

ВПЛИВ ФАКТОРІВ ВНУТРІШНЬОГО ТА ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ ЛЕГКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

Постановка проблеми. Створення умов для забезпечення – зростання добробуту населення є пріоритетним напрямком економічної та соціальної політики нашої держави. Однією з галузей національної економіки, що покликана задовольняти потреби кожного громадянина товарами широкого вжитку та сприяти поліпшенню якості життя, є легка промисловість. Її важливість для розвитку національної економіки обумовлена необхідністю задоволення споживчого попиту населення, а також потребами промисловості. Отже, легка промисловість, як одна з найбільш соціально значущих галузей промисловості, потребує особливої уваги. Тому дослідження факторів, що впливають на її розвиток, набуває особливої актуальності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми та перспективи розвитку легкої промисловості України досліджували такі автори, як В. А. Ізовіт, Т. Л. Замороко, О. В. Царенко та інші. Вплив середовища на діяльність підприємств легкої промисловості розглянуто у працях А. П. Гречан, О. А. Виноградова, О. Е. Соломенко, Д. І. Коваленко, Д. Л. Липської, І. П. Науменко, М. М. Повідайчик та ін.

Отже, **метою статті** є виявлення впливу факторів внутрішнього і зовнішнього середовища на конкурентоспроможність підприємств легкої промисловості та виділення із запропонованої кількості найбільш вагомих для своєчасного й адекватного реагування на них.

Виклад основного матеріалу. Легка промисловість є важливим видом промислової діяльності, який має соціальну спрямованість і посідає друге місце після харчової щодо задоволення потреб людини першого рівня за ієрархією А. Маслоу.

Збільшення виробництва продукції легкої промисловості є важливим чинником розвитку всієї економіки країни. До того ж пріоритетність галузі для національної економіки країни визначається:

- значним обсягом внутрішнього ринку товарів легкої промисловості (близько 40 млрд грн щороку);
- високим рівнем доданої вартості (до 50 відсотків), що створюється у процесі виробництва товарів, швидким обігом капіталу;
- використанням такої сировини та напівфабрикатів вітчизняного виробництва, як шкіра, вовна, льон, хімічні матеріали;

- низькою енергоємністю виробництва (1 – 3 відсотка валових витрат)
- незначним впливом на довкілля;
- наявністю висококваліфікованих кадрів в усіх регіонах [6];
- можливістю створення значної кількості дешевих робочих місць. Так, загальновідомо, що витрати на створення одного робочого місця в легкій промисловості у десятки разів менші, ніж у таких фондо- і наукоємних галузях, як хімічна, машинобудування, металургійна.

Світовий досвід розвинутих країн показує, що їх економічне зростання спиралося на виробництво товарів легкої промисловості, виготовлення й реалізація яких при незначних затратах на створення робочих місць та низьких енерговитратах приносило „швидкі гроші”, а також забезпечення зайнятості значної частини населення. Сьогодні цим шляхом йдуть Китай, Туреччина, В’єтнам, Польща, а результати можна побачити на ринках України [9, с. 92].

Україна має один з найбільш потужних у Європі комплекс підприємств легкої промисловості, це близько, 4,8 тис. підприємств, з них понад 800 великих і середніх, які об’єднують 17 підгалузей та можуть бути розділені на три групи:

- текстильна, в тому числі, бавовняна, льняна, вовняна, шовкова, трикотажна, що включає 2,5 тис. підприємств, які здійснюють первинну обробку льону, шерсті та ін., виробництво нетканих матеріалів, в’язання сіток, виробництво текстильної галантереї та ін.;
- швейна, це понад 6 тис. підприємств;
- шкіряно-взуттєва і хутрова – близько 1,5 тис. підприємств.

Підприємства галузі виробляють різноманітні товари народного споживання, серед яких тканини всіх видів, швейний і трикотажний одяг, взуття, шкіргалантерея і шкіряні товари, фурнітура, парцеляновий посуд, іграшки та інше, що значною мірою визначає соціально-економічний стан суспільства [5, С. 41].

На ефективність галузі та конкурентоспроможність її підприємств впливають різні економічні фактори, серед яких збалансованість товаро-ринкових сегментів, життєвий цикл товарів, невизначеність і ризики, структура споживачів (у плані залежності тих чи інших товарів від груп споживачів), технологічна

база (використання наявних технологій чи створення нових) та інші фактори, з якими стикаються підприємства легкої промисловості у внутрішньому і зовнішньому середовищі, що безпосередньо впливають на розвиток їхнього бізнесу та галузі взагалі [10].

Схематично найбільш значущі фактори внутрішнього і зовнішнього середовища, що впливають на діяльність підприємства, можна представити у наступному вигляді (рис. 1).

Одним із факторів, що нерозривно пов'язаний з кількістю виготовленої продукції та виконаних робіт за певний період часу, є технічний рівень підприємств легкої промисловості. Він характеризується парком основного технологічного обладнання, але досі на підприємствах галузі використовується обладнання, яке було вироблено 30 – 40 років тому, яке зараз є фізично та морально зношеним. При такій застарілій технічній базі на підприємствах зростає роль рівня кваліфікації трудових ресурсів у виробничому процесі, за допомогою якої можливо досягти випуску достатніх обсягів якісних виробів; але щоб зацікавити працівників, треба збільшити витрати на оплату праці та соціальні відрахування,

що, в свою чергу, призведе до подорожчання готової продукції [8, с. 298].

Наступний важливий внутрішній фактор – це розмір заробітної плати. З кожним роком в Україні відбувається збільшення оплати праці робітників легкої промисловості, але не дуже значне. Цей факт не сприяє підвищенню престижу роботи в цій галузі, тому і прогресує відтік висококваліфікованих фахівців та скорочується прийом молодих перспективних кадрів на підприємства легкої промисловості [11, с. 80].

Так, у Європі середня заробітна плата в два рази більше, і майстрині отримують від 300 до 500 євро. Українська кравчиня за місяць отримує 1,5 – 3 тисячі грн., що складає близько 150 – 300 євро. Китайські ж робітниці в середньому в місяць мають близько 60 євро, але їх продуктивність в 2 – 3 рази вища, ніж в Україні. Для замовника вигода очевидна [4].

Значну роль у діяльності підприємства відіграє технологія виробництва продукції, тому що з її допомогою підприємство може впливати як на витрати, пов'язані з закупівлею і транспортуванням сировини і матеріалів, так і на час виробничого циклу, якість про-

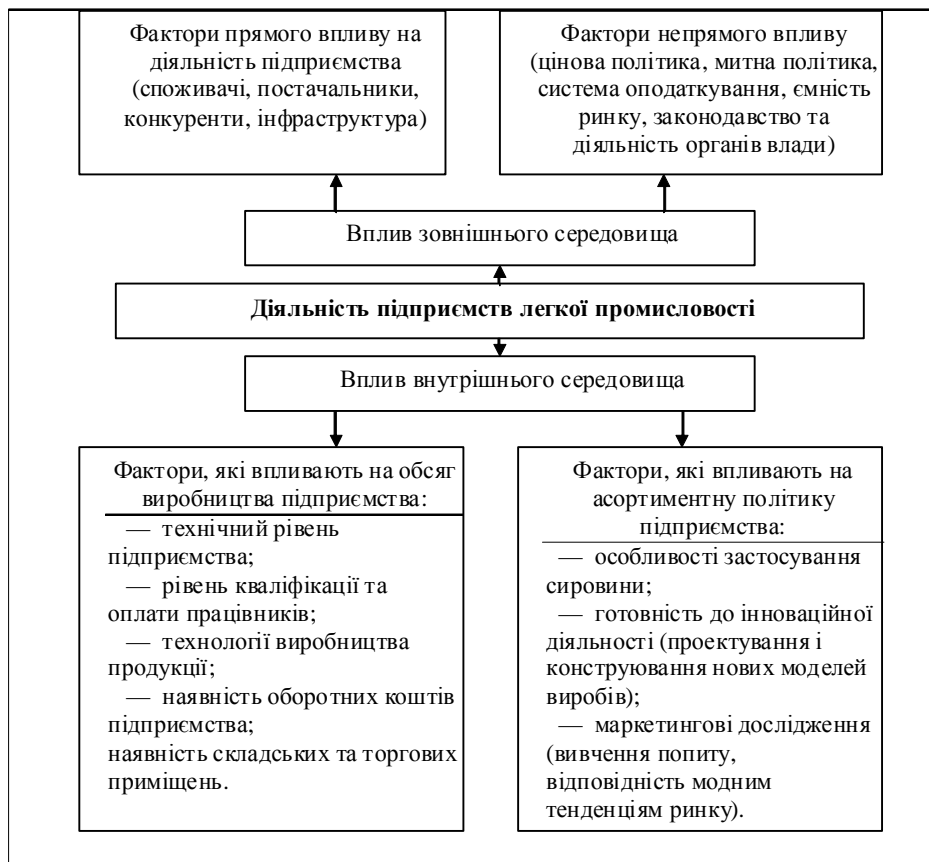


Рис. 1. Фактори впливу внутрішнього і зовнішнього середовища на діяльність підприємств легкої промисловості

дукції, що в умовах конкурентної боротьби є дуже важливим чинником [10].

Не менш важливими внутрішніми факторами діяльності підприємств легкої промисловості є наступні:

– потужність складських та торгівельних приміщень, а особливо орендованих, оскільки плата за оренду постійно зростає, тому орендодавці закладають величину інфляції в вартість договору, а орендарі, у свою чергу, закладають ці суми в ціну товару, тому ті покупці, які хочуть купувати якісні речі, мають бути готові платити за них достатньо велику ціну [7, с. 107];

– наявність оборотних коштів, які інвестовані підприємством у майбутні операції. Для того, щоб підприємство зберігало поточні обсяги виробництва та могло успішно конкурувати на ринку, необхідно, щоб величина оборотних коштів та швидкість їх обертання були максимальними [10].

Під час формування витрат на виробництво продукції легкої промисловості слід враховувати особливості застосовуваної сировини та ціни на неї, які постійно зростають.

Невід’ємною частиною розвитку виробництва на підприємствах легкої промисловості є інноваційна діяльність, яка включає роботи з проектування і конструювання нових моделей виробів. Це складний комплексний процес, який об’єднує рішення художніх, технічних і соціальних завдань. На сьогодні підприємства, в тому числі швейні, виробляють ту продукцію, яка необхідна споживачам, і отримують прибуток за рахунок максимального задоволення їх потреб [10]. Але деякі підприємства відмовляються від інвестицій, не через відсутність фінансування, а через невпевненість в тому, що продукція знайде попит. Адже попит споживачів – це категорія досить мінлива, яку можна і потрібно не лише вивчати, а й цілеспрямовано формувати. Враховуючи той факт, що в Україні хоча й повільно, а все ж відбувається становлення „середнього класу”, можна дійти висновку, що для захоплення чи не єдино можливої для вітчизняних виробників ніші на власному внутрішньому споживчому ринку сьогодні підприємствам вкрай необхідне опанування сучасних методів менеджменту та маркетингу та відповідність асортименту продукції запитам споживачів.

Основна мета асортиментної політики полягає в тому, щоб орієнтувати підприємство на випуск товарів, які за структурою і якістю повністю відповідають запитам покупців. Так, будь-яке підприємство зацікавлене у скороченні номенклатури і асортименту товарів з метою збільшення серійності окремих виробів, а відповідно, скорочення виробничих затрат. Однак, ринкова економіка, де головним елементом є споживач, потребує розширення асортименту продукції і врахування запитів окремого покупця.

Надзвичайно важливу роль у плануванні асортименту підприємств легкої промисловості відіграє мода. Циклічність моди дозволяє передбачити послідовність її зміни.

До основних факторів впливу на стратегічне планування діяльності підприємства у рівній мірі відносять як внутрішні, так і зовнішні. Однак, деякі вчені вважають, що: „... зовнішнє середовище все більше стає джерелом проблем для сучасних підприємств. Керівники різних установ – ділових, освітніх, державних змушені зосередити увагу на динамізмі зовнішнього середовища і його впливі на внутрішню будову підприємства” [1].

Зовнішні фактори розглядають з позиції їх прямого впливу на діяльність підприємства (споживачі, постачальники, конкуренти, інфраструктура) і непрямого впливу (цінова політика, митна політика, система оподаткування, ємність ринку і коливання попиту, законодавство та діяльність органів влади).

У сучасних умовах господарювання для підприємства головною дійовою особою на споживчому ринку виробів легкої промисловості виступає людина (споживач) з властивим тільки їй неповторним набором специфічних потреб як психологічних, так і фізичних, і соціальних. Одяг, взуття належать до тих товарних категорій, які необхідні кожній людині протягом усього її життя. Досить низька, порівняно з економічно розвиненими країнами, купівельна спроможність населення України дещо знижує привабливість вітчизняного ринку товарів легкої промисловості, проте цей недолік певною мірою компенсують особливості менталітету наших співвітчизників, що завжди приділяли суттєву увагу зовнішньому вигляду та прагнули одягатися модно, привабливо і яскраво, навіть за рахунок економії на інших статтях витрат. Тому не дивно, що боротьба за контроль над вітчизняним ринком одягу та взуття здійснюється багатьма країнами світу [3, с. 4].

Важливим фактором є врахування характеру конкуренції між підприємствами галузі. Адже між собою конкурують не тільки товари, але і стратегії ринкової діяльності підприємств, їх управлінські та виконавчі системи; перевагу може отримати той, хто створить на ринку необхідні умови для успішного функціонування підприємства [10].

Так, останнім часом в Україні на фоні тривалої кризи “класичної” легкої промисловості виникла нова сфера діяльності - модний бізнес, або так звана fashion-індустрія, що позиціонує себе як незалежну і цілком самодостатню галузь – від створення модних брендів і колекцій до просування фірмових марок у торгових мережах та здійснення комунікацій. Типовими структурними одиницями fashion-індустрії виступають дизайн-будинки, що розробляють колекції і розмі-

щують замовлення на їх виготовлення. Така практика роботи з масовим покупцем може стати потужним важелем розвитку підприємницької ініціативи і зростання масштабів модного бізнесу [3, С. 5].

Серед факторів зовнішнього середовища, які впливають на діяльність підприємств легкої промисловості, виділяють співпрацю з постачальниками сировини. Зараз текстильна промисловість України забезпечує менше половини необхідного обсягу тканин, тому все частіше необхідну сировину підприємства вимушені завозити з Росії та Білорусі. [10].

Одним з ключових зовнішніх факторів можна назвати створення умов з боку держави для підтримки торгівлі товарами легкої промисловості вітчизняних виробників.

На даний час в Україні на державному рівні практично не здійснюються заходи з розвитку інфраструктури легкої промисловості, особливо торгівлі вітчизняною продукцією, що є необхідною умовою для просування товарів вітчизняних підприємств – крупних виробників такої продукції. Товари легкої промисловості поступають через речові ринки, які є основним каналом поширення контрабандної продукції, в наслідок відкритості вітчизняної економіки для масового напливу зарубіжної продукції, неналежної якості, проте за низькими цінами. Велику кількість швейної продукції в Україну постачають такі країни, як Китай, В'єтнам, Туреччина і Польща.

Зважаючи на той факт, що сегмент споживачів з низькими доходами (менше 120 євро на місяць) становить близько 80% від загального обсягу споживачів, така продукція становить 75 – 80% від загального обсягу продажів [2].

Значним чинником зменшення продажів продукції вітчизняних підприємств є також ввезення продукції „секонд-хенд”. Її обсяг становить близько 120 млн євро та складається переважно з товарів Західної Європи. За оцінками дослідників, кількість цього одягу перевищує обсяг вітчизняного виробництва таких товарів, внаслідок чого легка промисловість втратила понад 30 тис. робочих місць [2].

Крім того, проблемою підприємств галузі залишається здійснення діяльності за давальницькими схемами. За різними оцінками, сьогодні на давальницькій сировині працюють від 75 до 90% підприємств швейної підгалузі, близько 30% – взуттєвої. Текстильні підприємства виробляють з давальницької сировини понад 90% продукції. Випуск продукції на давальницьких засадах за умов економічної кризи для багатьох підприємств залишився майже єдиною можливістю зберегти виробничий та кадровий потенціал, створити нові робочі місця, освоїти інноваційні технологічні процеси. Протягом періоду адаптації підприємств до

вимог ринкової економіки фахівці наголошують на необхідності самостійного виходу їх на ринок готової продукції. Проте значна частина підприємств не готова до такої переорієнтації. Пов'язано це, поряд з іншими чинниками, з недостатніми обсягами інвестицій у підприємства легкої промисловості. Більшість з них не мають пакета інноваційних та інвестиційних проєктів для різних варіантів відновлення і розвитку виробництва [2].

Висновки. Таким чином, аналіз зазначених факторів внутрішнього та зовнішнього середовища, що відіграють визначальну роль у процесі життєдіяльності підприємств легкої промисловості, показав, що найбільш впливовими на конкурентоспроможність підприємств слід вважати:

1. Потреби споживачів, в том числі ексклюзивні, індивідуальні, а також можливості підприємств легкої промисловості для їх задоволення.

2. Стан вітчизняної сировинної бази та можливості підприємств легкої промисловості зменшувати собівартість виробництва за рахунок здешевлення матеріальних витрат.

3. Державна підтримка галузі, яка сприятиме:

– обмеженню імпорту низькоякісних готових виробів з країн Сходу та одягу, що був у використанні, тобто секонд-хенд з країн Європи;

– збільшенню обсягів виробництва готової продукції для вітчизняного споживача за рахунок зменшення обсягів виробництва продукції за давальницькими контрактами.

Відзначимо, що вплив перелічених факторів зовнішнього та внутрішнього середовища на діяльність українських підприємств легкої промисловості постійно змінюється та має специфічний характер для галузі в цілому.

Література

1. **Ансофф И.** Стратегическое управление / И. Ансофф. – М.: Экономика, 1994. – 214 с.
2. **Виноградов О. А.** Маркетинговий підхід до ціноутворення на продукцію підприємств легкої промисловості / О. А. Виноградов, О. Е. Соломенко // Легка промисловість. – 2010. – № 1. – С. 36 – 37. Вітчизняна легка промисловість // Легка промисловість. – 2011. – № 2. – С. 2 – 10.
3. **Заец М.** Швейная промышленность: Украина противостоит Китаю [Електронний ресурс] / М. Заец // Украинский Бизнес Ресурс – 27.08.2010 р. – Режим доступу : <http://ubr.ua/market/industrial/shveinaia-promyshlennost-ukraina-protivostoit-kitau-57800>
4. **Коваленко Д. І.** Тенденції розвитку процесів реструктуризації в легкій промисловості України [Електронний ресурс] / Д. І. Коваленко // Державний інформаційний бюлетень про приватизацію – 2006. –

№ 3. – С.41 – 45. – Режим доступу до журн. : http://www.spfu.gov.ua/ukr/journal/200603/3_41_45.pdf

5. **Концепція Державної програми розвитку легкої промисловості на період до 2011 року** від 27.12.2006 № 673-р / Верховна Рада України [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/>

6. **Липская Д. Л.** Факторы, определяющие рост цен на мировом рынке швейной промышленности [Електронний ресурс] / Д. Л. Липская, В. В. Краснова // Вісник Хмельницького національного університету – 2010. – № 3. – Т. 1. – С. 106 – 108. – Режим доступу до журн. : http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vchnu_ekon/2010_3_1/106-108.pdf

7. **Макаренко С. М.** Підвищення конкурентоспроможності підприємства шляхом організації перманентних інноваційних процесів [Електронний ресурс] / С. М. Макаренко // Економічний простір – 2008. – № 19. – С. 292 – 297. – Режим доступу до журн. : http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Ekpr/2008_19/maakar.pdf

8. **Науменко І. П.** Легка промисловість України: шляхи підвищення конкурентоспроможності та економічної ефективності / І. П. Науменко // Формування ринкових відносин в Україні. – 2007. – № 5 (72). – С. 92 – 96.

9. **Повідайчик М. М.** Фактори внутрішнього та зовнішнього середовища і їх вплив на формування виробничої програми швейного підприємства [Електронний ресурс] / М. М. Повідайчик // Науковий вісник Ужгородського університету. Серія „Економіка” – 2011. – випуск 32. – С. 182 – 188. – Режим доступу до журн. : http://www.nbu.gov.ua/portal/natural/Nvu/Ekon/2011_32/statti/3_12.htm

10. **Самігулліна Ю. Р.** Інвестиційна привабливість підприємств легкої промисловості [Електронний ресурс] / Ю. Р. Самігулліна // Вісник Вінницького політехнічного інституту – 2011. – № 4. – С. 78 – 81. – Режим доступу до журн.: <http://visnyk.vstu.vinnica.ua/2011/4/pdf/11syrlie.pdf>

Зайцева Л.О. Вплив факторів внутрішнього та зовнішнього середовища на конкурентоспроможність підприємств легкої промисловості

У статті досліджено проблему впливу факторів внутрішнього та зовнішнього середовища на конкурентоспроможність підприємств легкої промисло-

вості. Особливу увагу приділено виявленню найбільш значущих факторів внутрішнього та зовнішнього середовища, які впливають на діяльність підприємств. Серед внутрішніх факторів виокремлено ті, які впливають на обсяг виробництва та асортименту політику підприємства. Зовнішні фактори розглянуто з позиції їх прямого і непрямого впливу на діяльність підприємства.

Ключові слова: легка промисловість, фактори внутрішнього та зовнішнього середовища, діяльність підприємства.

Зайцева Л. А. Влияние факторов внутренней и внешней среды на конкурентоспособность предприятий легкой промышленности

В статье анализируются проблемы влияния факторов внутренней и внешней среды на конкурентоспособность предприятий легкой промышленности. Особое внимание уделено выявлению наиболее значимых факторов внутренней и внешней среды, влияющих на деятельность предприятий. Среди внутренних факторов выделены те, которые влияют на объемы производства и ассортиментную политику предприятия. Внешние факторы рассматривают с позиции их прямого и косвенного воздействия на деятельность предприятия.

Ключевые слова: легкая промышленность, факторы внутренней и внешней среды, деятельность предприятия.

Zaitseva L. A. The Influence of Internal and External Environment's Factors on the Activity of Enterprises of light Industry

This article analyzes the problem of the influence of internal and external environment's factors on the activity of enterprises of light industry. Special attention is paid to identifying the most important factors of internal and external environment that affect the activities of enterprises. Among the internal factors the factors, that most of all effects on production and product strategy of the company are identified. External factors in terms of their direct and indirect effects on the activity of the enterprise are considered.

Key words: light industry, factors of internal and external environment, the activity of the enterprise.

Стаття надійшла до редакції 06.12.2012
Прийнято до друку 20.02.2013