

УДК 339.138

Куліковський Р. - ст. гр. БКмп-52

Тернопільський державний технічний університет імені Івана Пулюя

ПРІОРИТЕТНІ ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТНО-СПРОМОЖНОСТІ ТЕКСТИЛЬНОЇ ГАЛУЗІ

Науковий керівник к.е.н. доц. Якимишин Л.Я.

Динаміка економіки України ставить проблему підвищення конкурентоспроможності виробів текстильної промисловості. Саме поняття конкурентоспроможності багатогранне. Еволюція пізнання цієї категорії розпочала давно і займає вагомe місце у дослідження як вітчизняних, так і іноземних вчених на сьогодні. Ряд українських вчених під конкурентоспроможністю розуміють багатопланову категорію на рівні товаровиробника.

Англійський вчений К.Єнот розглядає це поняття як демонстрацію покупцю переваг у ціні, швидкості доставки товару, тощо обумовлює реалізацію виробнику своїх товарів і збитковість конкурентів. Вчені США конкурентоспроможність визначають як ступінь, з яким країна, виготовляючи товари чи послуги в умовах ринку, формує збільшення доходів своїх громадян.

В загальному конкурентоспроможність потрібно розглядати з однієї сторони як процес що динамічно розвивається, а з другої як частину економічної системи, запропонована на різних рівнях, починаючи з мікро рівня і закінчуючи світовою економікою на макрорівні. Для визначення конкурентної позиції вітчизняних та іноземних товарів текстильної промисловості необхідно застосувати кількісну оцінку в порівнянні із конкурентами кожного із ключових факторів успіху і кожного суттєвого індикатора конкурентної сили. Проаналізувавши існуючі теоретичні підходи, можна зробити висновок, що порівняно виробники вітчизняних текстильних виробів є менш-конкурентноспроможними з іноземними.

Вітчизняним виробникам текстильної продукції слід звернути увагу на наступне:

- підприємства, які проводять модернізацію виробництва й інших сфер господарської діяльності, постійно повинні створювати нові переваги;
- у наш час багато підприємств варто надавати значну увагу такому аспекту, як активізація рекламної діяльності;
- застосовувати комплексний підхід до підвищення якості товару технічного рівня, споживчих властивостей;
- розглянути можливість запровадження, зокрема для оптових і постійних покупців, системи знижок
- слід надати увагу цільовому маневруванню в ринковому просторі й часі, а головне максимальному обліку вимог і можливостей конкретних груп покупців, які відіграють важливу роль;
- слід звернути увагу на збільшення частки ринку і завоювання нових зовнішніх ринків.

В ситуації, що склалась на зовнішньому ринку, український текстиль буде також характеризуватись помірним темпом зростання після ліквідації системи квот.

Завдяки технологічному процесу, що зрештою підвищить якість та збільшить додану вартість галузі легкої промисловості, Україна може досягти стабільного переходу текстильній торгівлі. Потрібно опанувати нові технології виготовлення, більш економічні і ефективні, по можливості виходити на нові сегменти ринку.