

**ПРОБЛЕМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ СТІЙКОСТІ  
ПІДПРИЄМСТВ ШВЕЙНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ В УМОВАХ  
ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ**

***Резюме:** Обґрунтовано актуальність досліджень у сфері забезпечення економічної стійкості підприємств, детально проаналізовано основні проблеми сталого розвитку підприємств швейної промисловості на галузевому рівні, оцінено потенційні можливості та інвестиційну привабливість галузі, а також виявлено ступінь кризи вітчизняних товаровиробників.*

***Ключові слова:** економічна стійкість, давальницькі схеми, швейна промисловість, криза розвитку, інвестиційна привабливість галузі, інтеграція у світовий економічний простір, конкурентоспроможність.*

Євроінтеграційні процеси та вступ України до СОТ значно посилюють вплив зовнішнього середовища на діяльність вітчизняних товаровиробників, перетворюють його на головний чинник, який обумовлює зміни в стратегії, тактиці та діловій політиці їхньої діяльності, вимагає адаптації кожного окремого суб'єкта підприємницької діяльності до нового середовища і нових умов господарювання. Зміна підходу до діяльності фірми полягає у відмові від принципу „виробляти те, що можемо, і продавати те, що виробляємо” і переходу до „виробляти те, що потрібно ринку, те, що знаходить платоспроможний попит”, тобто, диктат виробника має змінитися на диктат споживача. Звідси, якщо основні принципи функціонування підприємства не будуть приведені до вимог світового ринку, це може спровокувати негативні наслідки, а саме: скорочення обсягів реалізації продукції, зменшення частки ринку; зниження рівня рентабельності, зростання собівартості продукції; згортання виробництва, поглиблення кризового стану, внаслідок чого підприємство стає фінансово неплатоспроможним і опиняється на межі банкрутства. Тому актуальною є проблема забезпечення економічної стійкості

підприємств як ключового елемента підтримки довгострокових конкурентних переваг та зміцнення власних позицій на внутрішньому та міжнародному ринках.

Аналіз останніх досліджень щодо забезпечення економічної стійкості вітчизняних підприємств показав, що в Україні ця проблема практично не вивчається. Основна увага більшості науковців зосереджена на забезпеченні економічної безпеки на рівні держави та антикризовому управлінню на рівні підприємства. Останнє стає необхідним тоді, коли підприємство вже опинилося на межі банкрутства і знаходиться у стані фінансової небезпеки. Проблема забезпечення та підтримки економічної стійкості суб'єктів господарювання вирішується епізодично, таким дослідженням не вистачає комплексності, майже відсутній понятійний (категорійний) апарат.

Метою дослідження є аналіз проблем забезпечення економічної стійкості підприємств швейної промисловості в контексті підвищення конкурентоспроможності товарів та виявлення основних тенденцій розвитку ринку швейної промисловості в умовах євроінтеграції. Актуальність наукових пошуків у сфері встановлення економічної стійкості швейної промисловості полягає в тому, що потенційно високорентабельна галузь із швидкою віддачею вкладених інвестицій, яка покликана забезпечувати потреби населення у товарах першої необхідності, знаходиться у стані затяжної стагнації. І це поряд з тим, що швейна індустрія має значні перспективи зростання. Пріоритетність галузі для національної економіки країни визначається, передусім, великою місткістю внутрішнього ринку товарів швейної промисловості (близько 40-50 млрд. гривень щороку); постійним зростаючим попитом на одяг. Серед інших пріоритетів можна виокремити: високий рівень доданої вартості (до 50 відсотків), що створюється у процесі виробництва; швидкий обіг капіталу (за цим показником легка промисловість поступається лише виробництву продуктів харчування); використання сировини та напівфабрикатів вітчизняного виробництва, а саме шкіри, вовни, льону, хімічних матеріалів, що в свою чергу зменшить залежність товаровиробників від іноземної сировини;

низька енергоємність виробництва (1-3% валових витрат) та незначний вплив на довкілля; наявність висококваліфікованої робочої сили.

Проблема забезпечення та підтримки економічної стійкості в умовах євроінтеграційних процесів та вступу до СОТ особливої актуальності набуває в малому та середньому бізнесі. Великі промислові компанії, корпорації, фінансово-промислові групи для підтримки сталого розвитку ефективно використовують такі способи адаптації до впливів зовнішнього середовища як диференціація продукції, робіт, послуг, розширення ринкового співробітництва, диверсифікація видів діяльності та вихід на нові ринки, оптимізація структури основних виробничих фондів, зміна організаційно-правових форм підприємства тощо. Суб'єкти ж малого підприємництва не володіють таким широким спектром адаптивних можливостей і будь-яка зміна одного з параметрів зовнішнього середовища може бути для них критичною.

Україна має один з найбільших у Європі комплекс підприємств легкої промисловості (визначальною складовою якої є швейна галузь), яка є індикатором соціального та економічного розвитку країни та впливає на стан національної безпеки держави. Нині, легка промисловість є багатогалузевим комплексом, який охоплює 17 підгалузей та нараховує понад 10 тис. підприємств. Практично усі підприємства даної галузі приватизовані і мають статус різних форм власності (акціонерна, колективна, приватна тощо). Частка підприємств, що перебувають у державній власності, становить менше 1%. В легкій промисловості на даний період зайнято близько 5% чисельності усіх працюючих у промисловості [4, с. 32].

Дослідження проблем забезпечення стійкого розвитку підприємств сектору пошиття одягу доцільно розпочати із стислої історичної довідки. Швейна промисловість традиційно зорієнтована на виробництво продукції для споживачів внутрішнього ринку. Однак кризові явища 90-х років, відсутність власної сировинної бази, недоступність банківських кредитів, низька платоспроможність населення змусили підприємства шукати ринок збуту в інших країнах. Вітчизняні фабрики в результаті гіперінфляції втратили обігові

кошти, через економічну недоцільність розірвали зв'язки з сировинними партнерами та суміжниками по галузі. Наслідком таких змін став різкий спад виробництва в середньому на 400-500%. Значна частика швейних підприємств стали збитковими, інші взагалі припинили свою діяльність. Частковим виходом з кризи став перехід на так звані давальницькі (толінгові) схеми, за якими наші підприємства працюють й досі. За різними оцінками, від 70 до 95% швейної продукції в Україні виготовляється за контрактами з іноземними фірмами. Замовники – компанії з країн Європи та Північної Америки – надають українським підприємствам свій матеріал та власні моделі, оплачуючи за місцем виробництва лише трудові витрати. Широке застосування такої співпраці українськими виробниками застосовуються як вимушених захід задля того, щоб підтримувати власне виробництво та продовжувати діяльність в умовах жорсткої конкуренції з боку масового напливу дешевого одягу з країн Південно-Східної Азії. Робота за давальницькими схемами дозволила українським швейникам отримувати, по-перше, стабільний (хоча і досить незначний, і, як правило, нерегулярний) дохід, по-друге, постійно завантажувати виробничі потужності та виплачувати заробітну плату, по-третє, підвищити кваліфікацію працівників, оскільки вимоги до якості швейної продукції у закордонних замовників значно вищі, ніж у внутрішніх споживачів; по-четверте, підняти рівень технологічної культури, здійснити технічне переозброєння та впровадити новітні технології, що відповідають вимогам швидкоплинної моди. Поряд з усіма перевагами такої співпраці це зробило вітчизняні фабрики вразливими до роботи в масштабах світової економіки. Ключовим фактором є відсутність досвіду роботи на міжнародних ринках, оскільки усі функції з реалізації та просування швейних виробів до споживачів брали на себе самі замовники. І хоча продукція вітчизняних швейних підприємств користується попитом на зарубіжних ринках і здатна скласти конкуренцію аналогічним товарам, проте, вона більш відома покупцям під торговельною маркою великих іноземних компаній швейної індустрії. Отже, самостійно захопити ринкову нішу, здійснюючи поставки одягу на світові

ринки, але вже під власними торговельними марками, українським товаровиробникам буде важким завданням.

Аналіз ринків швейної продукції показав, що основною тенденцією на них є зростання гострої невідповідності між потенційними можливостями учасників ринку та реальним станом справ у галузі. І це, незважаючи на те, що швейна промисловість є однією з найбільш привабливих з точки зору інвестицій та прибутковості галузей економіки України. Зокрема, експерти стверджують, що ринок одягу займає третє місце за дохідністю після алкогольного та тютюнового, а перспектива щорічного розвитку становить 20-25% [3]. У багатьох країнах післявоєнного “економічного дива” саме швейна промисловість була основою відродження національної економіки. Так сталося в Японії, Китаї, Південній Кореї, Італії, де домінуючу роль в їхньому розвитку відіграла виважена урядова політика щодо підтримки галузі. Це дає підстави стверджувати, що відсутність системного підходу щодо державного регулювання розвитку підприємств швейної промисловості, їхньої підтримки спричиняє невинуватено повільний розвиток галузі і серйозні диспропорції між якісними і ціновими показниками товарів на внутрішньому ринку. Усе це спричиняє ситуацію, коли більшість громадян змушена купувати дешевий одяг сумнівної якості. Звичайно, це гальмує розвиток як вітчизняних товаровиробників, так і галузі в цілому і, як наслідок, стає перешкодою для приходу іноземних інвесторів. Саме тому серед галузей економіки України, які найбільш привабили інвесторів в 2006 році, швейної промисловості не було. Традиційно, значні обсяги інвестицій були спрямовані на підприємств харчової промисловості та з переробки сільськогосподарських продуктів, металургії та обробки металу, хімічної і нафтохімічної промисловості, а також машинобудування. Офіційні обсяги інвестицій в сектор пошиття одягу в країні дуже низькі. Найбільшого значення цей показник здобув у 2004 р. та становив біля 15 млн. грн., що значно нижче суми, якою характеризують середньорічний обсяг інвестування сектора (40 млн. дол. США) [4, с. 34]. Слід також відмітити, що значна частина прямих іноземних інвестицій, які надходять у швейну

промисловість, спрямовується на реалізацію давальницьких схем в основному на технологічне оновлення виробництва. Проте, їх розмір є невеликими, що практично не забезпечують необхідного рівня відтворення основних виробничих фондів галузі.

Отже, для забезпечення поступального сталого розвитку та економічного зростання швейної промисловості необхідно створити умови для приходу на ринок інвесторів. Саме пошук останніх і буде пріоритетним завданням Міжнародного експертного центру інвестиційної привабливості швейної галузі України, створення якого ініційовано фабрикою ЗАТ “Каштан” та низкою іноземних партнерів компанії, серед яких є світові галузеві лідери [4]. Діяльність такої структури дозволить поєднати інтереси західних інвесторів та зацікавлених у фінансових вливаннях вітчизняних підприємств та здійснювати координацію їх взаємодії. Завдяки такій співпраці чимало фабрик зможуть вирішити проблеми модернізації виробництва, вийти на нові ринки збуту, оновити асортимент і розширити присутність власної продукції на внутрішньому ринку, зокрема, шляхом створення дизайнерських центрів, виведення оригінальних торгових марок та розвитку фірмової торгівлі.

Особливо гостро проблема забезпечення та підтримки економічної стійкості підприємств швейної промисловості постає в умовах активізації інтеграційних процесів, оскільки лише економічно стійке підприємство з сильною внутрішньою структурою зможе пристосуватися до змін, ефективно використати сприятливі можливості, отримані в результаті роботи в межах світового економічного простору, і вийти як повноправний учасник на міжнародні ринки з конкурентоспроможним продуктом. Основна передумова стійкості суб'єкта господарювання є досягнення оптимальної величини прибутку, достатнього для подальшого розвитку підприємства на основі самофінансування і формування власного оборотного капіталу в розмірах, які дозволяють забезпечити високі темпи росту обсягів продажу продукції (виконання робіт, надання послуг) на рівні не нижчому, ніж у конкурентів. Стає

очевидним, що лібералізація зовнішньої торгівлі складає реальну загрозу для вітчизняних підприємств швейної промисловості.

Результати дослідження проблем розвитку підприємств швейної промисловості показали, що основними чинниками, які обумовлюють кризові явища та послаблюють їх економічну стійкість є:

- застаріла матеріально-технічна база підприємств, а саме, висока фізична зношеність та моральне старіння технологічного устаткування;

- відсутність виробництва спеціалізованого технологічного устаткування для виготовлення товарів легкої промисловості, а також комплектуючих матеріалів та запасних частин до нього. Зокрема, в Україні виготовляється близько 2% обладнання, призначеного для швейного виробництва. Разом з тим, підвищенню технічного рівня виробництва та збільшенню випуску конкурентоспроможної продукції значною мірою перешкоджає необхідність сплати ПДВ при здійсненні операцій ввезення на митну територію України технологічного обладнання;

- відсутність належної сировинної бази. Відомо, найпотужнішим маркетинговим чинником у торгівлі швейними виробами є мода.. Розвиток моди відбувається за рахунок новітніх технологій, зокрема в тканинах. З'являється нова фактура тканин, обробка швів, навіть техніка шиття. Проблемою швейних підприємств, яка стримує створення конкурентоспроможної продукції, є відсутність у номенклатурі вітчизняних текстильних виробників необхідного за фактурою та кольоровою гамою асортименту тканин, їх все ще невідповідну європейській якість, завищену ціну та неналежну дисципліну поставок, і, як наслідок, висока залежність від закордонних постачальників тканин;

- кадрові проблеми. Як показує аналіз, серед підприємств швейної промисловості спостерігається висока плинність кадрів, особливо молодих, в основному через низьку оплату праці, низький технічний рівень виробництва, низьку мотивацію;

- відсутність ефективного власника. На початку 90-х років власниками більшості швейних фабрик стали трудові колективи, які намагалися «зберегти все, як було раніше». Проте суттєві зміни в середовищі функціонування вимагали проведення радикальної реструктуризації та пристосування до нових умов і структури попиту. Пізніше продаж здійснювався переважно за приватизаційні майнові та компенсаційні сертифікати, причому метою міні-інвесторів був не стільки вплив на діяльність об'єкта приватизації, скільки отримання прав власності на частку майна. Це призвело до розпорошення власності та фактичної некерованості підприємства. Лише після 2000 року через процедури банкрутства та конкурсного продажу контрольних пакетів акцій, інвестори отримали можливість реально управляти підприємством. Слід помітити, що процес зміни власності і досі відбувається вкрай повільно;

- нерозвинута індустрія моди в Україні. Головною особливістю українського споживача є те, що не маючи достатньої кількості коштів на постійне оновлення свого гардеробу, він прагне купувати якомога більш функціональний одяг. Як наслідок, він обережно ставиться до змін у моді. Саме це стає головною причиною того, що при створенні колекцій для масового тиражування, вітчизняні модельєри використовують щонайбільше 20-30% нових модних деталей, тоді як у всьому світі практична мода використовує 40-50% ідей «від кутюр». Світові творці моди щорічно створюють 10-15 колекцій для широкого споживання [7, с. 74];

- жорстка конкуренція з боку імпортованих товарів, що ввозяться за демпінговими цінами та контрабандно. Швейна промисловість як жодна з інших галузей промисловості працює за надзвичайно несприятливих умов внутрішнього ринку, що обумовлено експансією імпортованих товарів, яка набула загрозливих розмірів. Так, за даними Асоціації легкої промисловості України їх доля сягає 80% українського ринку одягу. Таким чином, вітчизняна швейна галузь змушена вести гостру боротьбу з країнами Південно-Східної Азії (Китай, Індія, Пакистан). Конкурентними перевагами азіатських виробників є низькі витрати на оплату праці (2-3% собівартості готового виробу), висока

продуктивність праці, наявність власної сировинної бази [7, с. 78]. Якщо взяти до уваги ще й той факт, що готовий одяг ввозиться за зниженими інвойсними цінами, що в свою чергу, зводить до нуля витрати на сплату мита та податків, то імпортний виріб є приблизно на 25-30% дешевший за аналогічний товар вітчизняного виробника. Тоді як українські швейні фабрики змушені працювати за умов світових цін на сировину, матеріали та устаткування, які формують 65-80% собівартості продукції, оплата праці становить 10-20%, накладні витрати (орендна плата, амортизаційні відрахування, відсотки за кредит тощо) сягають 30% витрат на виготовлення одиниці продукції [5, с. 48]. За цих умов швейні підприємства практично не мають можливості реалізувати свою продукцію за рентабельною ціною;

- слабо розвинута логістична інфраструктура сектора, що ускладнює реалізацію готової продукції. Якщо раніше, в системі планового господарства, був налагоджений класичний ланцюжок «виробник – гуртовик - роздріб», то зараз гуртова торгівля на внутрішньому ринку практично відсутня. Внаслідок утвердження давальницьких схем роботи швейних підприємств, роздрібна магазина торгівля виявилася непотрібною і після приватизації практично зникла. Швейні підприємства за браком практичного досвіду реалізації продукції в нових ринкових умовах потребували посередника, який би зміг заповнити розрив, що утворився між виробниками та споживачами готового одягу. Цю функцію на себе взяли великі оператори ринку тканин, які володіли власною торгівельною мережею. Згодом у цей бізнес почав надходити капітал з інших галузей (навіть, часто зовсім не сумісних з сектором пошиття одягу), проте успішності роботи цих структур став на заваді відсутність досвіду у сфері реалізації швейних виробів. Проте, слід зазначити, що кількість таких гуртовиків на ринку незначна. Нині гуртова ланка переважно представлена імпортерами швейних виробів, з якими гостро конкурує вітчизняна швейна промисловість. Великі імпортери самі виконують роль гуртовиків, а дрібні – працюють безпосередньо з продавцями на ринках.

Для підприємств, які орієнтуються на масового споживача і працюють в середньому та низькому цінових сегментах ринку одягу, найбільш доступними є роздрібні точки продажу, які можуть бути представлені як великими операторами ринку, так і приватними підприємцями, що займаються дрібною роздрібною торгівлею. Роздрібні продавці здатні забезпечити зростаючі обсяги реалізації швейних виробів, оскільки вони працюють в наймасовіших точках продажу. Човниково-базарний канал здатний забезпечити мінімальну націнку (40-60%), через що товар є більш привабливим з точки зору цінового фактору для пересічного споживача [4, с. 35]. Проте, невтішним є той факт, що в структурі представленого на речових ринках асортименту одягу частка швейних виробів вітчизняного виробництва є вкрай низькою через домінування більш дешевих імпортованих товарів сумнівної якості. Співпраця з продавцями на ринках не завжди є вигідною для виробників, оскільки торговці, як правило, закупають невеликі за обсягом партії товарів і частота таких замовлень здійснюються досить нерегулярно. Альтернативним каналом збуту швейних виробів є участь у виставках-ярмарках, які стали традиційними заходами, що реалізуються в руслі політики уряду України щодо підтримки вітчизняного виробника.

Отже, фінансовий стан та економічна стійкість швейних підприємств сьогодні поставлені у залежність, передусім, від спроможності укріпити власні позиції на внутрішньому ринку. Сьогодні ця проблема актуалізується ще й вступом України в СОТ та формуванням зони вільної торгівлі, що обумовить значно жорсткіші умови конкуренції на внутрішньому ринку.

Таким чином, проведений аналіз свідчить, що основною умовою підвищення конкурентоспроможності виробництва швейної продукції та подолання кризових явищ на підприємствах є забезпечення їхньої економічної стійкості. Умовою ефективного функціонування таких підприємств має стати виважена політика держави, направлена на забезпечення розвитку галузі на основі прийняття комплексної програми інноваційного розвитку швейної промисловості, підтримки товаровиробника, що дозволить зміцнити позиції

вітчизняних підприємств та витіснити з внутрішнього ринку товари низької якості, завоювати нові ринкові ніші і вийти на міжнародні ринки з якісним конкурентоспроможним продуктом.

### **Використана література**

1. Бараненко С.П., Шеметов В.В. Стратегическая устойчивость предприятия. – М.: ЗАО Центрполиграф, 2004. – 493 с.
2. Василенко В.А. Выбор типа моделей управления устойчивым развитием организации // Актуальні проблеми економіки. – 2005. – №1 (43). – С. 137-146.
3. Діагностика сектору пошиття одягу України за період 2000-2005 р.р. Проект USAID/БІЗПРО /<http://www.bizpro.org.ua>.
4. Замороко Т. Інтеграція до СОТ – наслідки для легкої промисловості // Маркетинг в Україні. – 2005. – №4. – С. 31-36.
5. Лабурцева О. Маркетингове дослідження українського ринку текстильних виробів: сучасний стан, проблеми, перспективи // Маркетинг в Україні. – 2006. – № 6. – С.45-51.
6. Паливода О.М. Управління інвестиційними перетвореннями на підприємствах легкої промисловості: проблеми та шляхи вирішення // Актуальні проблеми економіки. – 2007. – № 9 (75). – С. 101-109.
7. Ромусік Я.В. Світові тенденції розвитку легкої промисловості // Актуальні проблеми економіки. – 2004. – № 2 (56). – С. 74-84.