

ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ РИНКУ ЛЛЯНОЇ ПРОДУКЦІЇ В УКРАЇНІ

**С. М. Шкарлет, доктор економічних наук;
А. М. Коробка**

На сучасному етапі розвитку текстильної промисловості України недостатньо уваги приділяється аналізу волокнистого складу виробів, які представлені вітчизняному споживачу. Так, значну частку на ринку текстильної продукції займають імпортовані товари, безпечність яких для споживача є досить суперечливим твердженням, тому що переважну їх кількість становить синтетична продукція. Отже, необхідно відзначити потребу в розвитку вітчизняного виробництва для вилучення імпортованих товарів сумнівної якості.

Україна має вікові надбання щодо вирощування та переробки льону. Саме тому в даній галузі є значні перспективи для подальшого розвитку та забезпечення викорінення надходження на вітчизняний ринок продукції з натуральних волокон. Також слід відмітити, що завдяки унікальному комплексу властивостей льону (гігієнічність, висока міцність і здатність поглинати вологу, комфортність, природна бактерицидність тощо) на вироби з нього існує постійний попит.

Питанням вивчення та аналізу розвитку та сучасного стану ринку лляної продукції присвячено низку праць видатних учених. Значна частка науковців досліджує безпосередньо розвиток галузі льонарства з метою вирішення актуальних проблем, що призводять до її занепаду, – Ю. В. Мохер, Ю. Я. Лузан, В. М. Нелеп, В. Ф. Дідух, О. В. Голій та ін.

Вагоме дослідження провели автори в праці [2] шляхом порівняння сильних і слабких сторін розвитку льонарства в державі. Автори відмітили не лише проблеми, але й обґрунтували значні можливості розвитку даної галузі. Також було проведено оцінку існуючих прогнозів розвитку галузі і відзначено найбільш перспективні.

В. С. Простиченко та Н. В. Садретдінова стверджують, що необхідно посилити зв'язок науки з виробництвом, створивши науково-виробничі корпорації, які ефективно функціонують у країнах Західної Європи у вигляді технопарків. Це надасть можливість швидкого та продуктивного впровадження інноваційних технологій у виробництво, а також підготовки кваліфікованих і практично орієнтованих спеціалістів [3].

Значну увагу науковці приділяють питанням розширення асортименту лляних тканин (шляхом розробки нових методів оздоблення, переплетень, надання тканинам унікальних медико-біологічних властивостей) і виробів, удосконалення процесу обробки тканин та іншим аспектам, що сприяють підвищенню показників якості продукції. Дану тематику представлено у працях таких заслужених діячів науки, як Д. Г. Круглий, Л. Г. Зубкова, І. М. Дударєв, І. В. Захарченко, І. В. Осипова та ін.

Основною метою даної праці є представлення ефективних напрямів розвитку ринку текстильних виробів для збільшення їх обсягів саме вітчизняного виробництва. Необхідно виконати такі завдання: на основі аналізу сучасного стану льонарства запропонувати заходи, які б сприяли піднесенню галузі; проаналізувати закордонні системи виробництва лляних тканин і визначити можливість їх упровадження в Україні; запропонувати перспективні напрями розвитку сучасного ринку лляної продукції.

Проблема підвищення конкурентоспроможності вітчизняної текстильної продукції на етапі членства в СОТ України набуває особливого значення у зв'язку з можливим розширенням ринків збуту та постачання. Це

стосується в першу чергу продукції з лляних волокон, оскільки вона є традиційною для виробництва в Україні, а також у зв'язку з унікальними споживними властивостями лляних волокон.

Україна на нинішньому етапі розвитку національної економіки не повною мірою використовує свої потенційні можливості щодо

виробництва льонопродукції. З кожним роком значно зменшуються обсяги виробництва льоноволокна, а відповідно і лляних тканин на території держави, що свідчить про інтенсифікацію існуючих проблем у галузі. На рис. представлено обсяги виробництва лляних тканин в Україні за попередні роки.

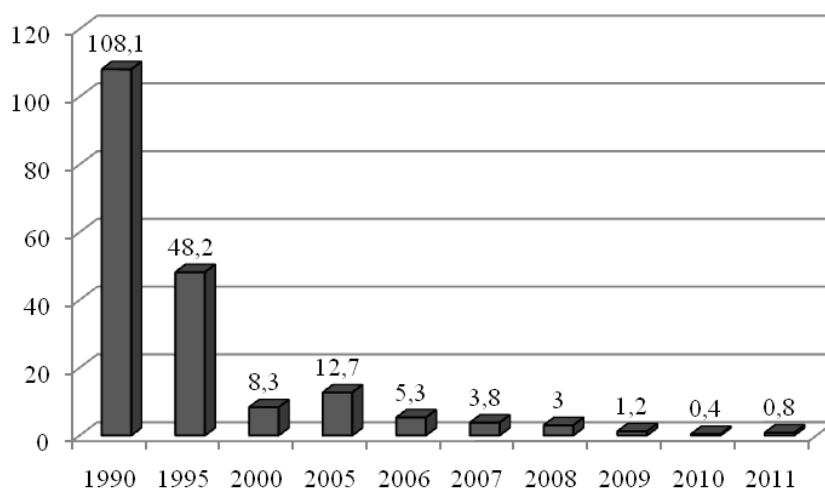


Рис. Обсяги виробництва льону-довгунцю (волокно) в Україні, тис. т

Відповідно до рис. за останні роки обсяги виробництва лляного волокна значно знизилися. Так, у період з 1995 по 2005 рр. даний показник зменшився з 48,2 тис. т до 12,7 тис. т, і наступні п'ять років для підприємств льонарства характеризуються постійним зниженням ефективності діяльності.

Дані показники свідчать про наявність певних проблем у даній галузі, тому на основі їх аналізу маємо змогу запропонувати такі напрями їх вирішення:

- створення системи насінництва льону, оскільки перспективи розвитку льонарства значною мірою залежать від організації системи насінництва, яка має передбачати організоване поширення високопродуктивних сортів льону;

- забезпечення сільськогосподарських виробників спеціалізованою технікою та впровадження інноваційних технологій;

- поліпшення інтеграційних зв'язків між виробниками та переробниками льонопродукції;

- упровадження ефективної системи державної підтримки льонарства; необхідно забезпечити льоносіючі господарства та підприємства первинної переробки льону щорічними дотаціями із Державного бюджету на покриття витрат;

- необхідно на державному рівні розробити ефективну програму відродження галузі терміном від 7 до 10 років. Для розробки даної програми необхідно залучити науковців і фахівців різних напрямів діяльності.

Таким чином, за умови достатньої урожайності лляної культури та державної підтримки галузі вітчизняні виробники матимуть змогу задовольняти власні потреби у сировині та відповідно збільшаться обсяги виробництва готової продукції.

У процесі глобалізації світових господарських зв'язків центр світового текстильного виробництва перемістився у країни «третього світу», головним чином в ЮВА, на Близькій і Дальній Схід, і частково в регіон Центральної Америки, тобто туди, де існують умови для випуску продукції при суттєво менших затра-

тах, але близьких за якістю з аналогічною продукцією розвинених держав.

Говорячи про конкурентоздатність лляного комплексу текстильної промисловості розглянутих країн, що розвиваються, слід назвати такі фактори виробництва як наявність робочої сили, її низьку вартість порівняно з розвиненими державами, більш інтенсивну експлуатацію праці та обладнання, самодостатність у більшості видів сировини та наявності в деяких країнах (Китай, Індія) власного виробництва деяких видів текстильного обладнання.

На сьогодні, безперечними світовими лідерами в лляній галузі є Франція та Китай. Так, Китай володіє найбільшою часткою об'єму льоноволокна, що виробляється та споживається. Китайські лляні вироби через дешевизну є серйозними конкурентами для європейських виробів. На митних складах країн ЄЕС сьогодні знаходиться стільки лляних виробів китайського виробництва, що вистачило б по одній речі на кожного третього жителя Європи [1].

Таким чином, значним недоліком у сучасному вітчизняному виробництві є відсутність ефективного обладнання, що б прискорювало роботу та мінімізувало затрати. Але це знову ж суперечливе питання, оскільки в разі відсутності можливості самостійно розробляти обладнання необхідно його придбавати за досить високі кошти у закордонних виробників, що також становитиме значні витрати.

Ключовими моментами розробки ефективних напрямів розвитку виробництва лляної продукції є зростання прибутку й рентабельності, цього можна досягти за рахунок зниження собівартості продукції. Найважливішим фактором зниження собівартості, але за умови збереження відповідної якості, є використання у виробництві ресурсо- і енергозберігаючих технологій, які не потребують капітальних витрат і впровадження яких дозволить підвищити ефективність діяльності льонопереробних підприємств, а також накопичити кошти для подальшого розвитку. Акумуляовані таким чином кошти можуть бути направлені на модернізацію і реструктуризацію виробництва [4].

Застосування ресурсозберігаючих й енергозберігаючих технологій відкриває нові можливості перед виробництвом, тому, що, наприклад, при збереженні тієї ж рентабельності є можливість значно зменшити її ціну, що сприятливо позначиться на підвищенні конкурентоздатності тканини.

Прикладом таких технологій можуть бути використані пігментні технології, технологія «холодного» біління та технології з використанням у виробництві нових композицій волокон [4].

Важливим аспектом розвитку ринку лляної продукції є розширення існуючого асортименту виробів для приваблення нових споживачів і задоволення їх смаків новими товарами.

Таким чином, на сьогодні спостерігається досить складна ситуація щодо розвитку галузі льонарства в Україні, для подолання якої підприємства насамперед потребують державної допомоги.

Світовими лідерами з виробництва лляної продукції є Китай і Франція. Основними аспектами діяльності в галузі льонарства даних країн є переорієнтація на малий бізнес, а також дешевизна та дисциплінованість робочої сили, стимулювання експорту правлінням.

Основними напрямками розвитку вітчизняного ринку лляної продукції є підвищення рівня прибутків і рентабельності шляхом зниження собівартості виробів, що можливе за умови впровадження енерго- та ресурсозберігаючих технологій; удосконалення процесу вирощування культури льону шляхом упровадження модернізованого обладнання та використання селекційних сортів насіння; розширення асортименту продукції, що випускається; збільшення сфер застосування льону; впровадження покращених систем обробки лляних тканин.

ЛІТЕРАТУРА

1. Иванова В. Н. Состояние, проблемы и перспективы развития льяного комплекса России / В. Н. Иванова // Текстильная промышленность. – 2008. – № 1–2. – С. 37–41.
2. Лузан Ю. Я. Криза льонарства та шляхи її подолання / Ю. Я. Лузан, В. М. Нелеп, О. М. Го-

- ловня // Економіка АПК. – 2008. – № 3. – С. 38–45
3. Простиченко В. С. Поліський льон: минуле, сьогодення, а чи є майбутнє? / В. С. Простиченко, Н. В. Садретдінова // Легка промисловість. – 2009. – № 1. – С. 49.
4. Якимчук Т. В. Ефективний розвиток текстильного виробництва на основі ресурсного забезпечення : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.07.01 «Економіка промисловості» / Т. В. Якимчук. – Одеса, 2005. – 19 с.

УДК 005.332.4:658.012.4

СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

**В. І. Перебийніс, доктор економічних наук;
О. М. Помаз, кандидат економічних наук;
О. В. Перебийніс, кандидат економічних наук**

В умовах, коли Україна інтегрується у світовий економічний простір, усе більшої ваги набуває забезпечення стратегічного управління конкурентоспроможністю вітчизняної економіки в цілому та підприємств зокрема. Якщо донедавна ці завдання можливо було вирішувати відносно поступово, то нині, в умовах світової економічної кризи, проблеми, які стоять перед вітчизняними виробниками, загострилися, що прямо впливає на економічну безпеку нашої держави і добробут її громадян.

Питанням стратегічного управління конкурентоспроможністю підприємств, зокрема вибору стратегії поведінки фірми залежно від сили конкуренції на ринках, приділяє увагу Р. А. Фатхутдінов [4]. Окремі аспекти стратегічного управління конкурентоспроможністю підприємств за рахунок використання транспортного фактора ми розглянули у монографіях [2, 3].

Метою статті є теоретико-методологічне обґрунтування стратегічного управління конкурентоспроможністю підприємства.

Стратегічне управління конкурентоспроможністю підприємств, на наш погляд, є складовою стратегічного управління підприємства та спрямоване на забезпечення реалізації його конкурентних переваг на ринках товарів (послуг).

У процесі дослідження ми виділили такі групи методів визначення рівня конкурентоспроможності підприємств:

- а) ті, що ґрунтуються на оцінці конкурентного потенціалу (табл. 1);
- б) ті, що базуються на теорії ефективної конкуренції (функціональні);
- в) ті, що ґрунтуються на теорії конкурентної переваги (табл. 2);
- г) пов'язані з конкурентоспроможністю продукції;
- д) комплексні методи визначення рівня конкурентоспроможності підприємств (табл. 3).

До методів визначення рівня конкурентоспроможності підприємств, що ґрунтуються на теорії ефективної конкуренції (функціональні), належать методи групової оцінки показників конкурентоспроможності: метод, в основі якого лежить оцінка чотирьох групових показників або критеріїв конкурентоспроможності; метод фірми «Дан енд Брендстріт», що включає три групи показників.

До методів визначення рівня конкурентоспроможності підприємств, пов'язаних із конкурентоспроможністю їх продукції, належать: метод опитування; метод фокусних груп; метод порівняння; якісний метод; метод оцінки конкурентоспроможності на основі обсягів продажу; метод коефіцієнта функціональної множини; індексний метод; бальний метод.