

УДК 687.152

Т.М.АРТЮХ

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

А.С.ТЕРНОВА, І.В.ГРИГОРЕНКО

Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ

ОЦІНКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ШКІЛЬНОЇ ФОРМИ

Т.М.АРТЮХ

Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко

А.С.ТЕРНОВАЯ, И.В.ГРИГОРЕНКО

Винницкий торгово-экономический институт КНТЭУ

ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ШКОЛЬНОЙ ФОРМЫ

T.ARTYUKH

Kyiv National Taras Shevchenko University

A.TERNOVA, I. HRYHORENKO

Vinnitsia Trade and Economic Institute of

Kyiv National Trade and Economic University

EVALUATION OF COMPETITIVENESS OF SCHOOL FORM

<https://doi.org/10.36910/6775-2310-5283-2020-13-07>

***Мета.** Розробка моделі оцінки конкурентоспроможності продукції та оцінка відповідно до неї шкільної форми основних вітчизняних виробників.*

***Методика.** Під час дослідження використано методи рейтингових оцінок та комплексної оцінки конкурентоспроможності підприємства.*

***Результати.** Модель оцінки конкурентоспроможності швейних товарів представляє собою дерево показників, на нульовому рівні якого розташовується показник конкурентоспроможності продукції (K), на першому – перебувають: комплексний показник нормативних вимог ($K_{нв}$), комплексний показник якості товару ($K_{я}$), комплексний економічний показник ($K_{е}$) і комплексний показник, що характеризує можливості підприємства на ринку ($K_{п}$). Алгоритм оцінки конкурентоспроможності шкільної форми включає: оцінку відповідності товарів-конкурентів нормативним вимогам та іншим обов'язковим вимогам, що задаються нормативними документами; обчислення комплексного показника якості на основі ранжування характеристик товарів, яке здійснюють експерти; визначення комплексного економічного показника; розрахунок комплексного показника можливостей підприємства з відповідними одиничними та комплексними показниками; оцінка рівня конкурентоспроможності шкільної форми основних вітчизняних виробників. Для оцінки конкурентоспроможності шкільної форми у*

відповідності із моделлю конкурентоспроможності та послідовністю визначення було розроблено і обґрунтовано пропозиції з визначення: важливості показників швейних товарів (визначення коефіцієнтів вагомості відповідних параметрів при оцінці конкурентоспроможності); якості товару (визначення порядку і правил кількісної оцінки якості на основі параметрів, що характеризують використання шкільної форми за призначенням, і в процесі експлуатації); витрат на придбання та експлуатацію шкільної форми; організаційних показників ринкової стабільності підприємства; конкурентоспроможності шкільної форми.

В результаті застосування розглянутих пропозицій і оцінки рівня конкурентоспроможності шкільної форми були проведені розрахунки стосовно продукції ТОВ «Хмельничанка», ТМ «Мілана», ПрАТ Швейне підприємство «Юність» і Виробничо-комерційної фірми «Велма».

Проведені дослідження свідчать про те, що найбільш конкурентоспроможною продукцією на ринку шкільної форми і кращою на даний момент часу є продукція ПрАТ Швейне підприємство «Юність».

Практична значимість. Запропонована модель оцінки конкурентоспроможності шкільного одягу, заснована на задоволенні нормативних вимог якості продукції, економічних характеристиках товару та ринкової стабільності фірми, що дозволить її вітчизняним виробникам більш ефективно управляти конкурентоспроможністю.

Ключові слова: шкільна форма, якість, конкурентоспроможність, одиничні показники, якісні показники, кількісні показники, вагомість, інтегральний показник якості.

Постановка проблеми у загальному вигляді і її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями. Функціонування суб'єктів господарювання в умовах загостреної конкуренції та посилення ролі процесів глобалізації та інтернаціоналізації вимагають наявності інструментів аналізування рівня конкурентоспроможності товарів для формування оптимальної стратегії збереження чи розширення частки на ринку. Визначена проблема особливо актуальна на сучасному етапі розвитку ринкових відносин з урахуванням специфіки реалізації підприємницької діяльності в Україні.

Глобалізація світової економіки дозволяє швейним підприємствам торгувати власною продукцією по всьому світу. Однак, для успішної діяльності на світовому ринку підприємствам необхідно випускати продукцію, яка може конкурувати з кращими світовими зразками. Все це неможливо без якісної оцінки виробленої продукції.

Сучасні швейні підприємства, проектуючи нові види продукції і випускаючи їх на ринок, зазнають труднощів в точності прогнозу потенційного обсягу продажу внаслідок відсутності методичного інструментарію для визначення конкурентоспроможності, що відрізняється простотою використання, точністю і високою ефективністю оцінки.

Оскільки ринок шкільної форми насичений і для нього характерна постійна конкуренція між вітчизняними та виробниками із Туреччини і Китаю, проблема підвищення якості та конкурентоспроможності шкільної форми на сучасному етапі розвитку економіки є надзвичайно актуальною.

Аналіз останніх досліджень, у яких започатковано вирішення проблеми. Проблеми оцінювання конкурентоспроможності товарів вивчало чимало вітчизняних науковців. Серед них такі вчені, як Е. Бабіров, А. Олійник, О. Павленко [1]; Л. Балабанова, В. Холод [2]; Б. Гузар, О. Цикалюк [3]; А. Загородній, В. Чубай [4]; В. Павлова [5]; В. Серединська, О. Загородна [6]; М. Трещов [7]; М. Юдін [8] та багато інших.

Вказані дослідники значну увагу приділили визначальним факторам забезпечення високого рівня конкурентоспроможності.

Так, вітчизняні дослідники Л. Балабанова, В. Холод, А. Загородній, В. Чубай, Б. Гузар, О. Цикалюк до головних чинників, які забезпечують для продукції необхідний рівень конкурентоспроможності, відносять маркетинговий та інноваційний підходи.

Е. Бабіров, А. Олійник, О. Павленко, В. Павлова, В. Серединська, О. Загородна, М. Трещов, М. Юдін та багато інших значну увагу приділяють теоретичному аспекту оцінювання конкурентоспроможності продукції, що не дає змоги побудувати методiku для вирішення даного завдання у прикладній площині.

Незважаючи на велику кількість наукових робіт щодо оцінки конкурентоспроможності продукції, велика частина з них має загальний характер. З цієї точки зору, виникає необхідність вдосконалення наявних методик з метою їх орієнтації на продукцію швейних підприємств, зокрема на шкільну форму.

Основною метою статті є опис і застосування запропонованої методики оцінки конкурентоспроможності продукції для шкільної форми.

Об'єкт дослідження – шкільна форма основних вітчизняних виробників.

Методи дослідження. В статті використано метод рейтингових оцінок та комплексної оцінки конкурентоспроможності підприємства, що дозволяє виявляти всі фактори, які впливають на неї.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Для оцінки конкурентоспроможності товару ТОВ «Хмельничанка» скористаємось комплексним методом, який водночас дасть змогу оцінити і найбільш суттєві показники діяльності підприємства, і рівень конкурентоспроможності його продукції.

Модель оцінки конкурентоспроможності швейних товарів представляє собою дерево показників.

На нульовому рівні розташовується показник конкурентоспроможності продукції (K).

На першому рівні перебувають: комплексний показник нормативних вимог ($K_{нв}$), комплексний показник якості товару ($K_я$), комплексний економічний показник ($K_е$) і комплексний показник, що характеризує можливості підприємства на ринку ($K_п$).

Комплексний показник нормативних вимог відображає вимоги споживачів з безпеки ($K_б$), екологічності ($K_{екол}$) та інші обов'язкові вимоги ($K_{інш}$). Недотримання хоча б однієї з вимог цієї групи буде свідчити про низьку конкурентоспроможність даного товару і подальша оцінка зупиняється.

Комплексний показник якості шкільної форми містить у собі комплексний показник якості шкільної форми ($K_{шф}$) формується з одиничних показників, що відображають якісні ($K^{як}$) та кількісні параметри ($K^{кіль}$).

Третьою складовою конкурентоспроможності продукції є комплексний економічний показник, що відображає витрати на придбання та використання товару ($K_{в}^{пп}$) і постійне збільшення споживачів ($K_{в}^к$).

Четвертим елементом конкурентоспроможності продукції є комплексний показник ($K_п$), що характеризує можливості ведення підприємством конкурентної боротьби на ринку. До складу даного комплексного показника входять показники, що відображають якісні характеристики ($K_п^{як}$) і кількісні параметри підприємства на ринку ($K_п^{кіль}$).

Проведений аналіз ринку дозволив установити перелік параметрів для оцінки шкільної форми ТОВ «Хмельничанка».

Оцінка конкурентоспроможності шкільної форми проводилась в наступній послідовності:

1. Перш ніж приступити до обчислення комплексних показників ($K_я$), ($K_е$), ($K_п$) необхідно оцінити відповідність товарів-конкурентів нормативним вимогам та іншим обов'язковим вимогам, що задаються нормативними документами [9, 10].

Дана оцінка здійснювалась за формулою 1:

$$(K_{нв}) = \prod P_{ni}, i=1, 2, \dots, n, \quad (1)$$

де P_{ni} – одиничний показник по i -му нормативному параметру.

Якщо нормативні параметри шкільної форми відповідають обов'язковим нормам стандартів, то одиничний показник дорівнює 1, якщо ні, то 0.

Таким чином, якщо хоча б один з одиничних показників дорівнює 0, то і комплексний показник ($K_{\text{нв}} = 0$), що свідчить про неконкурентоспроможність даної продукції і подальша оцінка повинна бути припинена.

2. Обчислення комплексного показника якості шкільної форми проводиться в такий спосіб.

Будується модель якості шкільної форми. Показник розраховується на основі ранжування характеристик товарів, яке здійснюють експерти.

У якості заходу переваги одного товару-конкурента перед іншим використовується коефіцієнт рангової кореляції (формула 2):

$$K_{\text{Т}}^{\text{як}} = K_r = 1 - \frac{\sum_{i=1}^n (r_{ij} - 1)}{m(n-1)} \quad (2)$$

де r_{ij} – ранг j -го товару по i -му параметру;

m – кількість якісних характеристик;

n – кількість аналізованих товарів-конкурентів.

3. Комплексний економічний показник K_e , визначається за співвідношенням (формула 3):

$$K_{\text{Т}}^{\text{як}} = \frac{Z_i}{Z_{i0}} \quad (3)$$

де Z_i , Z_{i0} – витрати на придбання та споживання товару, i -того підприємства-конкурента і підприємства, обраного в якості базового, відповідно.

Вказані витрати розраховуються за формулами 4 та 5:

витрати на товар i -го підприємства:

$$Z_i = K_{\text{Ві}}^{\text{пп}} + K_{\text{Ві}}^{\text{с}} \quad (4)$$

витрати на товар базової фірми:

$$Z_i = K_{\text{ебі}}^{\text{пп}} + K_{\text{ебі}}^{\text{с}} \quad (5)$$

4. Комплексний показник можливостей підприємства визначається аналогічно оцінці показника ($K_{\text{тя}}$) з відповідними одиничними та комплексними показниками.

5. Оцінка рівня конкурентоспроможності шкільної форми ТОВ «Хмельничанка» розрахована за співвідношенням (формула 6):

$$K = \frac{1}{2} \times K_{\text{НВ}} \times \frac{(K_{\text{я}} + K_{\text{п}})}{K_{\text{е}}} \quad (6)$$

При цьому вирішальне правило наступне: чим більше значення рівня конкурентоспроможності (К) відповідного товару, тем вища конкурентоспроможність товару даного підприємства. Тобто, більшому значенню показника конкурентоспроможності (К) відповідає кращий товар.

Для оцінки конкурентоспроможності шкільної форми у відповідності із моделлю конкурентоспроможності та послідовністю визначення необхідно розробити наступні пропозиції:

1. Пропозиції щодо визначення важливості показників швейних товарів.
2. Пропозиції з визначення якості товару.
3. Пропозиції з визначення витрат на придбання та експлуатацію шкільної форми.
4. Пропозиції з визначення організаційних показників ринкової стабільності підприємства.
5. Пропозиції по визначенню конкурентоспроможності текстильних товарів.

Обґрунтуємо визначені пропозиції.

1. Пропозиція з визначення важливості показників призначена для визначення коефіцієнтів вагомості відповідних параметрів при оцінці конкурентоспроможності шкільної форми.

На нашу думку, ТОВ «Хмельничанка» необхідно використовувати дану пропозицію при визначенні комплексного показника якості, що характеризує якість товару, комплексних показників, що відображають якісні та кількісні параметри ТОВ «Хмельничанка» на ринку Хмельницької області та України.

Залежно від наявної вихідної інформації (кількісних значень або якісних) використовуються метод ранжування та метод бальної оцінки. Для одержання коефіцієнтів вагомості в цьому випадку залучаються експерти. Крім того, виходячи із цілей і сутності завдання, експерти також визначають перелік показників якості для оцінки конкурентоспроможності.

Вихідними даними є:

- перелік швейних товарів (шкільної форми) при оцінці конкурентоспроможності;
- товар, обраний у якості базового;
- технічні та інші показники товарів-конкурентів і базового товару;
- результати експертизи оцінки параметрів.

Визначення коефіцієнтів вагомості, що відображають важливість аналізованих параметрів здійснюється в декілька етапів.

На першому етапі на основі наявних вихідних даних складається перелік основних параметрів, необхідних для оцінки конкурентоспроможності.

На другому – проводиться експертна оцінка, опитування.

На третьому етапі відбуваються обробка результатів експертизи та визначення коефіцієнтів вагомості.

Оцінка значимості показників здійснювалася за 10 бальною шкалою. Експерт оцінював відносну значимість параметра величиною a_{ij} , у балах. У цьому випадку коефіцієнти вагомості визначалися за формулою 7:

$$a_i = \frac{\sum_{i=1}^L a_{ij}}{\sum_{j=1}^m \sum_{i=1}^L a_{ij}} \quad (7)$$

де a_{ij} – кількість балів, дана 1-м експертом j -му показнику якості,

$l=1, 2, \dots, L$ – кількість експертів;

$j=1, 2, \dots, m$ – кількість аналізованих параметрів.

2. Пропозиція по визначенню якості товару визначає порядок і правила кількісної оцінки якості на основі параметрів якості, що характеризують використання шкільної форми за призначенням, і якості в процесі експлуатації.

3. Пропозиція з визначення витрат необхідна для визначення одноразових витрат, пов'язаних із придбанням, і витрат споживання, тобто витрат, що виникають у процесі безпосереднього використання товару.

Комплексний економічний показник визначається за формулою 8:

$$K_e = \frac{Z_i}{Z_{i0}}, \quad (8)$$

де Z_i і Z_{i0} – сумарні витрати аналізованого товару та базового.

4. Пропозиція з визначення ринкової стабільності підприємства на ринку шкільної форми необхідна для оцінки можливостей підприємства функціонувати в конкурентній боротьбі на даному ринку, а також для створення перспектив його розвитку.

Комплексний показник ринкової стійкості підприємства (K_{π}) визначається показником, що відображає кількісні параметри ($K_{\pi}^{\text{кіль}}$) і якісні характеристики ($K_{\pi}^{\text{як}}$) (формули 9, 10):

$$K_{\pi} = \frac{1}{2} (K_{\pi}^{\text{як}} + K_{\pi}^{\text{кіль}}) \quad (9)$$

або

$$K_{\Pi} = a_1 K_{\Pi}^{\text{як}} + a_2 K_{\Pi}^{\text{кіл}}, \quad (10)$$

де $a_1 a_2$ – коефіцієнти важливості даних груп показників якості.

Коефіцієнт ($K_{\Pi}^{\text{кіл}}$) визначається за формулою 11:

$$K_{\Pi}^{\text{кіл}} = \sum_{i=1}^m a_i q_i, \quad (11)$$

де a_i і q_i – важливість відповідних груп параметрів.

Якісними характеристиками ринкової стабільності підприємства можуть бути використані наступні характеристики: імідж і престиж підприємства; наявність зареєстрованого товарного знаку; якість сервісних послуг, що надаються підприємством; додаткові послуги даного підприємства; маркетингова та інноваційна політики підприємства; стратегічний менеджмент, здійснюваний підприємством; інвестиції на удосконалення шкільної форми.

Оцінюючи переваги одного підприємства-конкурента перед іншим за перерахованими якісними характеристиками використовується коефіцієнт рангової кореляції, що обчислюється.

Таким чином, обчислення коефіцієнтів ($K_{\Pi}^{\text{кіл}}$) і ($K_{\Pi}^{\text{як}}$) дозволяє визначити коефіцієнт ринкової стабільності підприємства на ринку шкільної форми.

5. Пропозиція щодо визначення конкурентоспроможності шкільної форми не встановлює єдині правила оцінки рівня конкурентоспроможності з урахуванням якості товару, рівня економічних параметрів придбання та споживання товару, а також можливостей підприємства перемагати у конкурентній боротьбі на ринку.

Для оцінки рівня конкурентоспроможності шкільної форми ТОВ «Хмельничанка» було визначено її складові частини за відповідними пропозиціями в послідовності, зазначеній вище. В результаті застосування розглянутих пропозицій і оцінки рівня конкурентоспроможності шкільної форми були проведені розрахунки стосовно продукції ТОВ «Хмельничанка», ТМ «Мілана», ПрАТ Швейне підприємство «Юність» і Виробничо-комерційної фірми «Велма». Основними кількісними параметрами і якісними характеристиками для проведення оцінки конкурентоспроможності шкільної форми використовувалися наступні нормативні вимоги (табл. 1). Всі аналізовані товари відповідають обов'язковим нормам стандартів, а, отже, вони конкурентоспроможні, тому оцінка їх конкурентоспроможності здійснювалась за пропонованою методикою.

Таблиця 1

Нормативні вимоги до шкільної форми для дівчаток (сукня, жакет)

Вимоги	Одиничні показники аналізованих товарів			
	ТМ «Мілана»	ПрАТ Швейне підприємство «Юність»	Виробничо-комерційна фірма «Велма»	ТОВ «Хмельничанка»
Вимоги до безпеки	1	1	1	1
Вимоги екологічності	1	1	1	1

В таблиці 2 наведена оцінка якісних характеристик шкільної форми для дівчаток (сукня, жакет), що формуються в процесі виробництва, в таблиці 3 – показників, що характеризують її якість в процесі експлуатації.

Таблиця 2

Оцінка якісних характеристик шкільної форми для дівчаток (сукня, жакет), що формуються в процесі виробництва, бали

Показники	Виробники аналізованої продукції			
	ТМ «Мілана»	ПрАТ Швейне підприємство «Юність»	Виробничо-комерційна фірма «Велма»	ТОВ «Хмельничанка»
Ергономічність	1	2	1	3
Властивості матеріалу	1	2	2	2
Технологічність	1	2	1	2
Стандартизація	1	1	1	1

Таблиця 3

Оцінка якісних показників шкільної форми для дівчаток (сукня, жакет), що характеризують її якість в процесі експлуатації, бали

Показники	Виробники аналізованої продукції			
	ТМ «Мілана»	ПрАТ Швейне підприємство «Юність»	Виробничо-комерційна фірма «Велма»	ТОВ «Хмельничанка»
Дизайн	2	2	3	1
Вторинне вживання і утилізація	1	1	1	1
Стиль	1	2	2	1
Матеріал	1	1	1	1
Стабільність кольору	2	1	1	3
Гіпоалергенність	1	1	1	2

Далі оцінювались кількісні параметри шкільної форми, визначався коефіцієнт вагомості для них (табл. 4).

Таблиця 4

**Оцінка кількісних параметрів шкільної форми для дівчаток
(сукня, жакет), бали**

Показники	Виробники аналізованої продукції				Еталон	Значимість коефіцієнта 4 експертів				Коефіцієнт вагомості
	ТМ «Мілана»	ПрАТ Швейне підприємство «Юність»	Виробничо-комерційна фірма «Велма»	ТОВ «Хмельничанка»		7	8	9	7	
Колірна гама, шт.	3	3	4	3	4	7	8	9	7	0,33
Різноманітність моделей, шт.	12	12	12	12	12	8	7	9	8	0,34
Термін експлуатації, міс.	12	6	10	6	12	9	7	8	7	0,33

Виходячи з того, що кількісні і якісні характеристики однаково впливають на якість товару у використанні, був розрахований загальний показник якості у використанні для кожного підприємства як середнє арифметичне значення.

Комплексний показник якості розраховувався як співвідношення параметрів, що характеризують властивості продукції та параметрів при її використанні – 40 : 60.

Економічні параметри шкільної форми для дівчаток (сукня, жакет) наведені в таблиці 5.

Таблиця 5

**Економічні параметри шкільної форми для дівчаток (сукня, жакет),
грн.**

Підприємство	Витрати на придбання
ТМ «Мілана»	400
ПрАТ Швейне підприємство «Юність»	300
Виробничо-комерційна фірма «Велма»	500
ТОВ «Хмельничанка»	400
Еталон	300

На основі наведених параметрів було розраховано економічний показник конкурентоспроможності для товару кожного виробника.

На наступному етапі визначалась ринкова стабільність фірми та комплексний показник її ринкової стабільності (табл. 6, 7).

Таблиця 6

Якісні характеристики підприємств, що виробляють шкільну форму для дівчаток (сукня, жакет)

Показники	Ранг фірми			
	ТМ «Мілана»	ПрАТ Швейне підприємство «Юність»	Виробничо-комерційна фірма «Велма»	ТОВ «Хмельничанка»
Імідж підприємства	2	1	1	3
Додаткові послуги, що надаються підприємством	2	3	2	1
Маркетингова політика підприємства	1	2	1	2
Інноваційна політика підприємства	2	2	1	3
Можливі інвестиції	2	1	1	3

Таблиця 7

Кількісні показники підприємств, що виробляють шкільну форму для дівчаток (сукня, жакет)

Показники	Виробники аналізованої продукції				Еталон	Значимість коефіцієнта 4 експертів				Коефіцієнт вагомості
	ТМ «Мілана»	ПрАТ Швейне підприємство «Юність»	Виробничо-комерційна фірма «Велма»	ТОВ «Хмельничанка»						
Виручка від реалізації, тис. грн.	9,5	30,8	97,9	2,1	150	9	9	10	10	0,28
Коефіцієнт власних засобів	0,68	0,9	0,75	0,88	1,0	7	7	7	8	0,24
Рентабельність	26	29	31	24	40	10	10	9	9	0,28
Частка експорт. продукції, %	30	36	46	23	60	8	8	6	6	0,21

На наступному етапі згідно методики було розраховано коефіцієнти конкурентоспроможності шкільної форми різних виробників. Результати розрахунків наведені у таблиці 8.

Таблиця 8

Зведені дані оцінки показника конкурентоспроможності шкільної форми для дівчаток (сукня, жакет) різних виробників

Величина показника	ТМ «Мілана»	ПрАТ Швейне підприємство «Юність»	Виробничо-комерційна фірма «Велма»	ТОВ «Хмельничанка»
$K_{як}$	0,94	0,79	0,9	0,77
$K_{е}$	1,08	1	1,15	0,92
$K_{п}$	0,60	0,67	0,84	0,49
K	0,59	0,73	0,52	0,48

Аналіз наведених даних свідчить про те, що найбільш конкурентоспроможною продукцією на ринку шкільної форми і кращою на даний момент часу є продукція ПрАТ Швейне підприємство «Юність», далі за рейтингом – продукція ТМ «Мілана».

Висновки та перспективи подальших досліджень. Таким чином, на основі проведених досліджень з розробки моделей, методів, методик оцінки конкурентоспроможності шкільної форми та проведених розрахунків можна зробити наступні висновки:

1. На величину рівня конкурентоспроможності шкільної форми істотний вплив виявляють три основні показники: якість шкільної форми, витрати на придбання, конкурентна позиція підприємства.

2. Коефіцієнт конкурентоспроможності шкільної форми є комплексним, що залежить від перерахованих вище показників, які по-різному впливають на нього.

Наприклад, підприємство ТМ «Мілана» у порівнянні з іншими підприємствами має найвищий рівень якості (0,94). Але при цьому коефіцієнт ринкової стабільності в нього набагато нижчий, ніж у інших фірм, що значно позначилося на загальному коефіцієнті конкурентоспроможності.

3. Розроблена в роботі методика оцінки конкурентоспроможності шкільної форми може використовуватися як при оцінці ринку продукції, так і при оцінці окремого конкретного підприємства.

4. Обґрунтований у роботі перелік параметрів для оцінки шкільної форми на ринку може бути використаний підприємствами для проведення

досліджень різних сегментів ринку.

5. ПрАТ Швейне підприємство «Юність» має в даний момент найбільш високий рівень конкурентоспроможності на ринку, що забезпечується високою технічною оснащеністю фірми, її ефективним менеджментом і застосуванням стратегії низьких цін.

6. Отримані методичні матеріали та результати розрахунків можуть бути успішно використані фахівцями і керівництвом ТОВ «Хмельничанка» для аналізу кон'юнктури ринку продукції та прогнозування динаміки його розвитку. Це дозволить їм забезпечити збереження в майбутньому своїх конкурентних позицій.

Список використаних джерел

1. Бабіров Е.Х., Олійник А.М., Павленко О.П. Формування моделі оцінювання конкурентоспроможності товарів. *Проблеми системного підходу в економіці*. 2017. Вип. №3 (59) С. 34-41
2. Балабанова Л.В., Холод В.В. Маркетингове управління конкурентоспроможністю підприємств: стратегічний підхід : монографія. Донецьк : ДонДУЕТ, 2006. 184 с.
3. Гузар Б.С., Цикалюк О.С. Основні фактори впливу на конкурентоспроможність продукції. *Інноваційна економіка*. 2012. № 11. С. 277-280.
4. Загородній А.Г., Чубай В.М. Оцінювання конкурентоспроможності інноваційної продукції в процесі вибору інноваційної стратегії підприємства. *Фінанси України*. 2007. № 1. С. 99-110.
5. Павлова В. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка та стратегія забезпечення : монографія. Дніпропетровськ : ДУЕП, 2006. С. 83-101.
6. Серединська В.М., Загородна О.М. Конкурентоспроможність продукції: значення та сфера застосування. *Інфраструктура ринку*. 2017. Вип. 4. С. 93-98
7. Трещов М.М. Методи оцінювання конкурентоспроможності продукції. *Економічний простір*. 2009. № 23/1. С. 118-126.
8. Юдін М. Порівняльна характеристика методів оцінки конкурентоспроможності продукції. *Економіст*. 2010. № 6. С. 40. BRL: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Ekonomist /2010_6/40_42.pdf
9. ДСТУ ГОСТ 25295:2005. Одяг верхній пальтово-костюмного асортименту. Загальні технічні умови. [Чинний від 2006-07-01]. Вид. офіц. Київ : Держспоживстандарт України, 2006. 16 с.
10. ДСТУ ГОСТ 25294: 2005. Одяг верхній платяно-блузкового асортименту. Загальні технічні умови. [Чинний від 2006-07-01]. Вид. офіц. Київ : Держспоживстандарт України, 2006. 14 с.

References

1. Babirov, E.X., Olijnyk, A.M., Pavlenko, O.P. (2017). Formuvannya modeli ocinyuvannya konkurentospromozhnosti tovariv. *Problemy` sy`stemnogo pidxodu v ekonomici*, 3 (59), 34-41.
2. Balabanova, L.V., Xolod, V.V. (2006). *Markety`ngove upravlinnya konkurentospromozhnisty pidpry`emstv: strategichny`j pidxid : monografiya*. Donecz`k : DonDUET,.
3. Guzar, B.S., Cy`kalyuk. O.S. (2012). Osnovni faktory` vply`vu na konkurentospromozhnist` produkciyi. *Innovacijna ekonomika*, 11, 277-280.
4. Zagorodnij, A.G., Chubaj, V.M. (2007). Ocinyuvannya konkurentospromozhnosti innovacijnoyi produkciyi v procesi vy`boru innovacijnoyi strategiyi pidpry`emstva. *Finansy` Ukrayiny*, 1, 99-110.
5. Pavlova, V. (2006). *Konkurentospromozhnist` pidpry`emstva: ocinka ta strategiya zabezpechennya : monografiya*. Dnipropetrovs`k : DUEP.
6. Seredy`ns`ka, V.M., Zagorodna, O.M. (2017). Konkurentospromozhnist` produkciyi: znachennya ta sfera zastosuvannya. *Infrastruktura ry`nku*, 4, 93-98.
7. Treshhov, M.M. (2009). Metody` ocinyuvannya konkurentospromozhnosti produkciyi. *Ekonomichny`j prostir*, 23/1, 118-126.
8. Yudin, M. (2010). Porivnyal`na xaraktery`sty`ka metodiv ocinky` konkurentospromozhnosti produkciyi. *Ekonomist*, 6, 40. Retrieved from http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Ekonomist/2010_6/40_42.pdf
9. Odiah verkhonii paltovo-kostiumnoho asortymentu. Zahalni tekhnichni umovy, 16 DSTU GOST 25295-2005 (2005).
10. Odiah verkhonii platiano-bluzkovoho asortymentu. Zahalni tekhnichni umovy 14 DSTU GOST 25294-2005 (2006).

Цель. Разработка модели оценки конкурентоспособности продукции и оценка в соответствии с ней школьной формы основных отечественных производителей.

Методика. Во время исследования использованы методы рейтинговых оценок и комплексной оценки конкурентоспособности предприятия.

Результаты. Модель оценки конкурентоспособности швейных товаров представляет собой дерево показателей, на нулевом уровне которого располагается показатель конкурентоспособности продукции (K), на первом находятся: комплексный показатель нормативных требований ($K_{нв}$), комплексный показатель качества товара ($K_{я}$), комплексный экономический показатель ($K_{э}$) и комплексный показатель, характеризующий возможности предприятия на рынке ($K_{п}$).

Алгоритм оценки конкурентоспособности школьной формы включает: оценку соответствия товаров-конкурентов нормативным требованиям и другим обязательным требованиям, установленным нормативными документами; вычисления комплексного показателя качества на основе ранжирования характеристик товаров, которое осуществляют эксперты; определение комплексного экономического показателя; расчет комплексного показателя возможностей предприятия с соответствующими единичными

и комплексными показателями; оценка уровня конкурентоспособности школьной формы основных отечественных производителей.

Для оценки конкурентоспособности школьной формы в соответствии с моделью конкурентоспособности и последовательностью определения были разработаны и обоснованы предложения по определению: важности показателей швейных товаров (определение коэффициентов весомости соответствующих параметров при оценке конкурентоспособности); качества товара (определение порядка и правил количественной оценки качества на основе параметров, характеризующих использование школьной формы по назначению и в процессе эксплуатации); расходов на приобретение и эксплуатацию школьной формы; организационных показателей рыночной устойчивости предприятия; конкурентоспособности школьной формы.

В результате применения рассмотренных предложений и оценки уровня конкурентоспособности школьной формы были проведены расчеты относительно продукции ООО «Хмельничанка», ТМ «Милана», ЧАО Швейное предприятие «Юность» и Производственно-коммерческой фирмы «Велма».

Проведенные исследования свидетельствуют о том, что наиболее конкурентоспособной продукцией на рынке школьной формы и лучшей на данный момент времени является продукция ЧАО Швейное предприятие «Юность».

Научная новизна. Разработана модель оценки конкурентоспособности продукции и оценена конкурентоспособность школьной формы основных отечественных производителей.

Практическая значимость. Предложенная модель оценки конкурентоспособности школьной формы, основанная на удовлетворении нормативных требований качества, экономических характеристиках товара и рыночной стабильности фирмы, что позволит ее отечественным производителям более эффективно управлять конкурентоспособностью.

Ключевые слова: школьная форма, качество, конкурентоспособность, единичные показатели, качественные показатели, количественные показатели, весомость, интегральный показатель качества.

Goal. Development of a model for assessing the competitiveness of products and evaluating according to it the school form of the main domestic producers. Method. During the research methods of rating estimations and complex estimation of competitiveness of the enterprise were used.

Results. The apparel competitiveness assessment model is a tree of indicators at the zero level of which is the competitiveness of products (K), at the first – there are: a complex indicator of regulatory requirements (K_{нв}), a complex indicator of quality of goods (K_я), a complex economic indicator (K_е) and a complex indicator that characterizes the capabilities of an enterprise in the market (K_н).

The algorithm for assessing the competitiveness of school uniforms includes: assessment of compliance of competing goods with regulatory requirements and other mandatory requirements set by regulatory documents; the calculation of a comprehensive quality indicator based on the ranking of the characteristics of the goods carried out by experts; definition of a comprehensive

economic indicator; calculation of the complex indicator of the enterprise capabilities with the corresponding single and complex indicators; assessment of the level of competitiveness of school uniforms of the main domestic producers.

To assess the competitiveness of school uniforms in accordance with the model of competitiveness and consistency of definition, proposals have been developed and substantiated to determine: the importance of indicators of clothing products (determining the weighting coefficients of the relevant parameters in the assessment of competitiveness); quality of goods (determination of the procedure and rules of quantitative assessment of quality on the basis of parameters characterizing the use of the school uniform for its intended purpose and in the process of operation); the cost of purchasing and operating a school uniform; organizational indicators of enterprise market stability; competitiveness of school uniform.

As a result of the application of the considered proposals and the assessment of the level of competitiveness of the school uniforms, calculations were made regarding the products of Khmelnychanka LLC, TM Milan, JSC Yunost Garment Company and Velma Production and Commercial Firm.

The conducted researches show that the most competitive production on the market of school uniform and the best at the moment is the production of PJSC Garment Yunost.

***Scientific novelty.** The model of estimation of competitiveness of production is developed and the competitiveness of school form of the main domestic producers is estimated.*

***Practical importance.** The model of assessment of competitiveness of school clothes is offered, based on satisfaction of normative requirements of quality of production, economic characteristics of the goods and market stability of the firm that will allow its domestic manufacturers to manage competitiveness more effectively.*

***Keywords:** school uniform, quality, competitiveness, individual indicators, qualitative indicators, quantitative indicators, weight, integral quality index.*

*Стаття рекомендована до публікації
доктором технічних наук професором Вінницького
торговельно-економічного інституту КНТЕУ Бондаренко В.М.
Стаття надійшла в редакцію 08.12.2019 р.*