

1. Доклад «Зароботная плата в мире в 2012-2013 гг.»: Зароботная плата и справедливый рост / ГТПДТ и Бюро МОТ для стран Восточной Европы и Центральной Азии. - Москва : МОТ, 2013. - 112 с.
2. Офіційний сайт Міжнародної Організації Праці. Ключові показники ринку праці [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://kilm.ilo.org/KILMnetBeta/default2.asp>
3. Тимчасові методичні рекомендації розрахунку продуктивності праці в цілому в економіці та за видами економічної діяльності [Електронний ресурс] : затв. Наказом Міністерства економіки України від 26 груд. 2008 р., № 916. - Режим доступу : <http://zakon.nau.ua/doc/?code=v0916665-08>.
4. Global employment trends : May 2009 update / International Labour Office. – Geneva : ILO, 2009. — С.15.

Чумаченко О.С., к.т.н., доц., Сисоліна Н.П. к.е.н., доц.
Кіровоградський національний технічний університет, м. Кіровоград, Україна

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ШВЕЙНОГО ВИРОБНИЦТВА УКРАЇНИ

Виробництво товарів народного споживання – важлива складова частина економіки країни, яка повинна сприяти стабілізації загальноукраїнського споживчого ринку. Легка промисловість – важлива галузь, яка спеціалізується на випуску непродовольчих товарів, забезпечує населення взуттям, одягом, трикотажними виробами, тканинами, іншими предметами народного споживання. Коли економіка країни орієнтована на соціальні потреби, саме цій галузі належить провідна роль у підвищенні рівня життя населення. Проте, за даними статистики на 2012 р. в загальній структурі виробництва України частка легкої промисловості мізерна і продовжує знижуватися [1], хоча ще 10 років тому вона складала близько 50% від всього випуску непродовольчих товарів народного споживання. Такі процеси відбуваються в усіх підгалузях, і, зокрема, в швейній промисловості, обсяги виробництва якої, очевидно (табл. 1), не забезпечують вітчизняних споживачів: на особу в рік випускається менше одиниць товару по таких видах одягу, який користується попитом: піджак купують 1-2 рази на рік, сукня, сорочка чоловіча, блуза (4-5 разів на рік), брюки і спідниця (1-2 рази на рік), 1раз на 3 роки купують пальта, плащі.

Така ситуація склалася після проведеної в середині 90-х років лібералізації імпорту, коли до України почала надходити великими кількостями швейна продукція з Китаю, Туреччини, Польщі. Більшість підприємств працюють на низькоякісній сировині, оскільки не можуть дозволити собі імпортувати сировину з інших країн: скорочено постачання сировини з середньоазіатських країн. Низький рівень культури і технології виробництва (майже 40% устаткування галузі застаріло). Величезне відставання від провідних країн-виробників: продукція галузі не витримує конкуренції з імпортними швейними виробами, які затьмарили вітчизняного виробника. Від цього страждає економіка України в цілому. Підприємства, що в минулому мали світове значення зараз скоротили обсяг виробництва або оголошені банкрутами. Працівники втратили робочі місця.

Таблиця 1

Виробництво продукції легкої промисловості України

Продукція	2005	2008	2009	2010	2011	2012
Вироби панчішно-шкарпеткові трикотаж., млн. пар	55,5	61,7	59,5	76,8	90,0	83,0
Светри, джемperi, млн. шт.	5,0	2,3	1,5	1,7	1,6	1,5
Одяг верхній трикотажний, млн.шт.	4,5	4,4	3,1	5,4	4,9	4,7
Трикотаж спідній, млн. шт.	26,9	22,7	16,8	22,5	28,8	27,6
Пальта, напівпальта, накидки, плащі, куртки та вироби аналогічні чоловічі та хлопчачі, тис. шт.	649	376	399	528	547	470
жіночі та дшчачі, тис.шт.	3346	2512	1783	1997	1912	1688
Костюми чоловічі та хлопчачі, тис.шт.	1608	1000	632	505	593	486
Костюми жіночі та дівчачі, тис.шт.	893	496	318	401	325	300

Незважаючи на теперішню складну ситуацію, швейна промисловість – дуже перспективна галузь. Так, економічна криза не заважає корпорації Inditex (Іспанія), світовому лідеру виробництва одягу, впродовж останніх 30 років постійно збільшувати обсяги виробництва і доходи. Основні сфери діяльності корпорації: розробка дизайну, виготовлення і продаж одягу, нижньої білизни, взуття, аксесуарів, текстиля і предметів декору для будинку.

Секрет успіху і стратегія корпорації відповідають основним принципам системи організації виробництва: удосконалено виробництво і продаж одягу для мас-маркета, зроблено його більш модним. Жорсткий контроль усіх ланок виробництва і продажу для досягнення високої швидкості в розробці нової продукції: два тижні проходить від моменту, коли дизайнер виконує ескіз одягу, до моменту, коли готова річ є на полицях магазинів. Ретельне вдосконалення виробництва і закупівель щоб зберігати витрати на низькому рівні. Стартова ланка – відвідувачі магазинів. Менеджери щодня відстежують «гарячі» позиції попиту: перекладають популярний товар на видне місце, відстежують модні тренди, слухають відгуки і побажання, двічі в тиждень направляють пропозиції і замовлення трьом сотням дизайнерів, які негайно розробляють новий модний продукт. Ризик не продати товар мінімальний:

компанія пропонує споживачам те, що вимагають вони самі. Це дозволяє мати бюджет на рекламу – три десятих відсотка виручки.

Перспективи розвитку швейної промисловості України пов'язані з налагодженням економічних зв'язків, відновленням сировинної бази, подоланням технологічної відсталості галузі. Основні заходи, що доцільно реалізувати для повернення галузі втрачених позицій:

- впровадження системи оподаткування, яка б стимулювала збільшення обсягів випуску конкурентоспроможних товарів (оновлення і розширення асортиментного набору, випуск товарів для різних верств населення, різноманітного за призначенням (побут, робота, відпочинок) із внесенням національного колориту; підвищення якості, зменшення ціни, модернізація виробництва, технічне переоснащення, впровадження нових технологій виробництва);

- митно-тарифне регулювання системи захисту вітчизняного товаровиробника; проведення заходів щодо захисту внутрішнього ринку і виробників;

- сприяння створенню спільних підприємств та об'єднань, стимулювання розвитку малих підприємств по виробництву одягу; поліпшення умов праці на швейних підприємствах; пільгове кредитування підприємств для купівлі сировини, стимулювання розвитку власної сировинної бази;

- контроль використання оборотних коштів за відповідними показниками; систематичне спостереження за використанням оборотних коштів і фіксація параметрів їх стану; визначення відхилень фактичних показників від запланованих і встановлення причин їх виникнення;

- створення ефективних маркетингових служб, проведення маркетингових досліджень і розробка оптимальної товарної, цінової, збутової і комунікаційної політики; аналітично-прогнозне вивчення особливостей, тенденцій розвитку товарного ринку; виробництво і постачання на внутрішній ринок товарів, що не поступаються за якістю товарам, які Україна експортує;

- стимулювання розвитку фірмових магазинів вітчизняних виробників, фірмових відділів в універмагах, будинках торгівлі, спеціалізованих магазинах; розміщення їх на центральних вулицях міст, рекламувати, створювати позитивний імідж товаровиробника і продукції; проведення спеціалізованих виставок-продажу, ярмарок.

Література

1. України у цифрах 2012. Статистичний збірник / За редакц. О.Г. Осауленка. – Київ 2013. – 249 с.

Шергелашвили Е.В., аспірант

Донецкий национальный технический университет, г. Донецк, Украина

ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫМ РАЗВИТИЕМ

Практика зарубежных стран показывает, что инновации и новые технологии являются основной движущей силой экономического роста. В Украине вопросам инновационного процесса уделено немалое внимание со стороны таких авторов как А. Гейц, А. Мазур, М. Шрамко, А. Гальчинский, С. Илляшенко, Ю. Ширнулина и др. В Украине разработаны официальные документы [1], направленные на формирование инновационной системы Украины, однако результаты их реализации частично или полностью отсутствуют. Как показывает практика, в Украине отсутствуют многие предпосылки стимулирующие потребность хозяйственных субъектов в инновациях, инвестициях в научные разработки с целью их дальнейшего внедрения.

Как на микроуровне (инновационные стратегии предприятий), так и макроуровне (государственные программы инновационного развития страны), существуют одни и те же проблемы, к которым относятся:

- нечеткие критерии инноваций;
- недостаточное инвестирование стратегически важных отраслей экономики;
- отсутствие мотивационной составляющей у бизнеса на осуществление НИР;
- плохо выполняемая система дотаций и льгот на осуществление научных разработок и их последующее внедрение;
- слабая поддержка государственного аппарата инновационных программ и стратегий;
- наличие инновационного потенциала;
- отсутствие доказательств нарушения исключительных прав собственности;
- организация инновационной деятельности как имитация этого процесса;
- несовершенное законодательство, сопровождающее процесс разработки и получение экономического вознаграждения от полученных результатов НИР;
- баланс спецификации прав собственности с принципом справедливости;
- отсутствие действенного страхования инновационной деятельности;
- наличие неэффективного менеджмента на всех уровнях управления;
- постоянная мутация структур контроля;