

чтовые, услуги, образующие инфраструктуру рыночного хозяйства, — банковские, страховые, информационные, риелтерские, правовые и др.) с ростом не менее 115—120 процентов в год в целях увеличения доли этих отраслей и выхода на устойчивый темп роста ВВП по сфере услуг.

Осуществление мероприятий Комплексной программы позволит существенно модернизировать и создать в стране современный рынок услуг, повысить уровень его конкурентоспособности, сформировать рациональную структуру производства и потребления услуг, обеспечивающих повышение уровня и качества жизни белорусских граждан.

Література

1. Комплексная программа развития сферы услуг в Республике и Беларусь на 2006—2010 годы. Мн. 2006.

Невідома М. В.,
аспірант кафедри економіки підприємств
Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана,

ДОСЛІДЖЕННЯ ФОРМУВАННЯ КЛАСТЕРІВ У ЛЕГКІЙ ПРОМИСЛОВОСТІ НА МАТЕРІАЛАХ ПІДПРИЄМСТВ ДОНЕЦЬКОГО РЕГІОНУ

Інтенсивний розвиток економічної думки та бізнес-практики останніх років характеризується різкою активізацією нових і пошуку більш ефективних способів використання традиційних технологій менеджменту, що здатні забезпечувати розвиток виробничо-комерційних систем різних рівнів. У цьому напрямі заслуговує на увагу така форма сучасних трансформацій як кластер.

Кластером можливо вважати різновид організаційних трансформацій, який проявляється у кооперації підприємств певного регіону на засадах вертикальної та горизонтальної інтеграції. Кластер об'єднує місцеві текстильні та швейні підприємства: перші роблять готову тканину (як правило, бязь або ситець), другі відшивають з неї колекції текстильних виробів.

Ключові характеристики кластерної форми трансформації розглянемо на прикладі підприємств легкої промисловості Донецького регіону, передумовами створення якого були:

- недолік власних потужностей;
- старе устаткування та обладнання;
- низька продуктивність праці швейних та текстильних підприємств [3].

Донецька кооперація досить незвичайна: кластери припускають досить вузьку спеціалізацію його учасників. Учасники ж донецького кластера — не тільки дрібні, вузькоспеціалізовані швейні підприємства, але і великі текстильні холдинги, яких в Україні порядку десятки. Ці холдинги контролюють весь технологічний цикл — від постачань бавовни в Україну до виробництва готових тканин, швейних виробів (постільної білизни, дитячого одягу тощо) і збуту. За словами представників холдингів, звернутися до послуг незалежних швейних підприємств, кілька років назад змусив недолік власних потужностей. Тому вони задумалися про аутсорсинг. У результаті за короткий період в Донецькій області з'явилася маса невеликих мобільних швейних підприємств, таких як «ТК — Стиль», «Ліко — Мода», «ТК — Ресурс», «ТК — Еліт», «Панорама», які спеціалізуються на виробництві досить вузького асортименту (наприклад, текстилю для будинку, постільної білизни). Вони і стали партнерами текстильних холдингів.

Донедавна більшість текстильних підприємств Донецького регіону працювали на потужностях, встановлених ще в 60-х роках минулого століття, і поетапно проводили модернізацію. У 2006 році практично всі донецькі виробники запустили нові лінії — ткацькі або оздоблювальні. А великі підприємства, такі як «Текстиль — Контакт», «ХБК Текстерно», «ПО ТК — Донтекс», «Лоджистик — Сервіс», завершили повну модернізацію: замінили прядильне, ткацьке, і оздоблювальне устаткування [2].

В Україні сьогодні немає виробництва тканин, фурнітури, аксесуарів, виробникам одягу, приходиться купувати все це за рубежом — в Азії або Європі. Замовлений товар надходить через чотири-шість місяців, потім ще два місяці переробляється на місцевих фабриках і потім надходить у продаж. Тобто загальний виробничий цикл у вітчизняних підприємств складає шість — вісім місяців. Таким чином, капітал обертається в кращому випадку двічі в рік. Для порівняння розглянемо китайського виробника, наприклад, із провінції Гуанчжоу, де є цілі міста, що представляють собою суцільний джинсовий кластер. Ранком він йде в найближчу крамницю, купує сировину, в день шиє з нього джинси і ввечері продає. І так щодня., тобто капітал у нього обертається 365 разів у рік. Очевидно, що з таким оборотом він може собі дозволити встановлювати мінімальну націнку — менше відсотка. Вітчизняному

ж виробникові потрібна націнка не нижче 20—30 відсотків, інакше він просто не покrije витрати.

Кластер у разі підвищує конкурентноздатність його учасників. Так, він дозволяє підприємствам, по — перше, значно знизити витрати, що, наприклад, у виробництві текстилю вважаються одними з найвищих — через велику капіталомісткість процесу. В Україні ці витрати збільшуються ще більше, оскільки в країні немає сировинної бази для виробництва тканин, а також висококласного устаткування, необхідного для виготовлення конкурентноздатної продукції; по-друге, об'єднати ресурси для просування продукту, що знов-таки приводить до зниження собівартості; по-третє, сприяти постійному підвищенню якості: їхні учасники тісно взаємодіють один з одним, «переймаючи» найбільш цікаві ідеї; по-четверте, швидше реагувати на запити ринку; по-п'яте забезпечує членам об'єднання, цінову перевагу [1].

Проблемним аспектом функціонування кластеру в Донецьку є низька продуктивність праці. Вирішити цю проблему можна за рахунок збільшення доданої вартості — освоєння виробництва більш складної і дорогої продукції. Сьогодні більшість підприємств — і текстильних, і швейних — працюють у найдешевшій ринковій ніші: із тканинами бязевої групи. Багато в чому цьому сприяє низький платоспроможний попит населення і тверда цінова конкуренція з боку азіатських виробників. Але тим часом попит на більш дорогий та якісний продукт постійно зростає, а якість більшої частини вітчизняних текстильних виробів як і раніше залишає бажати кращого [4].

Можна стверджувати, що кластери можуть ефективно функціонувати для багатьох українських регіонів з високою концентрацією підприємств близького профілю. Кластери забезпечують компаніям скорочення витрат, зв'язаних з маркетингом і просуванням. У таких умовах головна задача гравців цього ринку — створення галузевих союзів і асоціацій. Кластери дозволяють розв'язати проблеми збуту і просіванню товарів на ринку, допомагають виходити на нові ринки, зумовлюють економічність виробничих затрат, сприяють встановленню зв'язків з підприємствами постачальниками, що в свою чергу підвищує ефективність діяльності підприємств легкої промисловості.

Література

1. Василенко В. Н. Організація, економіка інновації, події // Наука сьогодні. — 2005. — № 1. — С. 31—41.

2. *Ліманський А.* Організаційно-економічні механізми підвищення ефективності промислових підприємств в умовах трансформації та євроінтеграції (на прикладі промислових підприємств України) / НАН України; Інститут регіональних досліджень. — Л.: Ін-т регіональних досліджень НАН України, 2003.

3. *Петрович А. Н.* Проблеми економіки та управління // Вісник Державного університету «Львівська політехніка». — 2004. — № 331. — С. 47—54.

4. *Сиганов Д. М.* «Експерт» — 2006. — № 35(529). — С. 5—9.

Петренко В. П.,
завідувач кафедри управління
регіональним економічним розвитком,
канд. техн. наук, доцент
Івано-Франківський національний
технічний університет нафти і газу

ПРО ЗАВДАННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ОСВІТИ В СВІТЛІ ІСНУЮЧИХ ПРОБЛЕМ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛІЗОВАНИМИ РЕГІОНАЛЬНИМИ СУСПІЛЬНИМИ СИСТЕМАМИ

Діяльність регіональних суспільних систем (РСС) будь-якого рівня в ринковому середовищі повинна ґрунтуватися на активному і комплексному використанні відповідними суб'єктами управління наступних технологій:

— стратегічного управління (управління РСС за умов підвищеної нестабільності і невизначеності чинників зовнішнього оточення, орієнтоване на досягнення цілей в довгостроковому періоді),

— маркетингового управління (управління виробництвом, фінансами та персоналом РСС, підпорядковане вимогам, особливостям і тенденціям розвитку ринку),

— інноваційного управління (управління РСС, основане на постійному генеруванні та використанні принципово нових більш прогресивних технологій у всіх без виключення сферах її активності).

Тільки у цьому випадку можна очікувати успішного формування РСС інноваційного типу, які об'єднуюватиме спільна особливість — «... генерування і широка соціалізація нової інформації та знань, впровадження яких забезпечує зростання національної економіки та підвищення конкурентоспроможності її продукції на зовнішніх ринках» [1, с. 3]. При цьому, під РСС інноваційного типу автори вищевказаної роботи розуміють насамперед терито-