II. Розглянуті бізнес-моделі (М. Портера, APQC, eTOM і матрична) не відбивають джерела формування конкурентних переваг компанії, внаслідок чого порушується взаємозв'язок між загальною стратегією компанії та її бізнес-моделлю.

III. Комплексний підхід дозволяє запропонувати концептуальну бізнес-модель компанії, до складу якої входять такі структурні елементи, як: ресурси, здібності, процеси і товари (послуги), а також установити причинно-наслідкові зв'язки між ними.

Список використаних джерел

1. Сотовая связь в Украине // http://www.iks-consulting.ru/adocs/3690862.html.
2. Томпсон-мл. А.А. Стратегический менеджмент: концепция и ситуации для анализа, 12-е издание / А.А. Томпсон, А.Дж. Стрикленд. Пер. с англ. М. : Издательский дом «Вильямс», 2002. – 928 с.
3. Levy M. SMEs and the Gains from IS: From Cost Reduction to Value Added. Information Systems:Current Issues and Future Changes / M. Levy, P. Powell, P. Yetton. Ed. T Larsen, L Levine and J DeGross. - Finland: Helsinki, 1998. – 241 p.
4. Портер М. Конкуренция / М. Портер. Пер. с англ. - М. : Издательский дом «Вильямс», 2003. – 496 с.

УДК 338.4

ЧОРНА О.Є.,
Дніпропетровський університет економіки та права ім.А.Нобеля,
доцент кафедри обліку і аудиту, к.е.н., доцент,
ЗАГУРСЬКА Е.В.
Дніпропетровський університет економіки та права ім.А.Нобеля,
магістр

РОЗВИТОК ЛЕГКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ В УМОВАХ ПОСТКРИЗОВОГО ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ

Анотація. *У статті досліджено галузь легкої промисловості України, внутрішня структура ринку, визначено слабкі сторони, та представлені пропозиції щодо покращення позицій на вітчизняному ринку в умовах посткризового економічного зростання економіки держави.*

Ключові слова: легка промисловість, конкуренція, товари народного споживання, сфера виробництва одягу, економічне зростання.

Summary. *In article the branch of light industry of Ukraine, the internal structure of the market is investigated, weaknesses are defined, and offers concerning improvement of positions in the domestic market in post-crisis economic growth economic state are presented.*

Keywords. Light industry, competition, consumer goods, sphere of manufacture of clothes, economic growth.

Постановка проблеми дослідження. Легка промисловість є найважливішою галуззю, що спеціалізується на випуску непродовольчих товарів народного споживання. Вона забезпечує населення України взуттям, одягом, трикотажними виробами, тканинами, і іншими предметами народного споживання. Потенційні можливості підприємств легкої промисловості дозволяють виробляти широкий спектр товарів, що здатні задовольнити весь попит внутрішнього ринку. Останні кілька років спостерігається занепад легкої промисловості України, що вимагає детального дослідження та розробки заходів, які мають на меті підвищення ефективності управління як на рівні підприємств так і на рівці держави.

Мета даної статті полягає в розробці заходів, які позитивно вплинуть на галузь легкої промисловості та дозволять підвищити темпи економічного зростання держави і цій складний посткризовий період.

Виклад основного матеріалу. Легка промисловість це найважливіша галузь, яка має потужний виробничий потенціал, який повинен задовольняти потреби суспільства товарами народного споживання й промислового призначення та сприяти поліпшенню якості життя. Легка промисловість складається з 20 підгалузей, а саме текстильна (виробництво бавовняних, льняних, вовняних, шовкових, трикотажних тканин), швейна, шкіряно-взуттєва й хутрова та ін. У галузі працює понад 10 тис. підприємств, а саме: у виробництві готового одягу та хутра – 6 тис., текстильній промисловості – 2,5 тис., виробництві шкіри та шкіряного взуття – 1,5 тис. У той же час легка промисловість пов'язана з багатьма суміжними галузями й обслуговує весь господарський комплекс країни (див. рис. 1).

За даними Державного комітету статистики, в січні 2011р. порівняно з аналогічним періодом минулого року легка промисловість показала приріст 21,9%, але до грудня 2010р. спад налічував 19,5%. Це падіння експерти традиційно пов'язують із сезонним чинником - новорічними святами.

Лише за 11 місяців 2010 р. українська легка промисловість виготовила 3,9 млн. штук пальто й шуб. Порівняно з аналогічним періодом 2009р. падіння становило 12,4%. Кращі справи з білизною та шкарпетками. За рік фабрики України випустили 16,7 млн. штук нижньої білизни (зростання - 28,7%) і 62,5 млн. пар панчішно-шкарпеткових виробів (зростання - 19,6%)[4].

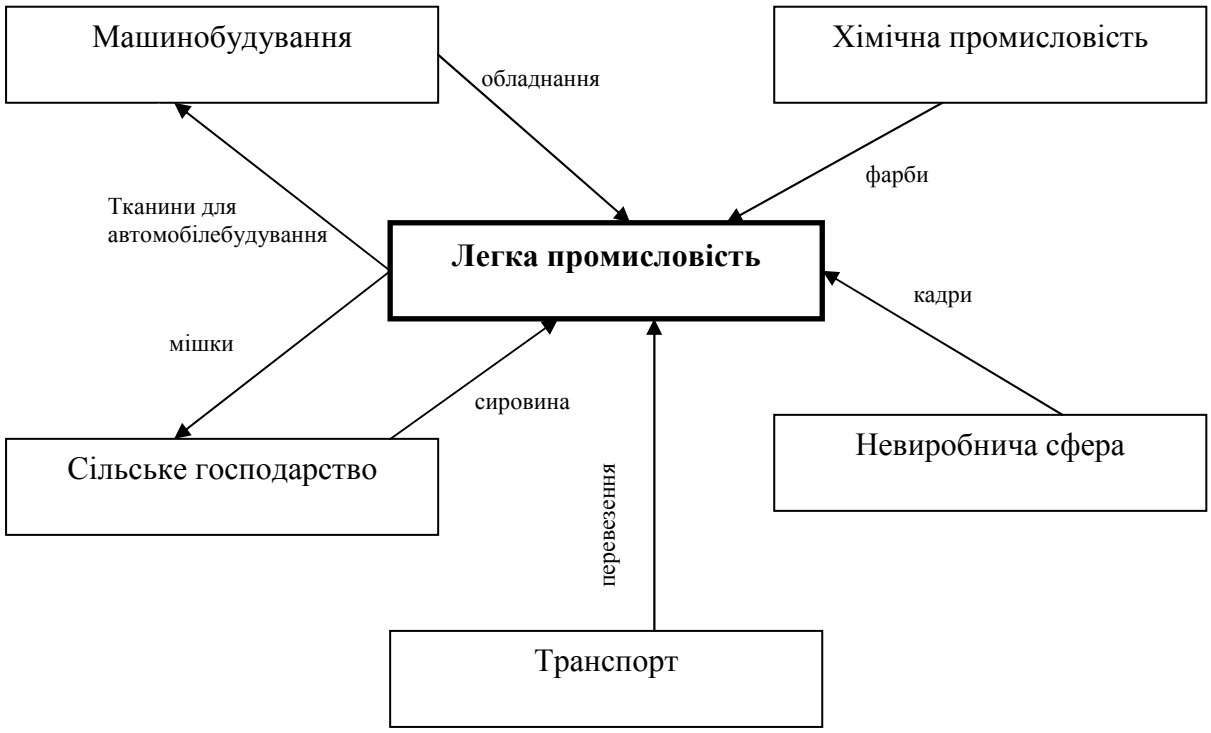

Рис. 1. Взаємозв'язок легкої промисловості з іншими галузями

За обсягами виробництва продукції легкої промисловості найбільшу питому вагу в загальних обсягах мають підприємства Житомирської області – 10,2%, Луганської – 7%, Чернігівської – 6,6%, Львівської – 6,1%, Рівненської – 5,5%, Івано-Франківської – 5%, Києва – 9% [*].

В таблиці 1 подано аналіз імпорту та експорту товарів легкої промисловості за січень – листопад 2010 р.

Таблиця 1.

Аналіз імпорту та експорту товарів легкої промисловості за січень – листопад 2009 та 2010 років[**]

Назва товару	Імпорт, тис. дол.			Експорт, тис. дол.		
	січень-листопад 2009 р.	**січень-листопад 2010 р.**	**11 міс. 2010 р. до 11 міс. 2009 р., %**	**січень-листопад 2009 р.**	**січень-листопад 2010 р.**	**11 міс. 2010 р. до 11 міс. 2009 р., %**
Шкури	433	426	98,4	1 262	1 661	131,6
Шкіряні товари	44 936	63 885	142,2	126 835	112 581	88,8
Вироби із шкіри	59 681	89 883	150,6	25 155	39 282	144,2
Сировина пушно-хутрова та хутрові шкури	5 163	3 364	65,2	6 019	6 392	106,2
Одяг з хутра	1 964	2 089	106,4	549	354	64,5
Хутро штучне та вироби з нього	425	1 089	2,6 рази	200	79	39,5
Відходи шовкові	-	3	-	3	-	-
Пряжа з шовку, нитки шовкові	10	3	30,0	1	-	-
Тканини з шовку	1 563	2 173	139,0	63	52	82,5
Вовна та відходи вовни	2 669	2 404	90,1	78	171	2,2 рази
Пряжа з вовни	1 817	2 013	110,8	39	36	92,3
Тканини вовняні	53 864	48 948	90,9	4 938	4 875	98,7
Бавовна та відходи бавовни	15 139	11 836	78,2	124	67	54,0
Нитки та пряжа бавовняна	15 282	20 943	137,0	2 889	1 685	58,3
Тканини бавовняні	99 938	120 512	120,6	3 579	3 708	103,6
Волокно лляне, конопляне та ін.	842	702	83,4	806	1 058	131,3

[*] Розраховано автором за даними державного комітету статистики України

[**] Розраховано автором за даними митної статистики

Пряжа лляна та з інших рослин	1 026	2 211	2,2 рази	58	16	27,6
Тканини з льону та інших рослин	7 618	8 493	111,5	126	153	121,4
Нитки та пряжа з хімічних ниток	63 443	99 449	156,8	6 125	3 813	62,3
Джути та волокна штапельні	83 013	94 916	114,3	703	737	104,8
Тканини з хімічних ниток	131 158	177 400	135,3	8 584	6 526	76,0
Вата	42 074	46 901	111,5	18 919	17 697	93,5
Фетр і повсть	2 207	2 583	117,0	59	42	71,2
Неткані матеріали	36 528	52 076	142,6	5 993	7 614	127,0
Килими	20 638	31 507	152,7	13 750	10 585	77,0
Інші текстильні матеріали	60 094	74 612	124,2	3 637	5 235	143,9
Трикотажні полотна	54 041	74 807	138,4	3 645	5 880	161,3
Одяг трикотажний	148 017	255 455	172,6	85 903	98 454	114,6
Панчішно-шкарпеткові вироби	52 594	102 315	194,5	9 741	14 709	151,0
Одяг текстильний	212 089	277 356	130,8	386 219	380 490	98,5
Ковдри та пледи дорожні	8 792	9 922	112,9	2 409	4 526	187,9
Білизна постільна, столова, гардини, штори	21 631	39 467	182,5	18 139	17 182	94,7
Інші вироби, мішки, брезент, навіси, ганчір'я	27 810	41 652	149,8	50 052	59 976	119,8
Одяг, що використовувався	55 707	89 393	160,5	140	366	2,6 рази
Взуття та частини взуття	251 458	438 033	174,2	126 620	154 532	122,0
Головні убори	7 835	6 766	86,4	3 931	3 240	82,4
Посуд столовий кухонний з фарфору	6 032	9 560	158,5	5 412	5 269	97,4
Посуд столовий кухонний з кераміки	13 144	29 758	2,3 рази	2 517	3 291	130,8
Всього	**1 610675**	**2 334905**	**145,0**	**925 222**	**972 334**	**105,1**

Згідно даних таблиці 1 за січень-листопад 2010 року обсяги імпорту перевищили обсяги експорту на 1 362 571 тис. дол. США (2,4 рази); обсяги імпорту в порівнянні з відповідним періодом 2008 року збільшилися на 724 230 тис. дол. США (45,0 %), обсяги експорту збільшилися на 47 112 тис. дол. США (5,1 %).

В цілому, структура внутрішнього ринку легкої промисловості України представлена на рисунку 2, відповідно до якого 82% складає «тіньовий» імпорт, і лише 13% - вітчизняне виробництво.

Так як сфері виробництва одягу у світі відводять одне з головних місць після промислових галузей, а тканини, одяг, взуття - це все продукція, без якого ніхто з нас обійтися не може, структура внутрішнього ринку легкої промисловості України характеризується як «кризова».

Річний обсяг українського ринку легкої промисловості оцінюється в 50 мільярдів гривень, при чому тільки 20% - товари вітчизняного виробництва. Інші 80% - імпорт з Китаю, Туреччини й інших країн. Кількість таких завезених товарів щороку неухильно зростає. Саме вони створили на ринку товарів легкої промисловості конкуренцію вітчизняної продукції. На рисунку 3 представлені країни ринку виробників товарів легкої промисловості України.

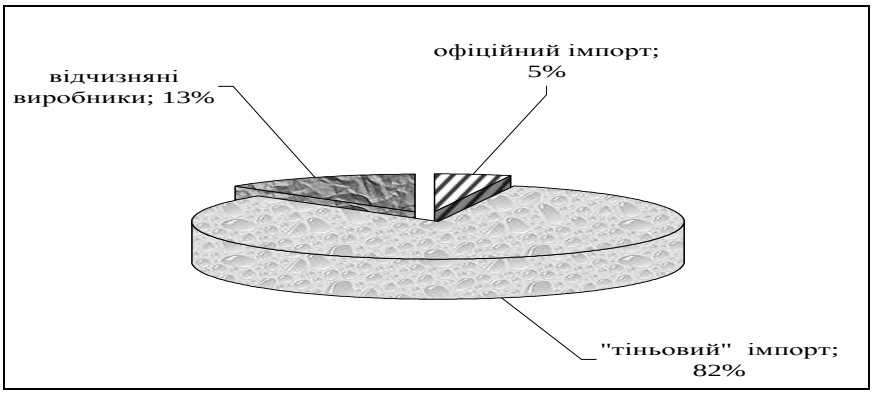

Рис. 2. Структура внутрішнього ринку легкої промисловості України [***]

[***] Розраховано автором на основі даних Української асоціації підприємств легкої промисловості

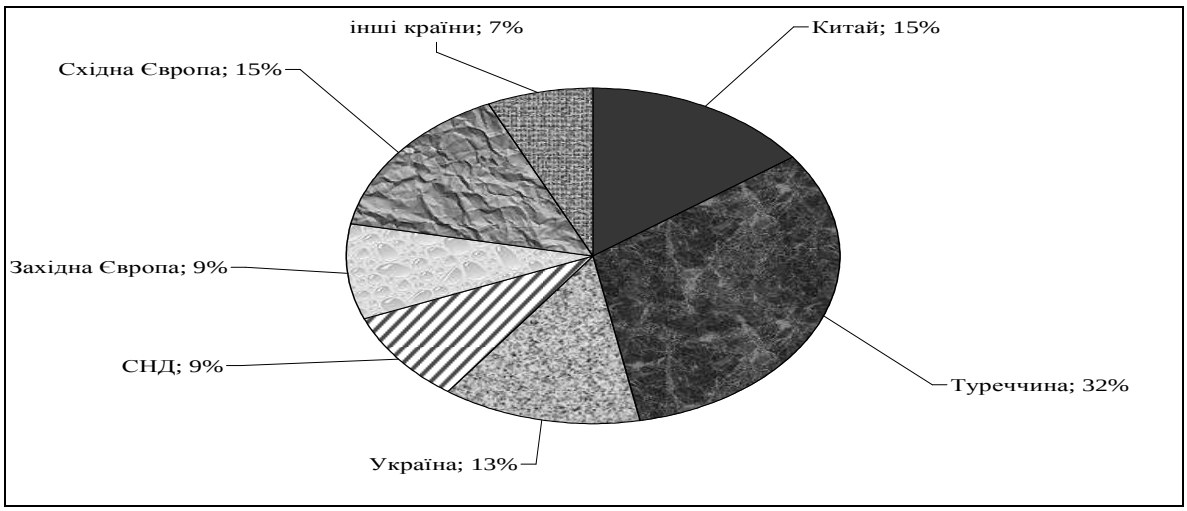

Рис. 3. Країни - виробники продукції легкої промисловості України

Рівень доходів – ось головна причина навантаження українського ринку китайськими та турецькими виробами. Після 2008р. доходи швачок сильно впали, і поки в м. Києві тримаються на рівні 306 дол/міс. (за серпень 2010р.), по східних мірках це занадто багато (див. рис.4)

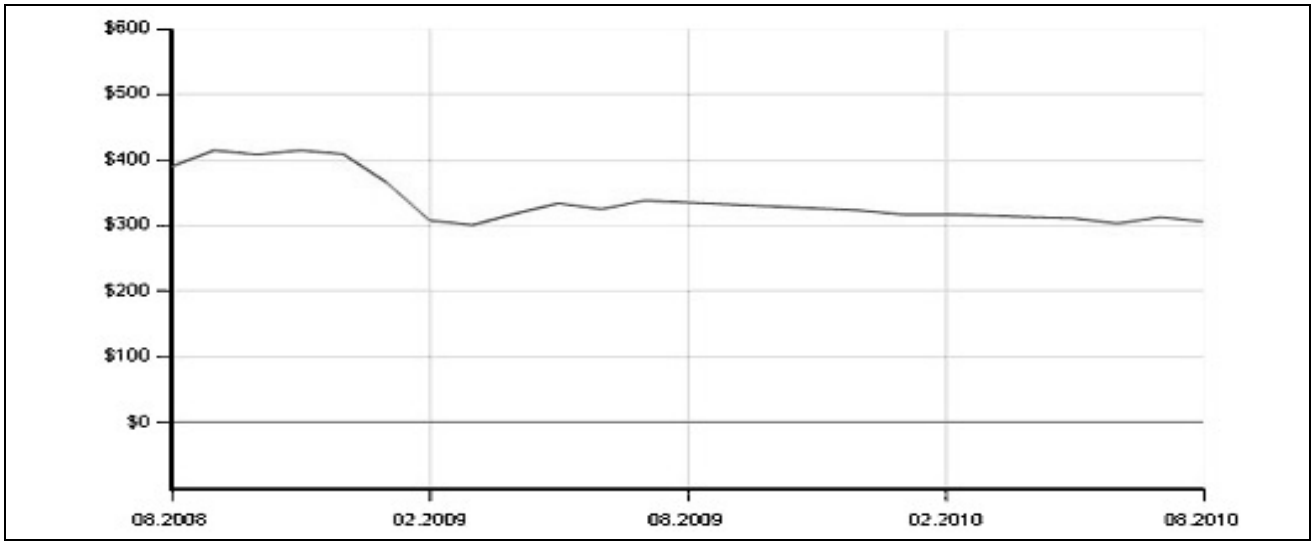

Рис. 4 Динаміка заробітних плат швачок в м. Києві [****]

Для порівняння, середня заробітна плата європейських майстринь - від 300 до 500 євро. Українська кравчиня за місяць одержує 1,5-3 тис. грн. (близько 150-300 євро). Китайські робітниці в середньому на місяць мають близько 60 євро, але їхня продуктивність в 2-3 рази вище, ніж в Україні, що особливо вигідно для замовника. Зважаючи на те, що у швейній промисловості половина собівартості – це матеріали, використана робоча сила, що коштує вдвічі дешевше, тому можна заощадити 20-25%. Щоб конкурувати зі Сходом, українські фабрики знизили ціни, але частка заробітної плати в платежах іноземців однаково досягала 90%.

Для українського виробника дуже важливо зараз відчути впевненість на своєму ринку. Тому для більш кращого розвитку легкої промисловості в Україні пропонуються наступні заходи, які представлені на рис. 3.

По-перше, більшість країн світу імпортує ті товари, яких не має на власному ринку. Крім того, встановлюються квоти на імпорт таких товарів, які виробляються в країні. У нас існує нагальна потреба в розробці таких законів. Потрібно поставити такі умови торгівлі, які захищатимуть український ринок. Наприклад, в магазинах Прибалтики націнка на власну продукцію – 18%, натомість у нас – цілих 20-25%. Що, звісно, і стає головними перешкодами на шляху до реалізації продукції.

По-друге, останнім часом дешева продукція користується попитом у населення, що підсилює конкуренцію з боку дешевих товарів із Туреччини, Китаю. Важливим фактором спаду продажів українських виробників є поява одягу «Секонд-хенд», об'єм ринку якого у 2010р. складає 120 млн. євро. Імпорт «Секонд-хенд», здебільшого 80%, завозиться з Західної Європи.

[****] Розраховано автором за даними www.jooble.com.ua

Рис. 3 Схема заходів щодо покращення розвитку легкої промисловості в Україні

Тому орієнтуватися слід на середній клас, який віддає перевагу якості товару, а не дешевим та не якісним товарам з Китаю. Саме ці громадяни забезпечують основний оборот коштів: адже продажі товарів для цієї групи людей приносять дохід: 60 млн. грн., 15-20 млн. приносять малозабезпечені споживачі і покупці, які купують дорогий модний одяг – витрачають на це 10-15 млн. грн. на рік.

По-третє, крім цього, проблема української легкої промисловості посилюється тим, що в Україні не розвинена система збуту, тому для завантаження потужностей доводиться вдаватися до давальницьких контрактів.

Українські фірми, які не збанкрутіли протягом перехідного періоду, вже встановили прямі зв'язки щодо постачання сировини з західними експортерами. Котон імпортується з Росії, Узбекистану, США, Німеччини, Китаю, Пакистану. Льон – з Росії та Білорусі. Молдова та Німеччина є основними постачальниками хлопку. Шерсть імпортується з Росії, Білорусі, Литви, Англії. Потрібно налагодити нові зв'язки для постачання сировини. Декілька іноземних компаній, постачальників сировини для галузі вже є на українському ринку, з налагодженою системою дистрибуції своєї продукції. Серед них: Ulmia company (Німеччина), Mirolio company (Італія), Holland & Cherry (Англія), Ena Ukrainian-German JV, і Czech-Ukrainian JV Gamayun. Українські компанії Textil-Lux та Eolis є найбільшими місцевими продавцями тканин. Вони імпортують тканини з Чехії, Словаків, Італії.

В четвертих, основна проблема вітчизняних підприємств легкої промисловості - відсутність маркетингової стратегії поведінки на ринку, що є результатом нестачі кваліфікованого персоналу. Українські виробники не зовсім знають як управляти фінансами на підприємстві. Тому, зараз постає питання про здійснення перекваліфікації фінансового менеджменту українських фірм, їх ознайомлення з міжнародними стандартами фінансової звітності.

В п'ятих, українські компанії є обмеженими в інвестиціях для впровадження нових технологій на підприємстві. Тому, одним із шляхів розвитку легкої промисловості вбачається оснащення підприємств сучасними технологіями для виробництва конкурентоспроможної продукції та успішного просування товарів на внутрішньому ринку України.

Інвестиційна привабливість підприємств легкої промисловості в розміщенні капіталу (у вигляді фінансів, устаткування, сировини) полягає у швидкій окупності вкладень, завдяки малим строкам виробництва й реалізації продукції, у швидкому переформуванні асортиментів, наявності місцевих сировинних ресурсів (вовна, льон, шкірсировина) і в потенційній місткості ринку України.

Висновки. Легка промисловість є найважливішою галуззю, що спеціалізується на випуску непродовольчих товарів народного споживання. Проведений аналіз свідчить, що легка промисловість України знаходиться з занепаді у наслідок неефективної законодавчої бази України, мало завантаженими виробничими потужностями (морально застаріле обладнання), нестачі кваліфікованого персоналу, завантаження ринку