

# КОНКУРЕНТНІ ПЕРЕВАГИ ШВЕЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ В КОНТЕКСТІ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ

Г. І. Кононенко, аспірант  
Київський національний університет технологій та дизайну

Основним пріоритетним напрямом сталого розвитку української економіки є успішний розвиток вітчизняних підприємств, одними з яких є швейні підприємства. Досягнення підприємством довготривалого ринкового успіху в умовах ринкової економіки можливо за рахунок удосконалення і використання дієвих організаційно-економічних важелів управління конкурентоспроможністю та формування конкурентних переваг, що виступає запорукою виживання та сталого його ефективного функціонування.

Однією з відмінностей вітчизняних швейних підприємств від їх закордонних конкурентів є те, що вони у кілька разів менш ефективні і капіталомісткі. Тому, для забезпечення власної конкурентоспроможності необхідно, вкладати в розвиток стільки ж ресурсів, скільки вкладають закордонні конкуренти, що дуже проблематично, або концентрувати свої ресурси тільки на самих перспективних напрямках діяльності і розвитку фірмових компетенцій. Конкурентні переваги є головною метою й результатом господарської діяльності підприємства і проявляються або в більш низьких, ніж у конкурента витратах, або у спроможності вимірювати і контролювати додану вартість, яка перевищує додаткові витрати від диференціації [1].

Для перемоги у боротьбі із конкурентами, конкурентна перевага повинна відповідати наступним вимогам: мати інноваційний характер для визначення напрямів і встановлення пріоритетності заходів щодо управління підприємством; бути націленою на специфічні запити клієнта, що дозволить принести користь цільовій групі споживачів; забезпечувати підприємству ринкове положення, на тривалий час вигідно відрізнити його від конкурентів; спиратися на специфічні, оригінальні здатності й ресурси підприємства, які не піддаються імітації з боку конкурентів [2].

Щоб дозволить підприємству раціонально управляти ресурсами та бути конкурентоспроможним на ринку в довгостроковій перспективі, конкурентні переваги повинні бути стійкими та гнучкими, щоб піддаватися адаптації до змін у ринковому середовищі, формуватися на стратегічному рівні з урахуванням взаємодії і погодженості усіх функціональних сфер діяльності підприємства.

Забезпечити стійкість конкурентної переваги можна лише шляхом безперервного удосконалення наявних і створених нових ресурсів. Серед ресурсів підприємства найважливішим надбанням, що створює цінність, є знання. Саме за допомогою них створюються конкурентні переваги вищого порядку, які трудно і копіювати, й імітувати. Для швейних підприємств – це нові моделі одягу, які задовольняють попит споживачів, відповідають модним тенденціям та виготовлені із сучасних матеріалів за сучасними технологіями. В Україні багато талановитих дизайнерів одягу, потрібно надати їм можливість реалізувати себе для створення моделей одягу, які дійдуть до вітчизняного споживача.

Стійка конкурентна перевага – це довгострокова користь від виконання унікальної стратегії розвитку швейного підприємства, яка спрямована на створення цінностей, що не застосовується ні існуючими, ні потенційними конкурентами. Підходи, що характеризують стійку конкурентну перевагу наступні: ретельно підібрана система видів діяльності; відношення до конкурентів (співробітництво); унікальна конкурентна позиція підприємства; визначення ключових факторів успіху.

Продукція, що виробляється підприємством є вирішальною конкурентною перевагою для швейних підприємств. У конкурентоспроможній продукції фокусуються зусилля підприємства виробляти її з меншими витратами часу і ресурсів, оригінальність можливостей і ресурсів підприємства, вміння використовувати людський капітал. Продукція швейних підприємств вважається унікальною. Моделі одягу створюються для кожного нового сезону, виготовляються із різних тканин з різним оздобленням. Формуючи конкурентні переваги кожне швейне підприємство повинно мати свій сегмент ринку

швейних виробів, на якому воно може надавати споживачам моделі одягу відмінні від інших виробників. Зважаючи на те, що попит на одяг дуже швидко змінюється доцільно випускати моделі одягу невеликими партіями, це надає можливість більш гнучкого пристосування до ринку.

У зв'язку з постійними змінами кон'юнктури ринку, зміни факторів, які впливають на діяльність підприємства, конкурентні переваги, як і будь - які інші явища, не можуть існувати вічно, кожна з них переживає свій життєвий цикл. Зважаючи на те, що всі зміни не можуть відбуватися одночасно, життєві цикли конкурентних переваг на різних підприємствах та в різні моменти часу різні, а значить всі конкурентні переваги відрізняються за стадіями життєвого циклу, які утворюють другу ознаку класифікації конкурентних переваг.

Враховуючи значний рівень конкуренції в модній індустрії формування вітчизняними підприємствами власних конкурентних переваг сприятиме забезпеченню рівня їх власної економічної безпеки. Вітчизняні швейні підприємства мають значний внутрішній ринок споживачів своєї продукції, вони можуть швидко реагувати на зміну у попиті на ринку та задовольняти цей попит. Певні події на сході України переорієнтували багато швейних підприємств на пошиття інших моделей одягу, але внутрішній попит на звичайні моделі одягу залишається стійким. Економічна безпека підприємства обумовлює його стійкий та довготривалий розвиток. Тому формування конкурентних переваг в контексті забезпечення економічної безпеки є важливим завданням для керівництва швейних підприємств.

Список використаної літератури:

1. Портер М.Е. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов / М.Е. Портер; пер. с англ. И. Минервина - 2-е изд. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2006. – 452 с.

2. Ареф`єва О.В. Управління розвитком економічних систем: теорія, механізми регулювання та управління [текст]: моногр. / О.В. Ареф`єва, В.В. Прохорова. – Х.: [УкрДАЗТ], 2010. – 301 с.