

ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ШВЕЙНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ

Україна має один з найбільших у Європі комплекс підприємств легкої промисловості, і це в економіці України залишається важливою ланкою, яка вирішальною мірою визначає соціально-економічне становище суспільства та національну безпеку держави. Пріоритетність галузі для національної економіки країни визначається: великою ємністю внутрішнього ринку товарів швейної промисловості (близько 40-50 млрд. гривень щороку); високим рівнем доданої вартості (до 50 відсотків), що створюється у процесі виробництва товарів; швидким обігом капіталу, адже за цим показником легка промисловість поступається лише виробництву продуктів харчування; використанням сировини та напівфабрикатів вітчизняного виробництва, а саме шкіри, вовни, льону, хімічних матеріалів, що в свою чергу зменшить залежність товаровиробників від іноземної сировини; низькою енергоємністю виробництва (1-3 відсотка валових витрат) та незначним впливом на довкілля; наявністю висококваліфікованих кадрів в усіх регіонах.

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 [2]. Широке застосування толінгових схем співпраці українськими виробниками застосовуються як вимушений 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.

Основна тенденція розвитку ринку швейних виробів – зростання гострої невідповідності між потенційними можливостями учасників ринку та реальним станом справ у галузі. І це попри те, що швейна промисловість є однією з найбільш привабливих з точки зору інвестицій та прибутковості галузей економіки України. Зокрема, деякі спеціалісти стверджують, що ринок одягу займає третє місце за дохідністю після алкогольного та тютюнового, а перспектива щорічного розвитку становить 20-25%. У багатьох країнах післявоєнного “економічного дива” саме швейна промисловість була основою відродження національної економіки. Так сталося в Японії, Китаї, Південній Кореї, Італії.

Однак, відсутність системного підходу щодо державного регулювання на рівні галузі спричиняє її невиправдано повільний розвиток 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 перепорою для приходу іноземних інвесторів. Саме тому серед галузей промисловості, які

найбільш привабили іноземних інвесторів в 2006 році, швейної промисловості не було. Традиційно, інтерес інвесторів викликали підприємства харчової промисловості та з переробки сільськогосподарських продуктів, металургії та обробки металу, хімічної і нафтохімічної промисловості та машинобудування. Офіційні обсяги інвестицій в сектор пошиття одягу в країні дуже низькі, при чому значна частина яких спрямована на реалізацію давальницьких схем. 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) [3].

Зважаючи на численні проблеми, що існують у секторі пошиття одягу, про прибутковість швейної промисловості можна говорити лише у майбутньому. Проте, за посиленої участі держави в процесах становлення та відродження вітчизняної промисловості можливо подолати затяжну стагнацію, в якій опинилася галузь після утвердження ринкових умов господарювання. Зміцнення позицій швейних фабрик дозволить витіснити з внутрішнього ринку товари низької якості, завоювати нові ринкові ніші та вийти як повноправний учасник на міжнародні ринки з конкурентоспроможним продуктом.

Література

- 1. Бицюра Ю. До проблем визначення понять сталого економічного зростання та розвитку // Маркетинг в Україні. – 2006. - №5. - С.62-65.*
- 2. Замороко Т. Інтеграція до СОТ – наслідки для легкої промисловості // Маркетинг в Україні. – 2005. - №4. – С.31-36.*
- 3. Паливода О.М. Управління інвестиційними перетвореннями на підприємствах легкої промисловості: проблеми та шляхи вирішення // Актуальні проблеми економіки. – 2007. - № 9(75). – С.101-109.*