

шенных, недостаточна.

По данным торговой отчетности фирмы «Элегия», показатели реализации импортной посуды, характеризующейся оптимальным соотношением цены и качества, выше по сравнению с аналогичными показателями продаж посуды отечественных производителей. Очевидно, что увеличение объема продаж фарфоровых изделий отечественного производства сдерживается непривлекательной упаковкой, устаревшими формами и оформлением, а также отсутствием изучения спроса на отдельные виды посуды.

Для стимулирования реализации изделий отечественных производителей товароведным службам торговых предприятий следует проводить на должном уровне работы по изучению покупательского спроса и производственного ассортимента отечественных предприятий отрасли, организовать в средствах массовой информации разъяснительную работу в отношении преимуществ отечественной посуды, в общем и по санитарно-гигиеническим характеристикам.

В свою очередь, для украинских производителей в конкурентной борьбе с зарубежны-

ми компаниями весьма актуально нахождение наилучшего соотношения цены и качества выпускаемой продукции.

ЛИТЕРАТУРА

1. Украина сегодня [Электронный ресурс] : Каталог предприятий. – Режим доступа : <http://www.rada.com.ua/rus/>
2. Фарфоровые, фаянсовые и майоликовые заводы [Электронный ресурс] : – Режим доступа : <http://www.keramik-lefortovo.ru/articles/zavod.php>
3. Городницкий фарфоровый завод [Электронный ресурс] : официальный сайт. – Режим доступа : <http://www.nv.zt.ua>
4. Полонский завод художественной керамики [Электронный ресурс] : официальный сайт. – Режим доступа : <http://www.artceramics.com.ua>
5. Совместное украинско-российское предприятие «Фарко» «Фарфоровая компания» [Электронный ресурс] : Официальный сайт. – Режим доступа : <http://www.farco.narod.ru>

УДК 658.628:621.397.44

ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И КЛАССИФИКАЦИЯ СОВРЕМЕННЫХ ТЕЛЕВИЗОРОВ

И. И. Васильева

За последнее десятилетие произошло насыщение украинского рынка зарубежной бытовой видеотехникой. Крупнейшие фирмы предлагают покупателям сотни моделей аппаратуры с совершенно новыми потребительскими свойствами.

Уже несколько лет на рынке телевизоров лидирующие позиции занимают плоскопанельные телевизоры. Если в 2003–2005 гг. производители плоскопанельных телевизоров стремились продемонстрировать модель с самой большой диагональю, а в 2007–2008 гг.

одним из основных трендов стала толщина моделей, и все бренды представили либо ультратонкие ЖК-панели, либо телевизоры на органических светодиодах (OLED; Organic Light Emitting Diode), то в 2009 г. большинство производителей сделали ставку на экологичность телевизоров, снижение их энергоемкости, конвергенцию телевидения и Интернета [1].

Почти все крупнейшие компании – Samsung, Sharp, LG, Philips и другие – выпустили ЖК-панели со светодиодной (LED) фоновой подсветкой, что позволило ощутимо повысить

контрастность. Главным аргументом в пользу экологической чистоты ЖК-телевизоров с LED-подсветкой называют отсутствие люминесцентных ламп подсветки. В таких лампах применяется масса вредных для окружающей среды веществ, в первую очередь, ртуть, пары которой и создают поток ультрафиолета, что заставляет светиться люминофор на стенках лампы.

Сегмент LED-подсветки на рынке ЖК-телевизоров стремительно развивается и продолжит это развитие в течение ближайших пяти лет, считают аналитики DisplaySearch. Согласно их прогнозам, доля LED-подсветки в рамках этого рынка вырастет с менее чем 3 % в 2009 г. до 40 % в 2013 г. и превысит долю CCFL-подсветки в 2014 г., заняв практически 50 % рынка. Сегмент ЖК-телевизоров является новой возможностью для LED-индустрии: ведущие бренды, включая Samsung, LG, Sharp и Phillips, планируют начать массовое производство LED-моделей в 2010 г. И, как результат, отгрузки LED-панелей вырастут с 3,6 млн штук в 2009 г. до 15,1 млн штук в 2010 г. Благодаря этому LED-подсветка станет наиболее популярной технологией в ЖК-индустрии.

На выставке IFA-2009 (Международная выставка потребительской электроники, Берлин, Германия) несколько компаний представили телевизоры с частотой развертки 400–600 Гц. Это при том, что американский или западноевропейский потребитель, не говоря уже об украинском, еще не успел познакомиться с моделями с частотой развертки 200 Гц.

Компания Philips представила модель еще нетрадиционным форматом экрана – 21:9.

Технологии производства жидкокристаллических и плазменных телевизоров подошли к своим теоретическим возможностям. Каждое новое поколение представляет все меньше революционных и все больше эволюционных изменений – на уровне дизайна и дополнительных функций. Поэтому на смену технологии ЖК и «плазмы», идут технологии OLED (Organic Light Emitting Diode), FED (Field Emission Display), SED (surface-conduction electron-emission display) и лазерные.

Основные преимущества инновационных OLED-панелей перед ЖК матрицами – насыщенность цветов и яркость, низкое энергопотребление, меньшая толщина, больший угол обзора, меньшее время отклика. Одним из

наиболее значимых преимуществ органических светодиодов является возможность формирования на гибкой подложке, тем самым получая на выходе гибкие OLED-дисплеи, OLED-лампы.

Достаточно низкое потребление энергии – около 25 В – почти такое же, как у LCD (25–40 В), хотя если вспомнить о КПД (коэффициент полезного действия) электричества, то в OLED-дисплеях он равен 1 (100 %), а в LCD – 0,9 (90 %). Это будет совсем незаметно для пользователя ПК, но если говорить о экранах больших размеров (что в перспективе развития OLED уже отчетливо видно), то экономия значительная.

Следующая инновационная технология, представленная на рынке – технология FED (дисплеи с автоэлектронной эмиссией) во многом подобна технологии ЭЛТ. Новая технология позволяет уменьшить толщину дисплея до нескольких миллиметров. К достоинствам FED-дисплея, по сравнению с традиционной LCD-технологией, относятся более широкие углы обзора, возможность отображать «настоящий» чёрный цвет, обширный набор цветовых оттенков, отображение видео без смазывания границ благодаря высокой частоте обновления, преодолена проблема «битых» пикселей, являющаяся главным недостатком технологии ЖК-панелей.

SED – это технология (разработчики компании Canon и Toshiba), по которой собираются дисплеи, более тонкие, чем ЖК, и, в отличие от плазмы, потребляющие вдвое меньше энергии. Технология SED характеризуются высокой яркостью и не требуют подсветки. На сегодня с маркетинговой позиции SED является конкурентом более рекламируемой технологии OLED, которую активно поддерживают компании Sony и Samsung.

Однако, уже сегодня появляются информация о выходе абсолютно нового стандарта – «лазерных» телевизоров. Новшество заключается в том, что в них вместо лампы источником света выступает лазер. Разработчики отметили, что лазерные системы являются относительно дешевым решением, обладают миниатюрными габаритами, малым энергопотреблением и достаточно высокой светоотдачей. Энергопотребление лазерных панелей примерно в три раза меньше по сравнению с типичными жидкокристаллическими теле-

визорами и в четыре раза – по сравнению с плазменными. Использование лазеров вместо ламп предоставляет ряд преимуществ: позволяет существенно упростить проекционную систему, то есть обойтись без цветового колеса, светового тоннеля, фильтров ультрафиолетового и инфракрасного излучения, а также дополнительной оптики; лазерные пучки можно непосредственно проецировать на панели, что исключает необходимость в поляризаторах, цветных фильтрах, вращающихся зеркалах. Срок службы лазерных телевизоров составляет порядка 50 тыс. часов – около шести лет непрерывной работы. При этом, в отличие от плазмы, ЖК или ЭЛТ, яркость панели в течение всего этого срока будет неизменной, поскольку лазерные светодиоды не деградируют с течением времени, не перегорают и не выгорают. Как у любой технологии, у лазерных телевизоров есть и недостатки. Специалисты сомневаются в безопасности таких аппаратов – пучки лазеров высокой мощности могут нанести непоправимый вред зрению человека. Однако производители гарантируют, что встраиваемые в лазерные телевизоры рассеивающие фильтры полностью исключают такую опасность. Вторым недостатком – рябь на картинке, которая может появляться из-за когерентного светового луча узкого волнового диапазона.

Лазерный телевизор, по утверждению компании Mitsubishi, полностью безопасен для потребителей и воспроизводит 80 % всех цветовых оттенков, которые способен воспринять человеческий глаз, в то время как у обычных телевизоров и даже плоских панелей HDTV этот показатель составляет порядка 40 % (по некоторым данным – 50 %). Именно лазерные панели заменят плазменные в системах домашних кинотеатров уже в 2010 г. При этом, скорее всего, ЖК-модели с диагональю выше 50 дюймов постепенно исчезнут из производства, поскольку по цене они приближаются к лазерным, а по качеству изображения заметно им уступают.

Простое эволюционное совершенствование плазменных и ЖК-панелей не позволяет полностью избавиться от присущих им недостатков. Так, существенным недостатком плазменных телевизоров является их большое энергопотребление. Плазменный телевизор с 42-дюймовым экраном в среднем потребля-

ет около 822 киловатт-часов электроэнергии в год, в то время как жидкокристаллический телевизор такого же размера расходует всего 350 киловатт-часов в год.

Учитывая данный фактор, производство и реализация популярных плазменных телевизоров с большим энергопотреблением может быть запрещено в Европе уже в этом году. По данным британской компании The Independent, в рамках программы по борьбе с изменениями климата, европейские страны примут новые стандарты потребления энергии для этого типа бытовых устройств.

По данным Министерства окружающей среды, продовольствия и сельского хозяйства Великобритании, планируемые меры будут способствовать исчезновению из продажи неэффективных в энергетическом отношении телевизоров, а новая система маркировки позволит покупателям выбрать телевизоры с наименьшим расходом электроэнергии. В министерстве считают, что значительная доля роста энергопотребления приходится на более чем 60 миллионов находящихся в домашних хозяйствах телевизоров.

К решению данного вопроса присоединилось множество фирм. Предлагаются различные пути решения данной проблемы, в том числе использовать в ЖК-телевизорах LED-подсветку.

К 2012 г. приблизительно 70 % глобальных плоскопанельных продуктов будут иметь экологичные функции по сравнению с 20 % в 2008 г, согласно исследованию DisplaySearch. К примеру, на CES 2009 (Consumer Electronics Show выставка в Лас-Вегасе) компания LG представила линейку телевизоров с функциями Smart Energy Saving. Среди особенностей Smart Energy Saving Plus функция Intelligent Sensor, которая анализирует окружающее пространство и свет, точно регулируя подсветку телевизора. К тому же, в меню есть возможность самостоятельного выбора владельцем телевизора режима энергопотребления в зависимости от просматриваемого контента. По словам представителей LG, в телевизорах этой компании экономия энергии достигает 70 %.

На пультах ДУ последних моделей от Sharp появилась кнопка «экоконтроль», с помощью которой можно контролировать уровень энергопотребления устройства, снижая его при необходимости.

К 2013 г. производители ЖК-телевизоров

должны будут сократить энергопотребление своих продуктов на две трети, согласно принятому недавно Американским агентством по охране окружающей среды (EPA) стандарту Energy Star. По мнению аналитиков iSuppli, с целью получения сертификата EPA производители телевизоров и их OEM-партнеры будут вынуждены перейти на использование компонентов с минимальным потреблением электроэнергии.

В 2008 г. EPA выпустила стандарт Energy Star 3.0, определяющий уровень энергопотребления телевизоров в рабочем режиме. По оценкам агентства, соблюдение норм энергопотребления телевизорами в соответствии с данным стандартом позволит сократить расход миллионов киловатт энергии в год. В ходе дальнейшей реализации программы Energy Star планируется ужесточить требования к уровню энергопотребления телевизоров. К тому же, представленные на рынке бренды будут классифицироваться в соответствии с разработанной EPA трехуровневой системой оценки – в зависимости от уровня энергоэкономичности продуктов. Например, бренды первого уровня уже сейчас отвечают требованиям Energy Star 3.0, устройства второго и третьего уровней начнут соответствовать стандарту к 2012 и 2013 гг., соответственно.

Вполне вероятно, что требования, указанные в стандарте Energy Star, повлекут за собой масштабные изменения в процессе производства телевизоров, так как многие производители будут стремиться поставить на свою продукцию ярлычок соответствия энергосберегающему стандарту. Чем больше размер телевизора, тем большее количество энергии потребуется сократить его производителю, с целью соответствия требованиям стандарта. Например, согласно программе Energy Star, если в 2008 г. 26" телевизор мог потреблять 89,7 Вт в рабочем режиме, то в 2013 г. максимальное количество электроэнергии должно быть сокращено до 42,3 Вт, то есть на 52,8 %. Для телевизора с диагональю 50" в 2013 г. уровень энергопотребления должен быть сокращен на 66,3 % (относительно 2008 г.) и составлять 106,9 Вт.

Следуя тенденции повышения экономичности фирма Sony представила HD-телевизор BRAVIA WE5 (с диагоналями 40 и 46 дюймов) с несколькими полезными функциями.

В устройстве имеется HCFL-лампа (флуоресцентная лампа с горячим катодом) для подсветки, потребляющая меньшее количество энергии. Инженеры впервые использовали в модели Presence Sensor – специальный сенсор, определяющий, находится ли перед телевизором зритель. Если человек покидает комнату, экран гаснет, а звук продолжает работать. Таким образом, экономится электрическая энергия. Когда человек вновь попадает в зону действия сенсора, экран включается. Это также первый телевизор в линейке BRAVIA, полностью отключающийся от сети. Обычно подобные устройства находятся в ждущем режиме и требуют небольшого количества электричества, но в модели WE5 имеется специальный выключатель, позволяющий вручную обесточить устройство.

Несмотря на то, что в каждой стране действуют свои требования, именно стандарт Energy Star оказал на отрасль наибольшее влияние. Раньше мировые стандарты по расходу техникой энергии, включая более ранние версии Energy Star, уделяли большее внимание энергосбережению устройств в режиме ожидания или в выключенном состоянии. Новые требования по расходу электроэнергии предъявляются именно к работающим устройствам. При этом самое большое потребление энергии приходится на телевизоры [2].

Ультрасовременные модели ощутимо дороже «обычных» LCD-телевизоров с сопоставимыми размерами экрана – в полтора – два раза. Данный фактор может оказать негативное влияние на уровень продаж в 2010 г., особенно с учетом тотального сокращения в Украине объемов потребительского кредитования.

Насыщение рынка товарами, в том числе и телевизорами, поставило перед товароведением новые задачи. Появилась острая необходимость в классификации товарной массы, рациональном построении ассортимента, в установлении потребностей в товарах, в том числе и телевизоров, разработке научных сроков службы.

Целостной и полной классификации телевизоров в Украине не существует. Поэтому любая классификация считается правильной, поскольку ни подтвердить, ни опровергнуть ее невозможно.

Авторская классификация телевизоров приведена на рис.

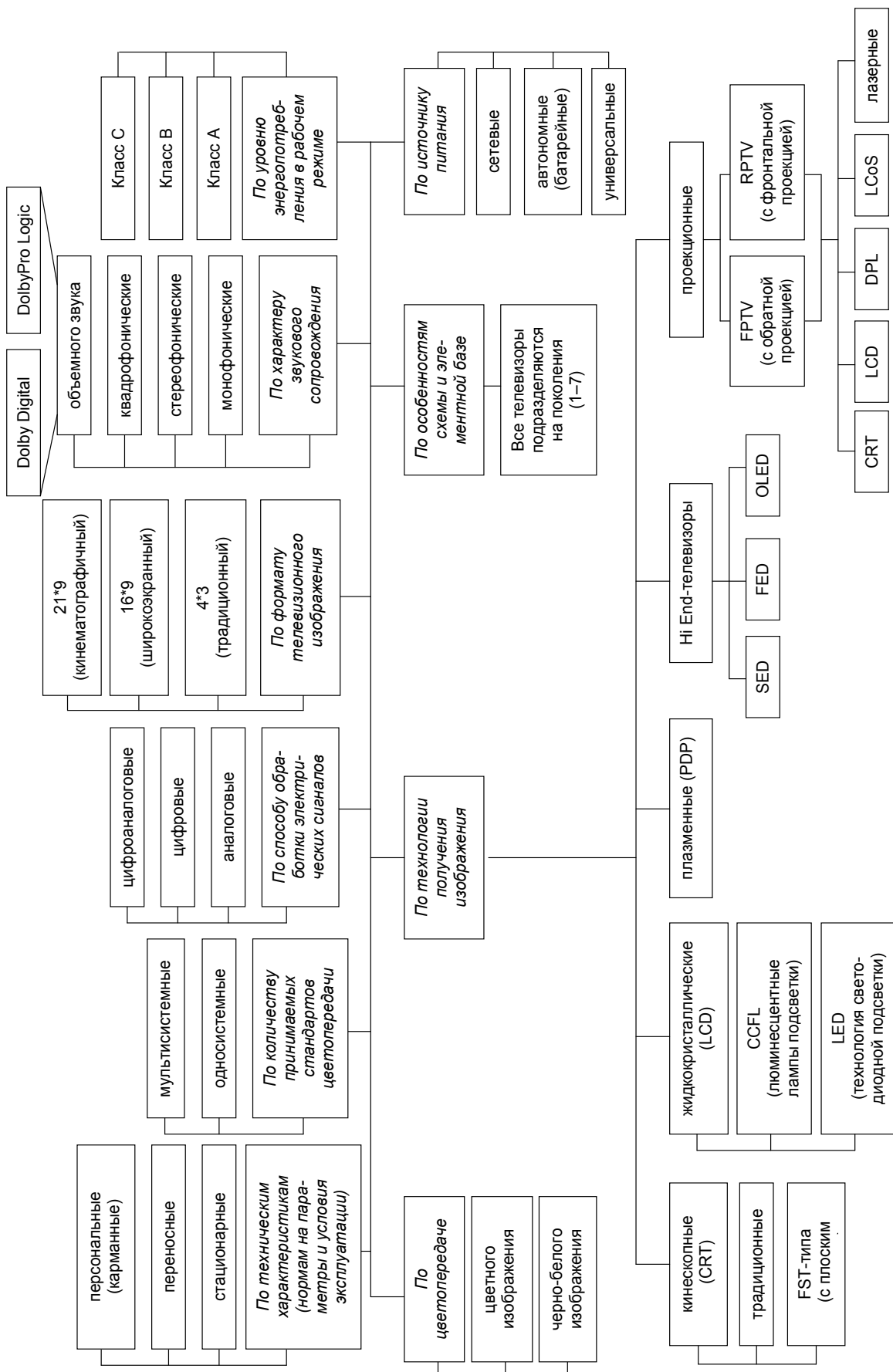


Рис. Авторская классификация телевизоров

Из вышеизложенного следует, что необходима единая (стандартная) классификация телевизоров, которая позволит объединить в родственные группы широкий ассортимент телевизоров, находящихся в сфере обращения и предоставит возможность: упорядочить терминологию; облегчить учет спроса, изучение потребительных свойств и ассортимента телевизоров; совершенствовать учет и отчетность в торговой деятельности и сервисной сфере.

ЛИТЕРАТУРА

1. Лёс Ежи Про тот тип / Е. Лёс // Бизнес. – 2009. – № 38. – С. 57–58.
2. Васильева И. И. Энергосберегающие технологии на рынке телевизоров / И. И. Васильева // Управление торговлей: теория, практика, инновации: Материалы II междунар. науч.-практ. конф., 12–13 ноября 2009 г. : тезисы докл. – М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2009. – С. 254–257.

УДК 339.137.2:620.2

ФОРМУВАННЯ КОНЦЕПЦІЇ ЯКОСТІ ТОВАРІВ

І. М. Байдакова

Набуття економіки України статусу ринкової, приєднання держави до Світової організації торгівлі, економічні перетворення висувають більш високі вимоги до забезпечення якості продукції на ринку.

Сучасний стан конкурентоспроможності вітчизняних підприємств [1] свідчить про те, що вони працюють в умовах, по-перше, обмежених сировинних, фінансових, технічних і трудових ресурсів; по-друге, невирішених соціально-трудовах проблем (високий рівень ручної праці, не привабливі, важкі та шкідливі умови роботи); по-третє, низького рівня якості менеджменту, організації виробництва, нормування праці та обліку витрат; по-четверте, низької купівельної спроможності населення; по-п'яте, низької конкурентоспроможності частини підприємств на внутрішньому та зовнішньому ринках. Через це посилюється значення вирішення проблеми забезпечення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств на теоретико-методологічному рівні.

Дослідження теоретичних проблем і практичного застосування положень теорії конкурентоспроможності відображені в працях іноземних учених: Г. Л. Азоева, І. Ансоффа, Г. Асселя, Ф. Котлера, Г. Минценберга, М. Портера, Ф. Тейлора, А. Сміта, А. Файоля, Р. А. Фатхутдінова, Р. Уотермена, Е. Чембер-

лена, Й. Шумпетера, О. Ю. Юданова, а також вітчизняних – В. А. Білошапки, В. Л. Діканя, І. З. Должанського, Г. В. Загорія, Ю. Б. Іванова, С. М. Кваші, Л. С. Кобиляцького, Н. Н. Лепи, Л. В. Романової, Г. М. Скударя, О. Б. Чернеги. Окремим питанням підвищення конкурентоспроможності підприємств присвятили свої праці Л. В. Дейнека, Т. Л. Мостенська, П. В. Осіпов, В. А. Павлова, М. П. Сичевський та інші.

У дослідженнях учених аналізувалися різні аспекти забезпечення конкурентоспроможності підприємств [3]. Проте в сучасній економічній літературі не існує єдиного підходу до формування системи забезпечення конкурентоспроможності підприємств, а також відсутні теоретичні розробки, у яких би враховувались особливості досягнення конкурентоспроможності підприємствами різних галузей. Набуває вагомого значення вирішення цієї проблеми безпосередньо на рівні підприємств окремих галузей шкіряно-взуттєвій промисловості, зважаючи на специфічні особливості та світові тенденції її функціонування. Саме шкіряно-взуттєва промисловість, враховуючи її складний фінансовий стан, необхідність технічних, технологічних, організаційних, соціально-трудовах, економічних змін і низький рівень конкурентоспроможності, потребує системно-