

Fera-Klemontsa O. Yu.  
Uzhgorod National University

## SCIENTIFIC AND METHODOLOGICAL APPROACHES KOTLER AND ITS INDIVIDUAL FOLLOWERS TO STUDY MARKETING MANAGEMENT

### Summary

The scientific article based on a study of the theoretical foundations of the founder of marketing management Kotler and some Ukrainian scientists Separation of the most important aspects of market research on the demand and commodity market, management decisions in the context of five consecutive stages and three main stages. This definition object and purpose of the category of «marketing management» and copyright improve the scientific nature of this category of economic activity. Their conceptual provisions are still relevant in the current development of the world economy including to Ukraine.

**Key words:** marketing management, marketing research, demand, commodity market, economic activities.

УДК 658.012.4:339.654(477)

Чубар М. М.  
Хмельницький національний університет

## ОСНОВНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ СТРАТЕГІЇ ЕКСПОРТУ ПРОДУКЦІЇ ШВЕЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ ПОДІЛЬСЬКОГО ЕКОНОМІЧНОГО РЕГІОНУ

У роботі автор характеризує перспективну експортну стратегію для швейних підприємств регіону Подільського економічного регіону України для здійснення ними експорту продукції на ринки країн – членів ЄС та СОТ. Автор наводить наявні передумови для розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємств – виробників одягу Подільського економічного регіону, пропонує власний алгоритм здійснення двоетапної експортної стратегії для виходу швейних підприємств регіону на перспективні ринки країн – членів СОТ та ЄС, обґрунтовує перспективність саме ринків країн – членів ЄС для збуту продукції вітчизняного легпрому. Наприкінці статті автор наводить зведені основні характеристики перспективної експортної стратегії для підприємств регіону.

**Ключові слова:** експортний потенціал, експортна стратегія, експортування одягу, толінг, виробничий аутсорсинг, Подільський економічний регіон.

Оскільки дана стаття значною мірою призначена для публікації результатів оригінального дослідження та авторських розробок, представлених у третьому розділі авторської дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук, кількість використаних літературних джерел є обмеженою.

**Постановка проблеми.** Вступ України до СОТ – це фактор, який має як переваги, так і значні недоліки для подальшої діяльності підприємств вітчизняного легпрому. Тому необхідно виявити та охарактеризувати можливу перспективну стра-

тегію для досліджуваних нами швейних підприємств Подільського економічного регіону на перспективних зарубіжних ринках.

**Актуальність дослідження.** Легка промисловість України переживає довготривалу стагнацію, проте так було не завжди. Наприклад, у 1991 р. вартісний обсяг продукції легпрому України складав близько 11% ВВП, в той час як станом на 2013 р. даний показник зменшився до близько 0,5%. Необхідно збільшувати вартісні обсяги збуту продукції легпрому на міжнародному ринку, використовую-

Таблиця 1

### Порівняльний аналіз обсягу реалізації груп товарів – лідерів продукції легкої промисловості та провідних галузей переробної промисловості, 2008-2012 рр.

Роки	Групи товарів легкої промисловості з найбільшими обсягами реалізації; реалізовано, млн дол. США; частка товарів у загальному обсягу зовнішньої торгівлі		Групи товарів переробної промисловості з найбільшими обсягами реалізації; реалізовано, млн дол. США; частка товарів у загальному обсягу зовнішньої торгівлі	
	Експорт	Імпорт	Експорт	Імпорт
2008	Одяг текстильний; 565,98 млн дол.; 0,8%	Взуття та частини взуття; 497,62 млн дол.; 0,6%	Чорні метали; 22954,57 млн дол.; 34,3%	Енергетичні матеріали, нафта та продукти її перегонки; 22831,96 млн дол.; 26,7%
2009	Одяг текстильний; 426,83 млн дол.; 1,1%	Взуття та частини взуття; 226,34 млн дол.; 0,6%	Чорні метали; 10252,5 млн дол.; 25,8%	Енергетичні матеріали, нафта та продукти її перегонки; 14638,73 млн дол.; 32,2%
2010	Одяг текстильний; 420,42 млн дол.; 0,8%	Взуття та частини взуття; 467,77 млн дол.; 0,8%	Чорні метали; 14626,6 млн дол.; 28,4%	Енергетичні матеріали, нафта та продукти її перегонки; 19602,73 млн дол.; 32,3%
2011	Одяг текстильний; 481,7 млн дол.; 0,8%	Взуття та частини взуття; 335,49 млн дол.; 0,4%	Чорні метали; 18466,12 млн дол.; 27,4%	Енергетичні матеріали, нафта та продукти її перегонки; 28605,29 млн дол.; 34,6%
2012	Одяг текстильний; 397,4 млн дол.; 0,6%	Взуття та частини взуття; 757,3 млн дол.; 0,9%	Чорні метали; 15340,43 млн дол.; 18,1%	Енергетичні матеріали, нафта та продукти її перегонки; 26192,81 млн дол.; 30,94%

\* розраховано автором на основі [1]

чи новітні маркетингові технології, ефективні схеми залучення, перерозподілу фінансових ресурсів, пошуку нових клієнтів за кордоном. Для цього потрібно проаналізувати перспективи збільшення ЕПП легпрому, для вибудовування на основі результатів аналізу ефективної експортної стратегії.

**Зв'язок авторського доробку з важливими науковими та практичними завданнями.** Вітчизняні підприємства є повністю конкурентоздатними для забезпечення переробки давальницької сировини (толінгу) іноземних партнерів. Єдине, чого не вистачає підприємствам, – ефективної експортної маркетингової стратегії для самостійного виходу на міжнародний ринок з продукцією під власними торговими марками, з причини того, що, зокрема, чітко не визначені перспективи розвитку ЕПП швейних підприємств регіону.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дана робота базується на даних Державної служби статистики України, результатах статистичного аналізу звітності швейних підприємств регіону, даних економічного видання «Forbes Україна», інтерв'ю підприємців та посадовців Державної пенітенціарної служби України. Також у дослідженні були використані праці таких авторів, як Козка А., Качан Є. П., Луцький І. М. та ін.

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** Ринкові стратегії, які застосовувались швейними підприємствами регіону, можливість імплементації у дані стратегії елементів виробничої кооперації, виробничого аутсорсингу, співпраці з підприємствами Пенітенціарної служби України для забезпечення розвитку експортного потенціалу легпрому регіону системно не дослі-

Таблиця 2

**Загальне обґрунтування наявності експортного потенціалу на підприємствах з виробництва одягу Подільського економічного регіону\***

Базовий факт щодо конфігурації продуктивних сил та виробничих відносин у регіоні	Вплив базового факту на економічне середовище	Висновок щодо наявності позитивного стимулу для появи експортного потенціалу
У регіоні наявні розвинуті аграрні традиції, він є одним з осередків АПК України;	Існує сприятливе середовище для створення на території регіону великих плантацій потрібних для виробництва тканин сільськогосподарських культур	Існують значні можливості для використання на підприємствах виробництва одягу сировини з регіону, що зменшить на них витрати на закупівлю сировини для оптимізації витрат на виробництво експортної продукції;
У регіоні розвинуте нематеріаломістке машинобудування;	Існує сприятливе середовище для здійснення перепрофілювання ремонтних майстерень регіону на обслуговування підприємств з виробництва одягу регіону;	Існують значні можливості для взаємовигідного співробітництва ремонтних майстерень та підприємств з виробництва одягу регіону, що зменшить витрати на технічне обслуговування устаткування та обладнання підприємств з виробництва одягу регіону для досягнення ними експортної конкурентоздатності;
Відносно збалансований розвиток АПК, легкої промисловості та машинобудування в межах одного регіону;	Можливе досягнення синергійного ефекту від компактного розташування підприємств, що можуть набувати довгострокових, взаємовигідних відносин економічної співпраці між собою;	Існують значні можливості утворення між підприємствами згаданих галузей мутуалістичних економічних відносин – укладення довгострокових угод, створення спільних підприємств, кластерних об'єднань з повним циклом виробництва швейної продукції – від вирощування тканинних культур до пошиву, оздоблення та експортування швейних виробів;
На території регіону існує значний рівень безробіття, особливо серед молоді у сільській місцевості;	На території регіону існує великий ринок незадіяної, здатної до швидкого навчання робочої сили, яка, з врахуванням доступності профільної освіти, швидко може набувати потрібної підприємствам з виробництва одягу професійної кваліфікації;	Надлишок дешевої, кваліфікованої, легкозамінної, здатної до адаптації під вимоги конкретного роботодавця робочої сили, в поєднанні з коротким терміном на здобуття таких професій, як швачка, розкрійник тощо, дозволяє підприємствам з виробництва одягу оптимізувати витрати на робочу силу, не втрачаючи її якості, що надає можливості роботодавцям даної галузі здобувати конкурентну перевагу шляхом оптимізації витрат на робочу силу, навіть у випадку самостійного навчання персоналу;
На території регіону існує розгалужена автомагістральна та залізнична транспортна мережа місцевого, регіонального, загальноукраїнського та міжнародного значення;	Регіон надзвичайно вдало територіально розташований та забезпечений транспортною інфраструктурою, необхідною для здійснення швидких внутрішньорегіональних, міжрегіональних та закордонних перевезень сировини і продукції.;	Наявність розвиненої транспортної мережі дозволить підприємствам з виробництва одягу швидко обслуговувати міжнародні контракти, а також оптимізувати витрати на логістику – перевезення сировини, обладнання, персоналу та продукції. Продукція підприємств з виробництва одягу, як правило, придатна до тривалого зберігання, за умови дотримання ряду необхідних для цього вимог;
Регіон характеризується низьким рівнем техногенного забруднення	Низький рівень техногенного забруднення створює умови для можливості вирощування на території регіону високоякісної рослинної сировини для виробництва тканин, створює підприємствам «екологічно дружній» імідж, відкриває можливості для широкого застосування на підприємствах з виробництва одягу мало- та безвідходних, енергоефективних, «зелених» технологій виробництва	Використання згаданих технологій дозволить підприємствам з виробництва одягу набувати конкурентних переваг на міжнародних ринках шляхом реалізації власної продукції споживачам, для яких важливою характеристикою виробу є його екологічність, а також шляхом оптимізації витрат на енергоресурси, сировину та матеріали.

\* Розроблено автором з використанням базових фактів про Подільський економічний регіон у джерелах [2, с. 557-562; 3, с. 408-425]. Вплив базових фактів на економічне середовище, а також висновки щодо наявності позитивних стимулів для розвитку ЕПП даної галузі розроблено автором.

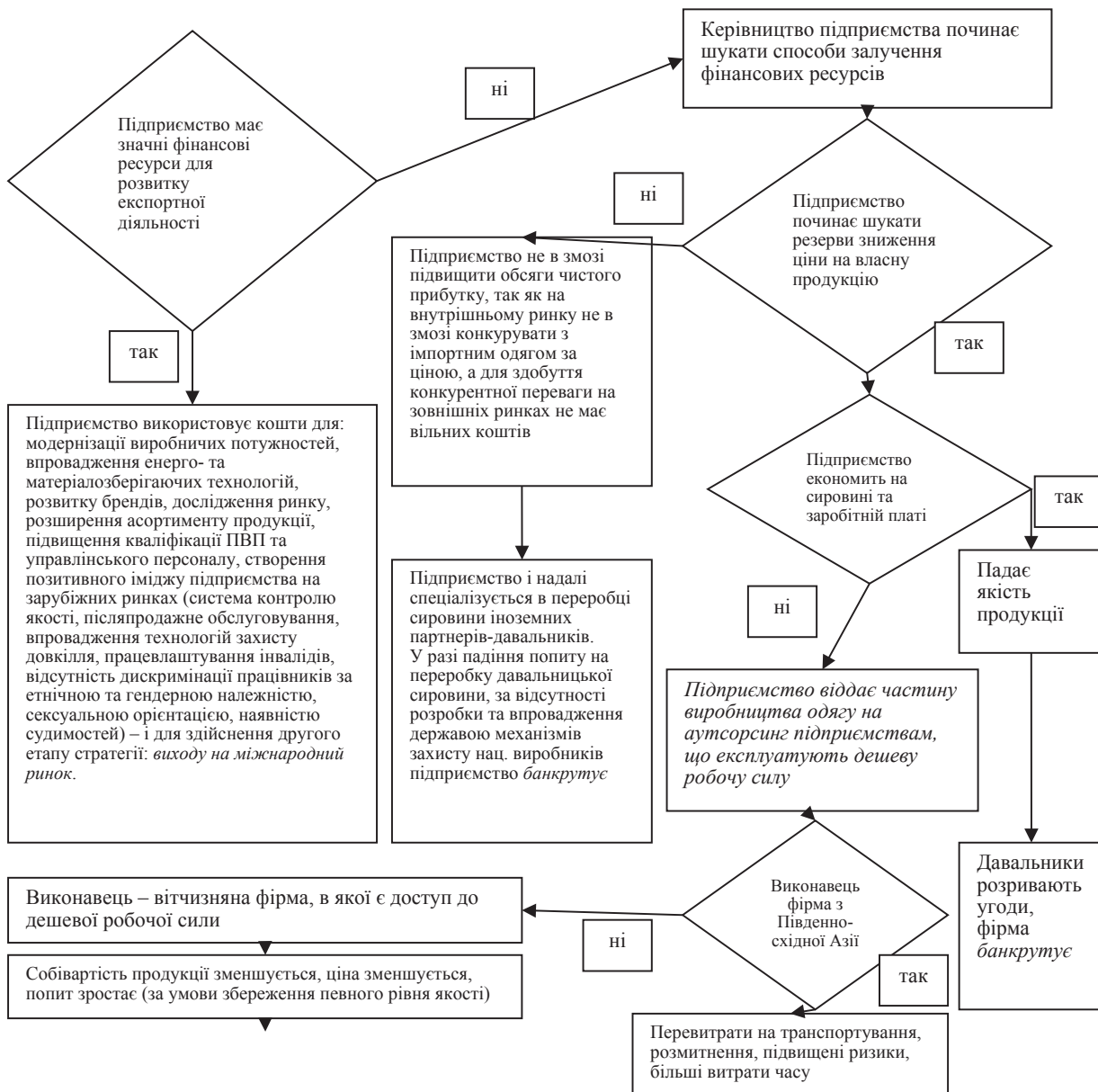


Рис. 1. Базовий алгоритм виконання першого етапу експортної стратегії вітчизняного швейного підприємства

джувались, що в умовах членства України в СОТ позбавляє легпром наукової основи для використання перспектив підвищення ЕПП регіону.

**Наукова новизна.** Полягає в поглибленому, системному аналізі перспектив підвищення ЕПП легпрому регіону в умовах членства України в СОТ.

**Методологічне або загальнонаукове значення.** Можливість повернути вітчизняному легпрому лідерські позиції серед економічних галузей, підприємства, в яких виробляють продукцію на експорт, за допомогою розробки ефективної експортної стратегії для підприємств легпрому.

**Викладення основного матеріалу.** Якщо проаналізувати становище вітчизняної легкої промисловості за 2008-2012 рр., то спостерігаємо ситуацію, яку наведено у таблиці 1.

На основі даних результатів аналізу ЗЕД легкої промисловості, викладених у двох попередніх таблицях, можна зробити декілька висновків про динаміку розвитку галузі в цілому за період 2008-2012 рр.

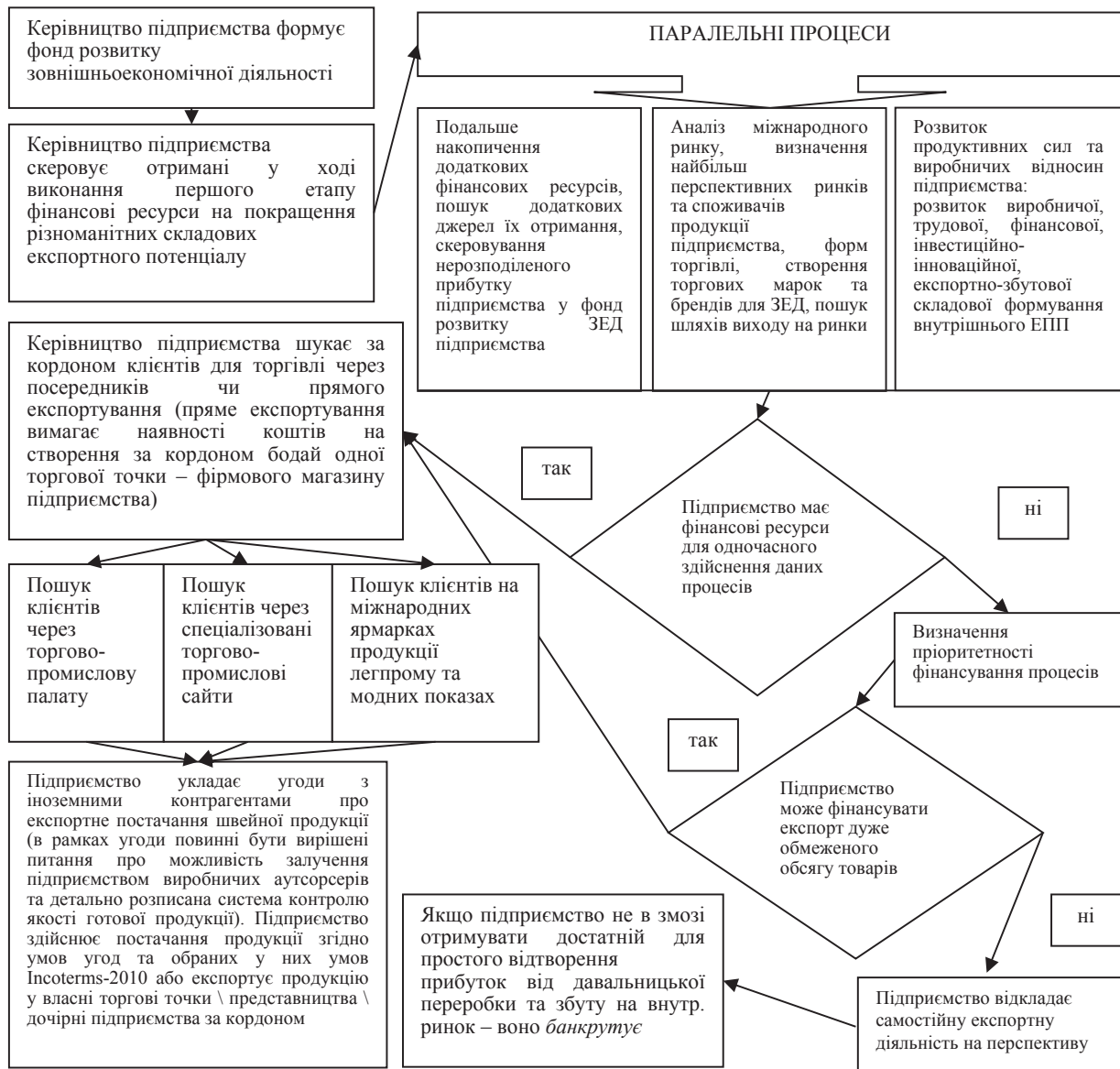
Негативне зовнішньоторгівельне сальдо легкої промисловості, демонструючи у період 2008-

2012 рр. почергове зростання та спадання, в 2012 р. продемонструвало переважання імпортування виробів легкої промисловості над їх експортуванням на 2509,24 млн дол. (у 2008 імпорт переважав над експортом на 1340,61 млн дол.). Це дозволяє зробити висновок про відсутність усунення негативних тенденцій у галузі за перші 5 років членства України в СОТ, а в окремих випадках – їх подальше погіршення.

Частка продукції вітчизняної легкої промисловості у загальному обсязі експорту країни стабільно продовжує падати – з 2,3% у 2008 р. до 1,6% у 2013 р. Таким чином, вітчизняна легка промисловість продовжує втрачати позиції.

Серед продукції легкої промисловості найбільш експортоспроможним виявився текстильний одяг: 565,98 млн дол. або 0,8% від обсягів експорту в 2008 р. та 397,4 млн дол. або 0,6% у 2012 р., відповідно.

Таким чином, загальною тенденцією для ЗЕД легкої промисловості є зниження обсягів та експортних часток найбільш експортоздатних у ана-



**Рис. 2. Базовий алгоритм виконання другого етапу експортної стратегії вітчизняного швейного підприємства**

\* Розроблено автором

лізований період 2008-2012 рр. товарів легкої промисловості, за одночасного збільшення відповідних показників найбільш імпортованих товарів легкої промисловості, що зайвий раз підтверджує різку втрату вітчизняними товаровиробниками даної галузі позицій на внутрішньому та зовнішньому ринках.

За умов вищеописаної стагнації в галузі, наявність ЕПП у даному регіоні обумовлюється наступними чинниками, зазначеними у таблиці 2.

Поряд із усіма вищевказаними економічними умовами, Подільський регіон є реципієнтом дотацій з державного бюджету України, характеризується низьким рівнем надходження іноземних інвестицій та низьким рівнем експортування продукції. З усього вищевказаного можна зробити висновок про сутність Подільського економічного регіону як економічної системи з надзвичайно значним, проте не використовуваним економічним та, особливо, експортним потенціалом для підприємств з виробництва одягу.

Автором було проаналізовано операційно-збутову діяльність шести швейних підприємств По-

дільського економічного регіону: ПАТ «Володарка» (м. Вінниця), ПАТ «Хмельницька швейна фабрика «Лілея» (м. Хмельник), ПАТ «Аліса» (м. Могилів-Подільський), ТЗДВ «Галія» (м. Тернопіль), ПАТ «Горинь» (м. Славути), ПрАТ «Хмельницьклегпром» (м. Хмельницький).

Для даної множини підприємств є характерним діяти у надзвичайно складних економічних умовах кризового та посткризового періоду вітчизняної економіки, що робить переробку зарубіжної давальницької сировини оптимальною стратегією економічної діяльності. Підприємства здійснюють переробку давальницької сировини без заздалегідь визначеної стратегії розвитку даної діяльності, керуючись випадковими контрагентами.

В кризовій ситуації підприємства застосували одну з трьох стратегій адаптації власної експортної діяльності під зменшення попиту на власну продукцію (послуги): зміна основних ринків збуту, пошук можливостей для розширення співпраці з перевіреними замовниками, а також комбінування перших двох стратегій.

<b>Економічний рівень застосування стратегії</b>	→	Дана стратегія розрахована на застосування на мікроекономічному рівні (підприємство), проте передбачає кооперацію між фірмами (мезорівень);
<b>Економічно-господарський об'єкт застосування стратегії</b>	→	Стратегія передбачається до застосування на підприємствах з виробництва іншого верхнього одягу, що займаються його експортом на основі договорів на переробку давальницької сировини;
<b>Територіальне обмеження застосування стратегії</b>	→	Застосовуватиметься на швейних підприємствах Подільського економічного регіону в процесі їх виходу на ринки країн-членів СОТ;
<b>Правове обмеження застосування стратегії</b>	→	Стратегія повинна бути законною до застосування відповідно до чинного законодавства України, міжнародних договорів та права СОТ та її країн-членів
<b>Економічні умови застосування стратегії</b>	→	Застосовуватиметься на швейних підприємствах Подільського економічного регіону в процесі їх виходу на ринки країн-членів СОТ;
<b>Територіальне обмеження застосування стратегії</b>	→	Найбільш перспективні відповідно до поточних виробничо-збутових можливостей підприємства ринки країн-членів СОТ (умови виходу на ринок, місткість ринку, конкурентність ринку, динаміка розвитку ринку тощо);
<b>Тип конкурентної переваги, що має забезпечувати стратегія</b>	→	Перевага за собівартістю виробництва продукції за рахунок експлуатації дешевої робочої сили без втрат якості продукції шляхом впровадження системи тотального багатоступінчастого контролю якості виробництва;
<b>Масштаб застосування стратегії на підприємстві</b>	→	Корпоративний (загальна стратегія підприємства) або діловий (стратегія на рівні одного з напрямків бізнес-активності підприємства) рівень – в залежності від експорторієнтованості конкретного підприємства. Також існує можливість набути деяких конкурентних переваг для брендів одягу підприємства;
<b>Застосування стратегії у різних часових періодах</b>	→	Короткостроковий – зниження собівартості виробництва; Середньостроковий – розширення клієнтської бази, реінвестування коштів; Довгостроковий – експорт продукції підприємства під власними брендами;

<p><b>Завдання стратегії:</b> а) зниження собівартості виробництва швейної продукції за рахунок експлуатації дешевої робочої сили; б) розширення клієнтської бази за рахунок успішної конкуренції за ціною; в) нарощування чистого прибутку від операційної діяльності; г) реінвестування наявних коштів у розширене відтворення підприємства («підтягування» до стандартів рядового швейного підприємства економічно розвиненої країни-члена СОТ); д) розвиток власних торгових марок та брендів одягу, експорт продукції під ними на перспективні ринки країн-членів СОТ. <b>Мета стратегії:</b> забезпечення безкризового та поступового розвитку експортного потенціалу вітчизняних швейних підприємств Подільського економічного регіону.</p>
--

**Рис. 3. Базові параметри конкурентної експортної стратегії вітчизняних швейних підприємств-експортерів на перспективних зовнішніх ринках**

Аналіз показників експортної діяльності підприємств за досліджуваний період дозволяє зробити припущення про найбільшу ефективність у важких економічних умовах саме комбінованої стратегії географічної диверсифікації експортної діяльності, за експорту 85-95% від загального обсягу збуту продукції.

Розуміння перспектив розвитку ЕПП Подільського економічного регіону формується під час створення стратегії експорту продукції, що придатна до імплементації у сучасну економічну діяльність швейних підприємств регіону.

Найбільш важлива здатність підприємства до, власне, виходу на зарубіжний ринок. Для її аналізу необхідно врахувати декілька факторів, а саме:

- наявність у підприємства вільних коштів та досвіду для здійснення експортування на декілька різних за вимогами законодавства, трендами, культурою носіння одягу тощо ринків;
- наявність у підприємства вільних коштів та досвіду для диверсифікації брендів підприємства та швейної продукції за країнами експортування;
- наявність у підприємства вільних коштів для постачання продукції за умовами груп С та D Incoterms 2010 [4];

– наявність у підприємства коштів на правовий супровід діяльності за кордоном;

Накопичення необхідного для виходу на ринки країн СОТ обсягу фінансових ресурсів утворює перший етап експортної стратегії підприємства на ринках країн- членів СОТ, алгоритм виконання якого наведено на рис. 1.

Основної перспективою розвитку виробничо-збутової експортної діяльності вітчизняних швейних підприємств пропонуємо вважати саме аутсорсинг пошиву одягу підприємствам, що експлуатують дешеву робочу силу. Даний вид аутсорсингу входить до групи так званого аутсорсингу бізнес-процесів, тобто використання потужностей підприємства-виконавця для вирішення бізнес-завдань замовника [5, с. 77-83].

У рамках даного напряму, чистий прибуток підприємства можна нарощувати шляхом зменшення виробничої собівартості швейних виробів шляхом укладання підприємством (замовником) контрактів на аутсорсинг пошиву одягу чи його елементів з швейними підприємствами (підрядниками) країн Південно-Східної Азії, Китаю або з вітчизняними швейними цехами на базі закладів Державної Пенітенціарної Служби України.

У вітчизняних підприємств швейної підгалузі вже є досвід розміщення замовлень як на швейних підприємствах Південно-східної Азії, так і на підприємствах Пенітенціарної Служби.

Середній працівник (швачка) на китайському підприємстві за місяць відпрацює 280 годин (вітчизняний – 180 год.), отримує в 2 рази меншу зарплатню та демонструє вдвічі вищу продуктивність праці, ніж вітчизняна швачка. Собівартість найдешевшого вітчизняного костюма, становить 75 доларів США, а в Китаї виріб аналогічної якості і з таких же тканин коштуватиме 35 доларів» (дані Л. Гавриша, директора ПАТ «Володарка») [6].

За даними видання Forbes Україна, розміщення замовлень на підприємствах на базі закладів ДПУ – також вигідна справа, оскільки собівартість виробництва знижена (ув'язнений у 2012 р. отримував в середньому 460 грн/міс.). Чимало підприємств України вже співпрацюють з місяцями позбавлення волі; наприклад, «АвтоКрАЗ», мережа гіпермаркетів «Епіцентр», «Імперія Мармуру», з російських швейних підприємств – «Глорія Джинс». «Звичайні» підприємства, поки що не вважають підприємства при виправних закладах повноцінними конкурентами. Крім того, ринок підряду та субконтрактингу на базі праці ув'язнених поки що нерозвинений [7, с. 27-28].

Отже, собівартість виробництва на підприємствах Пенітенціарної служби значно менша, мотивація у працюючих чітка (дострокове звільнення), виробничі та навчальні потужності наявні та розвиваються, існують можливості для створення системи соціальної реабілітації та подальшого працевлаштування ув'язнених (що уможливило приваблення державного фінансування).

Другий етап виходу на ринок є, власне, здійсненням процесу експортування. Алгоритм його здійснення наведений на рис. 2.

#### Список літератури:

1. Державна статистична служба України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua).
2. Регіональна економіка : підручник / за ред. Є. П. Качана. – К. : Знання, 2011. – 670 с. – (Вища освіта XXI століття). – ISBN 978-966-346-905-8. – С. 557-562.
3. Манів З. О., Луцький І. М., Манів С. З. Регіональна економіка : навч. посіб. – Львів : «Магнолія 2006», 2011. – 638 с. – ISBN 978-966-2025-18-7. – С. 408-425.
4. Incoterms 2010 в Україні (офіційний сайт) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.incoterms.zed.ua](http://www.incoterms.zed.ua).
5. Козка, А. Аутсорсинг: допомога ізвне / А. Козка // Справочник економіста. – 2013. – № 1. – ISSN 1813-940X. – С. 77-83.
6. В наших костюмах ходит Азаров, мы покупаем новые станки, рекламируемся в «Одноклассниках», но все убивают Китай и секонд-хенд / інтерв'ю з головою наглядової ради ПАТ «Володарка» Л. Гавришем, опубл. 24.04.2013 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://real-vin.com/2013-04-23-19-50-11-3>.
7. Головин В. Экономическая зона / В. Головин // Forbes Украина. – ООО «Издательский дом «Украинский Медиа Холдинг». – № 2(24), 2013. – 130 с. – ISSN 2221-4542. – С. 27-28.
8. Регіональний відділ Торгово-промислової палати України в Хмельницькій області (офіційний сайт) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.tprua.org](http://www.tprua.org).

**Чубар М. М.**

Хмельницький національний університет

### ОСНОВНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ СТРАТЕГИИ ЭКСПОРТИРОВАНИЯ ПРОДУКЦИИ ШВЕЙНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ ПОДОЛЬСКОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО РЕГИОНА

#### Резюме

В работе автор характеризует перспективную экспортную стратегию для швейных предприятий региона Подольского экономического региона Украины для осуществления ими экспорта продукции на рынки стран – членов ЕС и ВТО. Автор приводит имеющиеся предпосылки для развития внешнеэкономической деятельности предприятий – производителей одежды Подольского экономического региона, предлагает собственный алгоритм осуществления двухэтапной экспортной стратегии для выхода швейных предприятий региона на перспективные рынки стран – членов ВТО и ЕС, обосновывает перспективность именно рынков стран – членов ЕС для сбыта продукции отечественного легпрома. В конце статьи автор приводит сводные основные характеристики перспективной экспортной стратегии для предприятий региона.

**Ключевые слова:** экспортный потенциал, экспортная стратегия, экспорт одежды, толлинг, производственный аутсорсинг, Подольский экономический регион.

Країни ЄС є найбільш привабливим перспективним ринком для експорту продукції українського легпрому з декількох причин:

- є територіально наближеним до виробничих потужностей українських швейних підприємств;
- є другим за обсягами експорту продукції вітчизняного легпрому ринком за період 2009-2013 рр.;

- на тлі погіршення економічних відносин з РФ та виходу України з СНД, даний ринок є найбільш лояльним до вітчизняної продукції легпрому зарубіжним ринком збуту;

- підприємства Подільського економічного регіону мають значний досвід пошиву продукції для споживачів на даному ринку.

- вітчизняні відділення Торгівельно-промислової палати у Подільському економічному регіоні мають значний досвід у пошуку та підтримці співпраці між вітчизняними підприємствами України та ЄС [8].

Отже, зведені характеристики перспективної експортної стратегії для швейних підприємств регіону можуть виглядати так, як наведено на рис. 3.

**Висновки.** Наведена дворівнева стратегія експорту продукції легпрому може забезпечити відновлення конкурентних позицій підприємств даного регіону та галузі навіть за несприятливих економічних умов.

**Перспективи використання результатів дослідження.** Ринок виробничої кооперації та виробничого аутсорсингу в Україні не розвинений, отже, існує можливість значно знизити собівартість виробництва швейної продукції, співпрацюючи з підприємствами з доступом до дешевої робочої сили, що дозволить вести цінову конкуренцію, розширювати клієнтську базу, підвищувати ділову репутацію швейних фірм та накопичувати кошти для створення власної експортної збутової мережі.

Chubar M. M.

Khmelnyskiy National University

## THE BASIC CHARACTERISTICS OF PODOLSK ECONOMIC REGION SEWING COMPANIES MERCHANDISE EXPORTING STRATEGY

### Summary

In this work the author reveals the perspective export strategy for Podillia economic region domestic garment industry enterprises products on the markets of WTO and EU member states. The author shows the existing conditions for the external economic activity development of the Podolsk economic region domestic garment industry enterprises, offers his own algorithm of the two-stage export strategy for the region garment industry enterprises entrance to the prospective markets of WTO and EU member states, he proves the EU member states marketability for the domestic garment industry products. In the end of the article the regional enterprises perspective export strategy core consolidated characteristics are presented by the author.  
**Key words:** export potential, export strategy, export of clothes, tolling, manufacturing outsourcing, Podolsk economic region.

УДК 338.43

Штогринець Н. В.

Буковинський університет

## СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ УМОВИ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА У ГІРСЬКІЙ ЗОНІ КАРПАТ

Висвітлено теоретичні питання соціально-економічних умов розвитку сільського господарства у гірській зоні Карпат, які тісно переплітаються з проблемами розвитку села. Показано провідні чинники суперечливості в сільському господарстві, складні соціально-політичні та поведінкові аспекти.

**Ключові слова:** зона Карпат, сільськогосподарські підприємства, фермерські господарства, господарства населення, врівноважений розвиток.

**Постановка проблеми.** Гірський регіон небезпідставно відносять до слаборозвинутих з огляду на низький рівень урбанізації, низький потенціал підприємництва за відносно низького рівня економічного розвитку і високого рівня безробіття. Для території Українських Карпат характерними є складні структурні проблеми, зокрема у сфері економічного розвитку, ринку праці, соціального становища населення, екології та природокористування. Така слабка конкурентна позиція гірського регіону потребує активізації розвитку підприємства, що може стати тут одним із основних чинників регіонального розвитку.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблемам ведення сільського господарства в горах і використання в сільськогосподарських цілях гірських територій за часів трансформації в економічній науці не відводили належної уваги. Окремі проблеми щодо розвитку сільського господарства в горах у контексті гірської регіональної політики розглянуті в працях А. Балян, В. Кравціва, М. Лендела, В. Мікловди, С. Попа, М. Долішнього, Ю. Стадницького. Питанням форм господарювання в сільському господарстві присвячені праці В. Андрійчука, В. Амбросова, О. Амосова, І. Баланюка, С. Белей, П. Березівського, В. Борщевського, К. Васківської, Ю. Губені, С. Дем'яненко, В. Липчука, Ю. Лупенка, М. Маліка, В. Месель-Веселяка, Т. Осташко, П. Саблука, Г. Черевка. Учені обґрунтували загальні методичні підходи та практичні рекомендації щодо сутності, параметрів і перспектив функціонування різних форм господарювання в сільському господарстві.

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** В аграрному виробництві гірської зони Карпат нагромадилася низка проблем, які

потребують вирішення. Поглиблення економічної кризи в сільському господарстві, повне банкрутство сільськогосподарських підприємств, регресивні процеси в господарствах населення, складні соціально-політичні процеси та поведінка горян призводять до занепаду зазначеної галузі. Згорання сільськогосподарського виробництва в гірському селі, значне погіршення соціально-економічної ситуації є наслідком тривалої необдумані аграрної політики щодо гірського сільського господарства та розвитку регіону загалом.

Трансформація ресурсів і виробництва в процесі реформування економіки спричинила не тільки погіршення аграрної структури регіону, а й сформувала сукупність соціально-економічних проблем його розвитку і, відповідно, потребу в нових поглядах і підходах до розвитку гірського сільського господарства. Одним із ключових елементів розвитку аграрного сектора гірської економіки стала необхідність його подальшої структуризації з врахуванням доцільності функціонування різних форм господарювання в сільському господарстві.

**Мета статті.** Головною метою цієї роботи є обґрунтування теоретичних і методичних засад дослідження сутності та розвитку форм господарювання в гірському сільському господарстві та встановлення основних тенденцій і закономірностей розвитку форм господарювання в сільському господарстві гірської зони Карпат.

**Виклад основного матеріалу.** Місцевий розвиток розглядається як процес змін або переходу до досконалішого стану в локальному вимірі. Він характеризує внутрішні зміни територіальної одиниці, в результаті чого настає збагачення елементів її структури, а також їх взаємовідносин. Він означає тривале зростання рівня життя місцевого