

И. Ф. Вилюра

Научный руководитель

В. Е. Сыцко

Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь

ФОРМИРОВАНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОГО АССОРТИМЕНТА ЖЕНСКОГО ТРИКОТАЖНОГО БЕЛЬЯ

Проблема конкурентоспособности товаров народного потребления в настоящее время стала особенно острой. Это объясняется как повышением потребительского спроса на более конкурентоспособные товары внутри страны, так и расширением экономических связей на внутреннем и внешнем рынках.

На рынке Республики Беларусь доминирует продукция, представленная 14 предприятиями концерна «Беллепром», занимающимися производством трикотажных изделий. Крупнейшими и наиболее известными предприятиями являются ОАО «8 Марта», ОАО «Купалинка», ОАО «Свитанок», ООО «Формель», СП ЗАО «Милавица», ООО «Серж», ОАО «КИМ», ЧУТП «Ромгиль», ООО «Гранд Партнер» и др.

Белье ООО «Формель» пользуется большим спросом благодаря инновационному полотну Trevira, разработанному специалистами компании *Trevira CS*, которое прекрасно изолирует кожу от холода и выводит влагу в верхние слои кожи для дальнейшего испарения. Специалистами ОАО «Купалинка» разработано новое трикотажное полотно из натуральных волокон шелка и хлопка, которое обладает мягкостью и шелковистостью. При этом используются эксклюзивные материалы, не накапливающие статистическое напряжение. Фирма «Серж» и ЗАО «Милавица» вырабатывают классические нижние боди с кружевами и боди, которые можно носить как верхнюю одежду, а также боди-стринги, пользующиеся повышенным спросом.

В мировой практике специалисты выделяют 6 основных показателей конкурентоспособности: качество, цена, возможность реализации, реклама, техническое обслуживание, экологическая чистота. Однако главным показателем качества и конкурентоспособности промышленных товаров остается общественная потребность в них.

Нами разработана методика оценки конкурентоспособности бельевых трикотажных изделий, позволяющая свести воедино всю совокупность имеющихся единичных показателей качества и охарактеризовать ее в целом, выразив безразмерной величиной.

Выбор базового образца – самый ответственный этап, так как допущенная на этом этапе ошибка может исказить результаты всей работы. При выборе базового образца использовались следующие факторы:

- он должен принадлежать к той же товарной группе, что и экспериментальный образец;
- на исследуемом рынке он должен быть наиболее распространенным;
- этот товар должен быть предпочтительным для покупателя¹.

Расчет относительного уровня конкурентоспособности 15 образцов женских пижам был проведен на ЭВМ по программе «Оценка». Установлено, что 7 образцов имеют высокий уровень конкурентоспособности, 9 – хороший, 3 – удовлетворительный. Особое влияние оказывают такие показатели, как волокнистый состав, гигиеничность, загрязняемость, удобство пользования, соответствие покрою направлениям моды, цветовой колорит, отделка и товарный вид².

Нами разработана оптимальная структура конкурентоспособного ассортимента трикотажного белья (пижам женских) для закупки конкурентоспособных товаров.

¹ Управление качеством : учеб.-метод. пособие / В. Е.Сыцко [и др.] ; под общ. ред. В. Е. Сыцко. – Минск : Выш. шк., 2008. – 192 с.

² Сыцко В. Е. Ипортозамещающие волокна отечественного производства для конкурентоспособных товаров // Потребит. кооп. – 2014. – № 3. – С. 63–68.