

## JUSTIFICATION FORECAST GROSS DOMESTIC PRODUCT BY MATHEMATICAL PREDICTION METHODS

YARENKO A.

*Kyiv National University of Technologies and Design*

**Purpose.** Justification of the gross domestic product of Ukraine in recent years. Using extrapolation and prediction methods using regression analysis.

**Methodology.** Used mathematical methods: extrapolation analytical smoothing time series, analysis of variance, regression analysis, dialectics, induction and deduction, etc.

**Findings.** Study of the gross domestic product of Ukraine and analysis of statistical data size of GDP, was legitimate basis for the actual values of the gross domestic product, taking into account the current state of economic development.

**Originality.** A system for determining the dependence of economic indicators of forecasting methods. A study of Ukraine's GDP, based on the three main methods of calculation of gross domestic product, applied mathematical formalism extrapolation and regression analysis while using analysis of variance.

**Practical value.** Ability to determine reliable data economic indicators based on the methods of prediction and analysis.

**Keywords:** *GDP, final consumption expenditure, forecast, extrapolation, correlation and regression analysis, analysis of variance.*

УДК 675.011/.013

ПАЛИВОДА О.М., ПЛАВАН В.П.

Київський національний університет технологій та дизайну

## СТРАТЕГІЧНИЙ РОЗВИТОК ШКІРЯНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ НА ОСНОВІ КЛАСТЕРІВ

**Мета.** Обґрунтування стратегічних напрямів стійкого економічного розвитку шкіряної та взуттєвої промисловості на основі формування кластерів.

**Методика.** Для отримання результатів було використано методи формалізації, порівняння та синтезу для аналізу концептуальних основ формування кластерів; системно-структурного, статистичного та графічного аналізу для оцінки ринкового потенціалу досліджуваних галузей.

**Результати.** Досліджено ринковий потенціал економічного розвитку шкіряної та взуттєвої промисловості, виявлено стратегічні напрями організаційного розвитку, що здатні забезпечити стійке функціонування підприємств у сучасному ринковому середовищі. Обґрунтовано доцільність використання кластерної моделі розвитку зазначених галузей. Запропоновано першочергові заходи державного сприяння кластерним ініціативам.

**Новизна** представлених досліджень полягає в концептуальному обґрунтуванні економічних, організаційних та регуляторних напрямів створення територіальних кластерів у шкіряній та взуттєвій промисловості України.

**Практична значимість.** Отримані результати були використані при формуванні концепції розвитку шкіряно-взуттєвої промисловості м. Києва на основі формування територіально-виробничого кластеру.

**Ключові слова:** *територіально-виробничий кластер, мережеві організаційні структури шкіряна промисловість, взуттєва промисловість.*

**Вступ.** Економічна та політична трансформація, що відбулася в Україні на початку 90-х років, і полягала у переході від командно-адміністративної системи до ринкової, спричинила значні структурні зміни в національній економіці. Характер цих змін визначався як зовнішніми, так і внутрішніми чинниками, а їх рівнодіючою стала масштабна структурна деградація низки галузей, передусім таких, що мають інвестиційне та соціальне значення. Серед цих галузей особливе місце займають виробництва текстилю, одягу, шкіряних виробів та взуття, оскільки представляють багатопрофільний та інвестиційно привабливий сектор економіки, який сприяє вирішенню соціальних питань, поліпшенню добробуту, становленню та розвитку малого бізнесу. Незважаючи на стагнацію виробництва, вказані сектори зберігають технологічний, кадровий та науковий потенціал для успішного розвитку. Зусилля менеджерів спрямовуються на розвиток ефективних організаційних форм підприємництва, зокрема кластерів. Проте, отриманню економічних вигод від кластерних мереж перешкоджають певні проблеми вітчизняної економічної системи.

Дослідження кластерів започаткував професор Гарвардської школи бізнесу Майкл Портер [1]. Він виявив причини конкурентоспроможності окремих галузей країни на основі системи чотирьох показників – «конкурентного ромба»: факторних умов; стану внутрішнього попиту; наявності споріднених та підтримуючих галузей; структури, стратегії фірм та внутрішньогалузевої конкуренції.

До М. Портера просторові агломерації, які відзначаються підвищеною конкурентоспроможністю, описував у своїх працях А. Маршалл [2]. Сучасні дослідники описують просторову кластеризацію, як різновид мережевої форми організації і аналізують її з позицій різних дисциплінарних та міждисциплінарних підходів. Значний внесок у розвиток кластерної теорії був зроблений М. Enright [3], Ö. Sölvell [4], К. Blois [5], W. Powell [6], Р. Brantley [7], С. Perrow [8]. Варто погодитися, з М. Lombardi and F. Randelli [9], що при дослідженні причин виникнення кластерів, вчені переважно зосереджують свою увагу на двох основних типах переваг: скороченні витрат та отриманні додаткових знань [9]. Обмін досвідом, доступ до різноманітних інформаційних джерел та спільне створення нових знань для багатьох фірм, особливо у високотехнологічних галузях, є пріоритетним порівняно з можливостями економії на трансакціях, скороченням часу розробки тощо.

Проте, традиційно найпоширенішою спонукальною причиною кластерної кооперації фірм більшістю дослідників вважається створення додаткових можливостей для економії всіх видів витрат. Особлива увага науковців звернена на дослідження можливостей зменшення, насамперед, трансакційних витрат [10-11]. Проте, ряд дослідників не погоджуються з такими трактуваннями причин виникнення кластерів, стверджуючи, що не існує достатніх емпіричних підтверджень цих постулатів [12-14].

**Постановка завдання.** Метою представленої статті є обґрунтування стратегічних напрямів стійкого економічного розвитку шкіряної та взуттєвої промисловості на основі формування територіально-виробничих кластерів.

Об'єктом представлених досліджень є теоретичні засади створення кластеру підприємств шкіряної, взуттєвої та шкіргалантерейної промисловості. У процесі дослідження було використано такі економічні методи, формалізація та порівняння – при

аналізі понять та концептуальних основ формування та управління кластерними мережами; синтез – при адаптації досвіду економічно розвинених країн до діяльності вітчизняних підприємств; системно-структурний аналіз – при виділенні факторів, що впливають на конкурентоспроможність кластерної мережі; статистичний, порівняльний, графічний аналіз – для оцінки ринкового та інноваційного потенціалу досліджуваних галузей.

**Результати дослідження.** Для промисловості України завжди було традиційним виробництво шкіри та виробів зі шкіри, зокрема взуття. Воно і сьогодні відіграє особливу роль, оскільки пов'язане з багатьма суміжними галузями, обслуговуючи їх в якості постачальника або споживача. Пріоритетність виробництва шкіряних виробів та взуття для економіки України, визначається: великою ємністю внутрішнього ринку; наявністю та можливістю нарощування експортного потенціалу; високим рівнем доданої вартості; високою швидкістю обороту капіталу; використанням сировини та напівфабрикатів вітчизняного виробництва; наявністю висококваліфікованих кадрів, значним потенціалом у створенні робочих місць, особливо для жінок (80,4% від загальної кількості).

Макроекономічний ефект від цієї галузі в Україні недооцінений, а він величезний, зокрема лише річний обсяг ринку взуття в цінах виробників становить 25 млрд грн (у роздрібних цінах в 1,5-2 рази більше) і може забезпечити до 150 тисяч робочих місць на виробничих підприємствах [15].

За роки економічних трансформацій (1991-2012) в Україні обсяги шкіряного виробництва, включаючи взуття, скоротилися майже у 8 разів. У структурі внутрішнього ринку це становило 80%. У 2012 році було виготовлено лише 28,33 млн пар взуття, що складає 18% від потреб внутрішнього ринку. Динаміка виробництва шкіри та взуття представлена на рис. 1. Решта потреби задовольняється за рахунок імпорту з понад 50 країн. Структуру експорту та імпорту за країнами партнерами представлено у табл. 1.

Табл.1. Структура експорту та імпорту ринку взуття України у 2012р.

Експорт	Обсяг млн. дол. США	Частка в загальному обсязі експорту (%)	Імпорт	Обсяг млн. дол. США	Частка в загальному обсязі імпорту (%)
Росія	32	28	Китай	199	70
Італія	27	23	В'єтнам	22	8
Польща	24	20	Індонезія	12	4
Румунія	12	10	Італія	8	3
Казахстан	5	5	Росія	5	2

Сучасною тенденцією для України, як і для багатьох країн Європи є переважання імпорту товарів текстильної, швейної та шкіряної промисловості над експортом цих товарів (рис. 2). Така ситуація спричинена загостренням конкурентної боротьби у зв'язку з виходом на ринок виробників з країн Азії та Латинської Америки, основною конкурентною перевагою яких є низькі витрати виробництва особливо на робочу силу.

В Україні зазначені глобальні виклики доповнилися проблемами зі значними обсягами нелегального імпорту, штучним заниженням митної вартості при імпорті

товарів, що дозволяло іноземним виробникам отримувати недобросовісні переваги на ринку. Варто зазначити, що як у Європі в цілому, так і в Україні зокрема, деградації шкіряного виробництва сприяла також втрата бази сировинних ресурсів, що зумовлено скороченням поголів'я великої рогатої худоби («коров'ячий сказ», «свинячий грип»).



Рис. 1. Динаміка виробництва шкіри та взуття в Україні за 2003-2012р.[15]

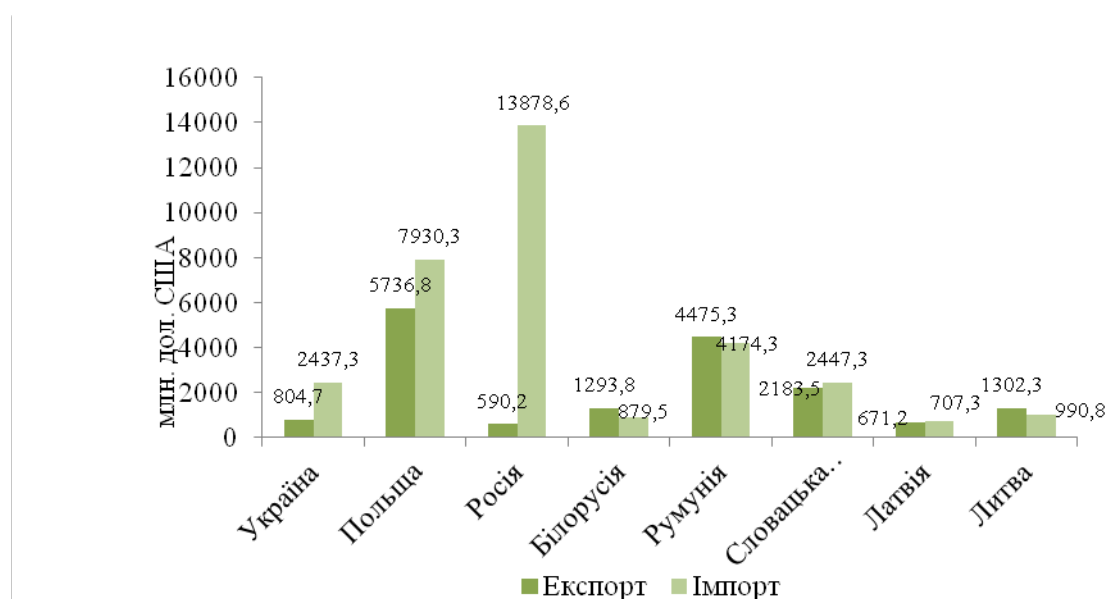


Рис. 2. Структура експорту та імпорту товарів легкої промисловості країн Східної Європи за 2012 р. [16]

У зв'язку з триваючим зниженням обсягів заготівлі шкіряної сировини в рамках ЄС, що в 2012 році, порівняно з 2011 р. становило 4,2 % (27,5 млн. штук), ціни на сировину великої рогатої худоби в 2011 році збільшилися на 15% порівняно з 2010 роком. Подальше збільшення цін на шкури великої рогатої худоби ще на 7% було зафіксоване в 2012 році, а тільки протягом першого кварталу 2013 року ціни різко підвищились на 23 %.

Наприклад, в Німеччині, яка як і раніше посідає третє місце серед країн ЄС і 12 в усьому світі за обсягом виробництва якісної шкіри із сировини великої рогатої худоби, майже 80 % продукції поставляється в елітному сегменті шкіри для оббивки меблів і

салонів автомобілів. У 2012 році в шкіряній промисловості Німеччини також спостерігався спад продажів на 6 % у порівнянні з 2011 роком, а вже в 2013 році німецькі виробники шкіряної продукції показали збільшення товарообігу за рахунок шкіри і шкіряних виробів саме преміум класу. Протягом перших чотирьох місяців 2013 року, у порівнянні з тим же періодом в 2012 році, продажі зросли майже на 7 %, експорт збільшився на 7,5 %, внутрішній товарообіг збільшився на 5,5 %.

Нажаль в Україні в загальному обсязі переважають шкіри і шкіряні вироби в низькому і середньому ціновому сегменті. Збільшення випуску шкіри і шкіряних виробів преміум класу в Україні потребує додаткових зусиль не тільки виробників, але й грамотної маркетингової політики. Істотною причиною затяжної стагнації можна назвати і низьку інноваційну активність виробників шкіри та шкіряних виробів, серед яких лише 11% від функціонуючих підприємств України у 2012 р. впроваджували інноваційні види продукції на ринку (табл.2).

**Табл.2. Частка підприємств легкої промисловості, що впроваджували інновації за період 2005-2012 рр. (у % до загальної кількості підприємств)**

Галузі промисловості	Всього			З них					
				Впроваджували нові технологічні процеси			Освоювали виробництво інноваційних видів продукції		
	2005	2011	2012	2005	2011	2012	2005	2011	2012
Легка промисловість	7,4	9,3	10,1	2,9	10	9,6	6,5	5,2	3,9
Текстильна промисловість та пошиття одягу	6,7	9,7	10,7	2,5	10,8	11	5,9	5,5	4,4
Виробництво шкіри та шкір. взуття	11,0	7,5	7,6	4,7	6,7	4,3	9,4	4,2	1,7

Джерело: [15]

Проте, навіть у несприятливих економічних умовах в Україні вдалося зберегти певний потенціал для відродження конкурентоспроможності цього важливого для оптимального соціального розвитку сектора економіки. Сьогодні в Україні налічується близько 130 активно діючих підприємств з виробництва шкіри, шкіряних виробів та взуття, які розташовані у значних індустріальних центрах. Крім того, функціонує до 2000 підприємств малого бізнесу, що випускають на основі вже обробленої шкіри різну продукцію кінцевого споживання. За оцінками спеціалістів, серед цих підприємств близько 50 суб'єктів здатні випускати від 300 до 1 тис. пар якісного товару на день. Малі підприємства, кустарного типу, що працюють на локальний місцевий ринок, досягають рентабельності в 50-100%. Вони доволі успішно освоюють такі незайняті сектори, як виробництво ортопедичного взуття або пошиття під індивідуальне замовлення. Близько 50-70 % своїх товарів виробники шкіри та шкіряних виробів відправляють на експорт у країни Європейського Союзу (Італію, Польщу, Чехію, Румунію, Бельгію та ін.), а також Росію, Білорусь та Казахстан (табл. 1, рис. 3). Вагомо,

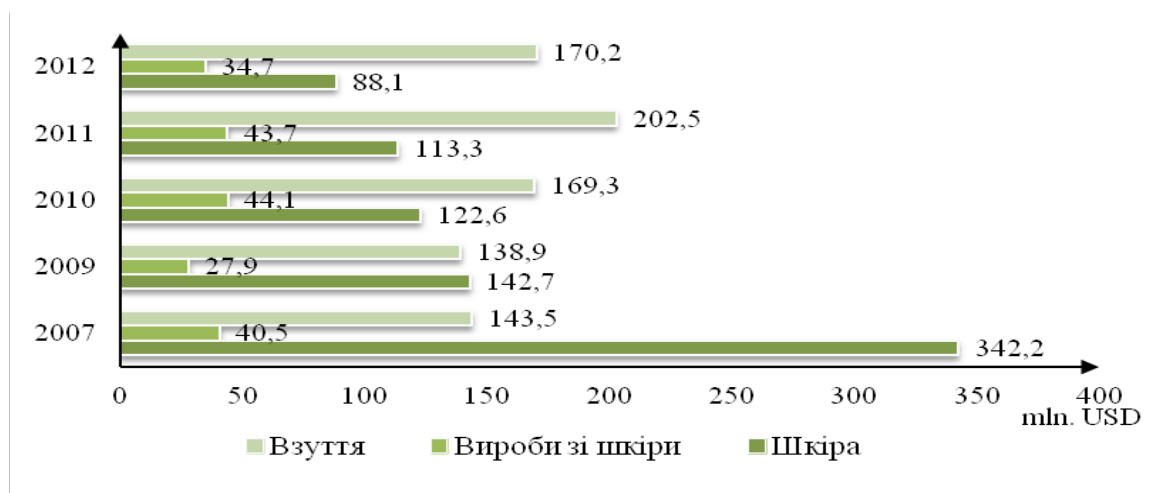


Рис. 3. Динаміка структури експорту товарів шкіряної промисловості України за 2007-2012рр. [15]

що більша частина взуття на експорт виготовляється не за давальницькими контрактами, а є на 100% власною продукцією, що означає зосередження повного ланцюга створення вартості на українських підприємствах і відповідні можливості забезпечення вищого рівня доходності.

Динамічний розвиток шкіряного виробництва може бути забезпечений лише у такому підприємницькому середовищі, де ресурсні та технологічні чинники органічно доповнені організаційними та інституційними. Аналіз розвитку шкіряного та взуттєвого виробництва у світі показує, що його ефективність залежить від можливостей використання переваг від розміщення та кооперації основних, допоміжних та інфраструктурних виробництв. На практиці така взаємодія, як правило, відбувається у формі кластерної мережі.

Наприклад, у 1989 році 140 шкіропереробних підприємств об'єдналися у шкіряний кластер в Єгейському регіоні Турції у 210 км від Ізміру. Кластер отримав назву Uşak Leather (Combined) Organized Industrial Zone (Uşak Deri (Karma) OSB) or Uşak OIZ. Річний обсяг виробництва становить 20 млн шкір великої рогатої худоби. До складу шкіряного кластеру увійшли підприємства, які забезпечують отримання енергії, очищення стічних вод та ін. На сьогоднішній день у загальному складі кластеру є 212 компаній, розташованих у цьому районі і пов'язаних зі шкіряними підприємствами. Річний товарообіг кластеру становить 600 мільйонів доларів на рік.

Відомі кластери шкіряного та взуттєвого виробництва розміщені у італійських провінціях Венето (Veneto (Vicenza and Treviso), Emilia-Romagna (Forlì), Toscana (Pisa, Pistoia, Firenze and Arezzo), Marche (Macerata, Ascoli Piceno), Campania (Avellino) and Puglia (Bari)). У Індії великими шкіряними кластерами є Шанікетан (Santiniketan), Sodpur, Канпур, у Бразилії – Rio Grande do Sul, San Paulo, Minas Gerais, у Китаї – Guangzhou Huaduqu, Wenzhou Longwanqu.

Кластерна мережа являє собою систему економічних та соціальних відносин між виробниками, що пов'язані між собою вертикальними та горизонтальними коопераційними зв'язками. Така взаємодія дає можливість найкращим чином використовувати конкурентні переваги різних економічних агентів, які отримують змогу спеціалізуватися на певних процесах у ланцюгу створення вартості. У кластерах великі

ринкові гравці отримують можливість зосередити ресурси і вміння на ключових процесах, віддавши допоміжні та обслуговуючі на аутсорсинг, а малі суб'єкти отримують переваги від масштабу, що виражається в отриманні доступу до каналів експорту, маркетингу, інновацій, обміну інформацією.

Поширення міжфірмової кооперації у формі кластерних мереж сприяє появі прогнозів про широкомасштабну революцію у характері та процесах діяльності сучасних організацій. Для подібної організаційної форми властивий ряд особливостей (наприклад, «розмитість» організаційних меж, необхідність формування спеціальних механізмів координації незалежних господарюючих суб'єктів тощо), які породжують необхідність напрацювання адаптивних до національних умов підходів та методик щодо їх формування та управління. Варто зазначити, що функціонування територіально-виробничих кластерів має свої специфічні властивості в різних країнах, які зумовлені асиметрією економічного розвитку, особливостями бізнес середовища, організаційної культури підприємств, радіусом довіри між господарюючими суб'єктами тощо.

Кластерні об'єднання почали з'являтися в Україні з середини 90-х років. Як правило, вони утворювалися у традиційних виробничих галузях таких як будівництво, харчова, легка промисловість, сільське господарство та туризм, де висока оборотність капіталу і відповідно висока ймовірність швидкого повернення вкладених коштів. Варто зазначити, що утворення зазначених кластерів було підтримано місцевими органами влади, а ініціаторами у переважній більшості випадків виступали громадські організації.

У секторі виробництва одягу та взуття було засновано два кластери: Подільський швейний кластер та кластер з виробництва шкіри та шкіряних виробів у місті Києві. Учасники Подільського кластеру отримують синергетичний ефект від таких проектів, як спільне придбання матеріалів та фурнітури; укладення загальних комерційних угод; організація навчальних семінарів на актуальні теми; організація консалтингової допомоги; спільна участь у різних виставках, фестивалях і показах мод; організація постійного обміну досвідом; створення загальної торговельної марки і знаку якості; створення Регіонального Центру Моді; розвиток системи комунікацій як між учасниками кластеру, так і для інформування внутрішнього та світового ринку про продукцію кластеру. [17]

Шкіряний кластер у місті Київ був заснований порівняно недавно і сьогодні він перебуває ще на стадії становлення. Кластер створювався з метою збереження та розвитку орієнтованих на експорт виробництв; розширення виробництва для внутрішнього ринку; створення додаткових робочих місць; прискорення інноваційного оновлення продукції. Варто відзначити, що для успішного його функціонування є всі необхідні передумови, згідно «діаманта» М. Портера:

- наявність мережі активно діючих підприємств шкіряної промисловості, що утворена підприємствами різних розмірів, пов'язаних відносинами вертикальної та горизонтальної кооперації;
- високий рівень технічного та технологічного оснащення учасників кластера; сертифікація ключових учасників на відповідність вимог ДСТУ ISO 9001: 2001 (системи управління якістю) та ДСТУ ISO 14001: 2006 (системи екологічного керування)
- забезпеченість достатньою кількістю фахівців необхідної кваліфікації;

- наявність високого науково-технічного потенціалу галузевої та вузівської науки;
- існування значного внутрішнього ринку споживання шкіряної продукції, що обумовлено застосуванням її у харчовій, медичній, косметичній, військовій, будівельній галузях, а також торгівлі та сфері послуг;
- наявність експортного потенціалу підприємств, які мають відпрацьовані канали збуту в Європі, Росії, Білорусії, країнах Азії.
- наявність розвиненої ринкової, фінансової, юридичної тощо інфраструктури.

Проте, кластерна ініціатива, що виникла майже три роки назад, не може до сьогодні трансформуватися у ефективну структуру, що сприяла б розвитку виробництва та вирішенню проблем підприємництва. Така ситуація спричинена рядом управлінських та інституційних перешкод, що склалися в українській економіці у трансформаційний період. Серед них: відсутність нормативно-правового регламентування діяльності кластерів, недостатність оборотних коштів; висока орендна плата за користування земельними ділянками; недобросовісна конкуренція на внутрішньому ринку; недоступність отримання держзамовлень; надлишкові виробничі площі та високі витрати на підтримання інфраструктури; залежність від закупівлі імпортованих матеріалів, барвників, обладнання; відсутність фінансової державної підтримки.

**Висновки.** Практика економічно розвинених країн світу показує, що успішна реалізація кластерних ініціатив можлива лише спільними зусиллями бізнесу та держави. При цьому підтримка територіально-виробничих кластерів з боку держави має активно здійснюватися як на загальнодержавному, так і місцевому рівнях влади. У Німеччині, Данії, Норвегії та Фінляндії, які є лідерами економічного розвитку у Європі економічна політика проводиться на основі національних стратегій розвитку, що базуються на кластерному принципі. Для успішного формування кластерів у шкіряно-взуттєвій промисловості України найбільш доцільними є такі напрями державної підтримки, як: стимулювання експорту продукції підприємств за допомогою встановлення сприятливого режиму повернення ПДВ підприємствам-експортерам; підтримка внутрішнього попиту на продукцію підприємств кластеру через систему держзамовлень; сприяння приходу в кластер нових інвесторів за допомогою створення системи інвестиційних стимулів; спрощення доступу до фінансування через підвищення доступності фінансування за рахунок надання державних гарантій за кредитами, розроблення на основі співпраці з банками спеціальних банківських продуктів для підприємств кластера; підтримка державою проведення прикладних наукових досліджень для потреб учасників кластера; створення кластерної асоціації підприємств, наукових та освітніх закладів для вирішення питань взаємодії з органами державної влади, їх інформаційна та консультативна підтримка; державне фінансування підготовки спеціалістів необхідних кваліфікацій освітніми закладами учасниками кластера.

#### Список використаної літератури

1. Портер М. Международная конкуренция / Майкл Портер; Пер.с англ. / Под ред. В.Д.Щетинина. – М. : Международные отношения, 1993. – 896с.
2. Marshal A. Principles of Economics /A. Marshal. Variorum edition overseen be C. Guillebaud, L.: McMillan Press, 1961. – 503 p.



3. Enright M. J. Survey on the Characterization of Regional Clusters: Initial Results / M.J. Enright / Working Paper, Institute of Economic Policy and Business Strategy: Competitiveness Program, University of Hong Kong, 2000. – p. 53-72.
4. Lindqvist G. The Cluster Initiative Greenbook 2.0 / Göran Lindqvist, Christian Ketels, Örjan Sölvell. – Published by: Ivory Tower Publishers, Stockholm 2013. – 56 p.
5. Blois K. J. Vertical quasi-integration / K. J. Blois // Journal of Industrial Economics. – 1972. – Vol. 20. – №3. – p. 253-272.
6. Powell W. Competitive cooperation in biotechnology: Learning through networks? / Powell W., Brantley P. In book: Nohria N., Eccles R. (eds.). Networks and Organizations: Structure, Form and Action. – Harvard Business School Press: Boston, MA, 1992. – p. 366-394.
7. Powell, W.W. Networks and Economic Life / W.W. Powell, Laurel Smith-Doerr in Handbook of Economic Sociology, N. Smelser and R. Swedberg, (eds). – Princeton, NJ: Princeton University Press, 1994. – p. 368-402.
8. Perrow C. Small firm networks / C. Perrow. In book: Swedberg R. (ed.). Explorations in Economic Sociology. – Russell Sage Foundation: N. Y, 1993. – p. 377-402.
9. Lombardi M. The role of leading firms in the evolution of SMEs clusters: evidence from the leather products cluster in Florence / M. Lombardi, F. Randelli // Working Paper N. 17/2012. Series. Dipartimento di Scienze Economiche, Università degli Studi di Firenze, 2012.
10. Coase, R. H. 1937. The Nature of the Firm. *Economica*, New Series, Volume 4, Issue 16 (Nov., 1937), 386-405.
11. Williamson O. The Economics of Organization: The Transaction Cost Approach / O. Williamson // *American Journal of Sociology*. – 1981. – Vol. 87. – №3. – p. 548-577.
12. Malmberg, A. The elusive concept of localization economies: towards a knowledge-based theory of spatial clustering / A. Malmberg, P. Maskell // *Environment and Planning A*, – 2002. – Vol. 34. – p. 429-449.
13. Markusen, A. Sticky places in slippery space: a typology of industrial districts / A. Markusen // *Economic Geography*. – 1996. – Vol. 72. – №3. – p. 293-313.
14. Меллер К. Рост стратегических сетей – новые модели создания ценности [Текст] / Меллер К., Райала А// *Российский журнал менеджмента* № 6(4)/ – 2008. – с.113-140.
15. Статистична інформація [Електронний ресурс] / Державна служба статистики. – Режим доступу: [ukrstat.org/uk](http://ukrstat.org/uk).
16. Statistics World Trade Organization [Електронний ресурс] / Державна служба статистики. – Режим доступу: <http://www.wto.org/english>
17. Региональный швейный кластер [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ucluster.org>

## СТРАТЕГИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ КОЖЕВЕННОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ УКРАИНЫ НА ОСНОВЕ КЛАСТЕРОВ

ПАЛИВОДА Е.М., ПЛАВАН В. П.

*Киевский национальный университет технологий и дизайна*

**Цель.** Обоснование стратегических направлений устойчивого экономического развития кожевенной и обувной промышленности на основе формирования кластеров.

**Методика.** Для получения результатов были использованы методы формализации, сравнения и синтеза при анализе концептуальных основ формирования кластеров; системно - структурного, статистического и графического анализа при оценке рыночного потенциала исследуемых отраслей.

**Результаты.** Исследован рыночный потенциал экономического развития кожевенной и обувной промышленности, сформулированы стратегические направления организационного развития, способные обеспечить устойчивое функционирование предприятий в современной рыночной среде. Обоснована целесообразность использования кластерной модели развития указанных отраслей. Предложены первоочередные мероприятия государственного содействия кластерным инициативам.

**Новизна** представленных исследований заключается в концептуальном обосновании экономических, организационных и регуляторных направлений создания территориальных кластеров в кожевенной и обувной промышленности Украины.

**Практическая значимость.** Полученные результаты были использованы при формировании концепции развития кожевенно-обувной промышленности г. Киева на основе формирования территориально-производственного кластера.

**Ключевые слова:** *территориально-производственный кластер, сетевые организационные структуры, кожевенная промышленность, обувная промышленность.*

## STRATEGIC DEVELOPMENT OF THE LEATHER INDUSTRY IN UKRAINE BASED CLUSTERS

PALYVODA O., PLAVAN V.

*Kyiv National University of Technologies and Design*

**The aim** of the article is to substantiate the strategic directions for sustainable economic development leather and footwear industry on the basis of cluster formation.

**Methods.** To obtain the results it were used methods of formalization, comparison and synthesis of the analysis of the conceptual foundations of cluster formation as well as the system - structural, statistical and graphical analysis in assessing the market potential of the researched industries.

**Results.** It was researched the market potential for economic development leather and footwear industry, it was formulated the strategic direction of organizational development that can ensure sustainable operation of enterprises in the current market environment. The expediency of the use of cluster model of development of these industries was substantiated. It was proposed priority measures of state support cluster initiatives.

**The originality of the research** is presented in the conceptual justification of the economic, institutional and regulatory trends creating regional clusters in the leather and footwear industry in Ukraine.

**The practical significance.** The results were used in the formation of the concept of development of the leather and footwear industry in Kiev on the basis of formation of regional production clusters.

**Keywords:** *regional cluster, network organizational structure, leather industry, footwear industry.*