

Нечіпор С.В., к.пед.н., доц. каф. Технологій і дизайну

КОНКУРЕНТОЗДАТНІСТЬ ШВЕЙНИХ ВИРОБІВ – ЗАПОРУКА РОЗВИТКУ ШВЕЙНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Конкурентоздатність підприємства – реальна і потенційна здатність компанії, а також можливості проектувати, виготовляти (в тих умовах, у яких їх приходить діяти) товари за ціновими і неціновими характеристиками більш привабливі, ніж товари фірм-конкурентів. З точки зору результативності діяльності організацій-конкурентів на ринку і захоплення ними сильніших позицій можна виділити такі основні фактори, які вимагають постійного вивчення і вдосконалення: імідж швейного підприємства; якість товарів, рівень їх відповідності світовому рівню; різноманітність номенклатури швейних виробів; потужність науково-дослідної і конструкторської бази, яка характеризує можливість щодо розробки нових швейних виробів; потужність виробничої бази, яка характеризує можливості переналаштування на випуск нових моделей одягу і нарощування обсягу випуску розроблених виробів; стабільність фінансово-економічного становища підприємства; ринкова ціна швейних виробів з врахуванням можливих знижок і націнок; ефективність і рівень збуту з точки зору використання каналів руху товару; рівень рекламної діяльності, тощо...

Загальні тенденції розвитку сучасних швейних підприємств полягає у тому, що: існують складності збуту продукції, що пов'язані з недостатньою конкурентоздатністю продукції; доля імпорتنих товарів легкої промисловості на ринку досягла 60%. У результаті йде витіснення вітчизняних товарів імпортними: з одного боку це високоякісні і дорогі товари (Німеччина, Італія, Англія), з другого – менш якісні і недорогі (Китай, Турція); висока собівартість продукції залежить від утримання надлишкової кількості працівників і низького використання виробничих потужностей; сировинне забезпечення у більшості відбувається на ринковій основі (імпорт бавовни, вовни, натуральних і синтетичних тканин, фарбників тощо); існують демографічні проблеми (зниження народжуваності), які також призводять до зниження попиту на продукцію легкої промисловості (дитячий одяг і взуття).

Конкурентоздатність швейного виробу - комплексна характеристика товару, яка визначає переваги порівняно з іншими товарами-конкурентами (як за ступенем відповідності конкретній потребі, так і за витратами на її задоволення). Саме ця характеристика швейного виробу забезпечує можливість реалізації цього товару у визначений момент часу на конкретному ринку. Конкурентоздатність забезпечується якісними і ціновими особливостями товару, які враховуються покупцем у відповідності з їх безпосереднім значенням для задоволення потреб. Фактична (риночна) оцінка конкурентоздатності дається споживачем тільки у процесі купівлі-продажу товару.

Отже, конкурентоздатність швейного виробу прямо впливає на можливість розвитку швейного підприємства, як організації, яка виготовляє цей вид продукції споживання.

Список використаних джерел

1. Голова, А.Г. Управление продажами [Текст] : учебник / А.Г. Головой. – М.: Дашков и К. – 2013. – 280 с.