

УДК 658.51

**ОПРЕДЕЛЕНИЕ ВЕСОМОСТИ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ  
ТЕКСТИЛЬНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ\***

**DETERMINATION OF THE SIGNIFICANCE OF COMPETITIVE ADVANTAGES  
OF TEXTILE ENTERPRISE**

*Е.В. ВОРОБЬЕВА, Н.А. ГРУЗИНЦЕВА*  
*E.V. VOROBVA, N.A. GRUZINTSEVA*

**(Ивановская государственная текстильная академия)**  
**(Ivanovo State Textile Academy)**  
E-mail: ng@igta.ru

*В статье проведен анализ конкурентных преимуществ. С применением метода анализа иерархий выделены и ранжированы конкурентные преимущества текстильного предприятия.*

*The analysis of competitive advantages is carried out in the article. Using the method of the hierarchies analysis the competitive advantages of textile enterprise are marked out and ranked.*

**Ключевые слова: конкурентоспособность, преимущество, текстильное предприятие, фактор, иерархия, весомость.**

---

\* Работа выполнена под руководством проф., докт. техн. наук Б.Н. Гусева.

**Keywords: competitiveness, advantage, a textile enterprise, a factor, hierarchy, significance.**

Для успешного функционирования промышленным предприятиям в рыночных условиях необходимо не только обновлять технологии и технологическое оборудование, изучать внутренний и внешний рынки, вести маркетинговые исследования, но и своевременно выявлять свои конкурентные преимущества, которые оказывают прямое воздействие на

собственную конкурентоспособность и определяют основные направления ее повышения.

По отношению к текстильным предприятиям факторы, оказывающие влияние на их конкурентные преимущества, можно классифицировать как внешние и внутренние [1].

Т а б л и ц а 1

Группа	Наименование	Весомость	
		частная	общая
Внешние			
Политико-правовая	Стабильная политическая обстановка в стране	0,30	0,30
	Поддержка Правительством РФ секторов экономики	0,20	
	Реализация Правительством РФ программы поддержки малого и среднего бизнеса	0,25	
	Ориентирование потребителей на товары отечественного производства	0,25	
Социальная	Выход на рынок гражданского ассортимента с достаточно дешевыми тканями с приемлемым качеством, восстановление прежних связей	0,50	0,20
	Создание региональных представительств	0,50	
Технологическая	Использование современных инновационных технологий	0,30	0,20
	Разработка новых видов продукции	0,30	
	Соответствие продукции международным стандартам	0,15	
	Замена изношенного технологического оборудования	0,25	
Экономическая	Стратегии расширения рынка и внедрение на рынок путем разработки новых видов тканых полотен и продукции для перспективных сегментов	0,40	0,30
	Привлечение инвестиций, расширение рынка мелкооптовых потребителей	0,60	
Внутренние			
Организация производства	Обновление ассортимента	0,45	0,20
	Повышение качества продукции	0,30	
	Совершенствование технологических процессов	0,25	
Кадровое обеспечение	Ориентация руководства на обеспечение конкурентоспособности предприятия	0,30	0,20
	Рациональное распределение прав и ответственности	0,15	
	Повышение квалификации кадров	0,30	
	Мотивирование персонала	0,25	
Сбытовая политика	Внедрение инструментов анализа конкуренции (оценка показателей, сбор информации, оценка продукции)	0,15	0,35
	Определение и проведение рекламной компании	0,10	
	Введение маркетинговой концепции по ценовой политике	0,20	
	Развитие сети сбыта в России и за рубежом	0,20	
	Увеличение объемов экспорта с целью нормализации движения наличных средств	0,10	
	Разработка новых каталогов и новых подборок образцов	0,15	
	Разработка привлекательной упаковки	0,10	
Финансовая стратегия	Использование новой системы определения цен, основанной на современных методиках	0,50	0,25
	Внедрение международных стандартов бухгалтерского учета	0,15	
	Применение компьютерной системы управленческого учета	0,35	

К внешним факторам относятся меры воздействия, которые позволяют сориентироваться производителю на рынке и определить дальнейшую стратегию развития предприятия: политико-правовые; социальные; технологические и экономические. Внутренние факторы определяют возможности предприятия по обеспечению собственной конкурентоспособности и включают в себя: организацию производства; кадровое обеспечение; сбытовую политику и финансовую стратегию.

Одним из основных этапов формирования конкурентных преимуществ на текстильном предприятии является выбор наиболее значимых внешних и внутренних факторов. Данный выбор осуществляется экспертной группой с использованием разработанных для этих целей анкет на основе методологии [2]. В табл. 1 представлены факторы, оказывающие существенное влияние на конкурентоспособность текстильного предприятия.

Для выбора наиболее значимых групп факторов конкурентного преимущества использовали метод анализа иерархий [3]. На первом этапе анализа в виде иерархии были представлены основные задачи исследования, на втором этапе устанавливали приоритеты критериев и в заключении оценивали альтернативные варианты по критериям, определяя наиболее значимые.

Анализ результатов ранжирования конкурентных преимуществ текстильного предприятия показывает, что на уровне внешних факторов наиболее весомыми являются политико-правовая и экономическая группы, а по внутренним факторам выделена сбытовая политика.

## ВЫВОДЫ

Выделены и ранжированы внешние и внутренние конкурентные преимущества текстильного предприятия, позволяющие обеспечить его успешное развитие в современных экономических условиях.

## ЛИТЕРАТУРА

1. *Зайцев Н.И.* Экономика организаций. – М.: "Экзамен", 2000.
2. *Бурцева Т.А., Катаева Н.Н., Ворожцов С.Н.* Методологические основы выбора маркетинговых стратегий предприятия на основе экспертных оценок // *Маркетинг в России и за рубежом.* – 2008, №4. С. 32...42.
3. *Саати Т.* Принятие решений. Метод анализа иерархий / Пер. с англ. – М.: Радио и связь, 1993.

Рекомендована кафедрой материаловедения, товароведения, стандартизации и метрологии. Поступила 31.01.11.