуванням багатьох чинників. Кожний чинник створює конкурентні переваги, які і формують першу частину конкурентного потенціалу, тобто досягнуті конкурентні переваги. В умовах ринкової економіки забезпечення конкурентоспроможності підприємства є запорукою його комерційного успіху, який, в першу чергу, залежить від його конкурентних переваг

Формування стійких конкурентних переваг на ринку споживчих товарів і послуг дозволить підприємствам легкої промисловості зайняти бажану конкурентну позицію, забезпечити ефективну комерційну діяльність в довгостроковій перспективі і досягти максимального синергитичного ефекту від цієї діяльності на конкурентному ринку. Разом з тим, найважливішою проблемою для підприємств легкої промисловості на сучасному етапі є проблема їх виживання і забезпечення подальшого розвитку. В основі її ефективного рішення лежить формування і реалізація конкурентних переваг.[3].

Конкурентні переваги базуються на: постійному використанні нововведень; пошуку нових, більш досконалих форм товару, що випускаються; поліпшенні якості товару на всіх етапах його розвитку та продажу; встановленні високих цін на нові товари до появи на ринку аналогічних товарів, виготовлених конкурентами; сервісному обслуговуванні постачальників, споживачів. Такі конкурентні переваги сьогодні перебувають під пильною увагою законодавства, оскільки вони безпосередньо стосуються ряду відносин, що є об'єктом правового регулювання. Зокрема, це правовідносини, що впливають із захисту прав споживачів, об'єктів інтелектуальної власності, зловживання монополічним становищем, установлення цін на товари та послуги тощо[4].

При дослідженні конкурентного потенціалу підприємств легкої промисловості зроблено висновок, що для досягнення конкурентоспроможності підприємства та вдало використаних переваг слід застосувати відповідні методи, які впливають на підвищення конкурентного потенціалу підприємства.

Перший метод спрямований на: впровадження комп'ютеризованого швейного обладнання; застосування нових рішень щодо технологічного та організаційного оснащення швейного обладнання; впровадження у виробництво системи САПР, АСТП (автоматизована система технологічної підготовки виробництва), АСУП (автоматизована система управління виробництвом), які разом формують гнучку виробничу систему.

Удосконалення швейного обладнання суттєво впливає на виготовлення конкурентоспроможних виробів швейними підприємствами. Швейне обладнання дозволяє не тільки механізувати й автоматизувати виконання

операцій з підготовки та виготовленню швейних виробів, зменшивши їх трудомісткість і підвищивши продуктивність їх виконання, але також поліпшити якість виробів, створюючи їх не тільки у повній відповідності з традиційними вимогами, але і з особливими властивостями і конструкційним виконанням. Випуск конкурентоспроможних виробів вимагає гнучкості виробництва, технологічних можливостей машини. Впровадження числового програмного управління дозволяє не тільки спростити режим управління машиною, забезпечити оптимальні режими здійснення процесу, але і натисканням на клавішу змінювати технологічні можливості машини. Застосування числового програмного управління дозволяє істотно розширити технологічні можливості машини без істотного конструкційного ускладнення. [5].

Другий метод включає в себе: створення сприятливих умов праці для персоналу; модернізацію робочих місць; відновлення та вдосконалення навчання, перенавчання, підвищення кваліфікації персоналу на підприємстві; впровадження нових систем преміювання до завдань інноваційного розвитку, випуску високоякісної продукції; запровадження ефективних форм організації праці та скорочення невикористаних витрат усіх видів ресурсів.

В умовах сучасної економічної кризи в Україні і в світі проблеми збереження конкурентоспроможних кадрів набувають актуального значення для кожного підприємства. Значну роль у підтриманні конкурентоспроможності працівників грає тісна взаємодія роботодавця та профспілки в питаннях оплати праці, підвищення кваліфікації, поліпшенні умов праці тощо[6].

Третій метод базується на маркетинговій діяльності, а саме: високому рівні якості сировини, процесах обробки, транспортування, зберігання продукції; відповідності стандартам якості; відповідності вимогам споживачів; високій репутації підприємства; знаннях споживачів; високому рівні зацікавленості суспільства; опитуванні споживачів; слідкуванні за продажем продукції.

Для виробництва конкурентоспроможної продукції та покращання своїх позицій на ринку підприємству необхідно ретельно оцінювати свої можливості та використовувати різні методи та інструменти для досягнення бажаного результату. Зокрема, важливого значення набувають маркетингові чинники створення конкурентних переваг. Конкурентоспроможна продукція є передумовою формування конкурентних переваг торгової марки (бренду). В процесі управління конкурентоспроможністю торгової марки визначальне місце займає саме маркетинг. Маркетингові чинники формують індивідуальність, тобто здатність марки мати власні неповторні ознаки порівняно з марками конкурентів; цінності – позитивні асоціації, важливі з точки зору представників цільового ринку й асоційовані з цією маркою [7].

Висновки. Здійснення зазначених стратегічно важливих завдань дасть можливість підприємствам легкої промисловості успішно діяти за умов жорсткої конкуренції.

Література

1. Кузьмін Щ.Є., Мельник О.Г. Діагностика потенціалу підприємства // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2001. – № 1. – С.155-166.
2. Міценко Н.Г. Конкурентоспроможність і конкурентні переваги підприємства в сучасних ринкових умовах // Науковий вісник НЛТУ України. – 2009. – № 19.3. – С.243-247
3. Балабанова І.В. Конкурентний потенціал як основа формування конкурентних переваг // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/3_ANRR_2009/Economics/38882.doc.htm
4. Стовбун Ю.Т. Конкурентні переваги підприємства як необхідна умова виходу економіки України з тіні // Актуальні проблеми розвитку економіки регіону. – 2009. – Вип.№ 5. – Том 1. – С.100-107
5. Соловйова І.Б. Устаткування підприємств легкої промисловості // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukr.docdat.com/text/4255/index-1.html?page=10>
6. Даневич М.В. Підвищення та збереження конкурентоспроможності працівників на засадах партнерства // Збірник наукових праць Кіровоградського національного технічного університету. – 2009. – № 15. – С.264-267
7. Князик Ю.М., Лебідь Т.В. Вплив маркетингових чинників на формування конкурентоспроможності промислових підприємств // Вісник національного університету «Львівська політехніка». – 2011. – № 704. – С. 44-50.

References

1. Kuzmin Shch.Ye., Melnyk O.H. Diahnostyka potentsialu pidpriemstva // Marketynh i menedzhment innovatsii. – 2001. – No1. – pp.155-166.
2. Mitsenko N.H. Konkurentospromozhnist i konkurentni perevahy pidpriemstva v suchasnykh rynkovykh umovakh // Naukovyi visnyk NLTU Ukrainy. – 2009. – No19.3. – pp.243-247
3. Balabanova I.V. Konkurentnyi potentsial yak osnova formuvannia konkurentnykh perevah // [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: http://www.rusnauka.com/3_ANRR_2009/Economics/38882.doc.htm
4. Stovbun Yu.T. Konkurentni perevahy pidpriemstva yak neobkhdna umova vykhodu ekonomiky Ukrainy z tyni // Aktualni problemy rozvytku ekonomiky rehionu. – 2009. – Vyp.No5. – Tom 1. – pp.100-107
5. Soloviova I.B. Ustatkuvannia pidpriemstv lehkoii promyslovosti // [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: <http://ukr.docdat.com/text/4255/index-1.html?page=10>
6. Danevych M.V. Pidvyshchennia ta zberezhennia konkurentospromozhnosti pratsivnykiv na zasadah partnerstva // Zbirnyk naukovykh prats Kirovohradskoho natsionalnoho tekhnichnoho universytetu. – 2009. – No15. – pp.264-267
7. Kniazuk Yu.M., Lebid T.V. Vplyv marketynhovykh chynnykiv na formuvannia konkurentospromozhnosti promyslovykh pidpriemstv // Visnyk natsionalnoho universytetu «Lvivska politekhnika». – 2011. – No704. – pp.44-50.

Рецензія/Peer review : 10.9.2013 р. Надрукована/Printed : 25.9.2013 р.