

дарствах ближнего зарубежья показал, что зачастую оно ведется так, что средства акционеров изымаются в бюджет, а предприятия раздробляются, получают обязанности выкупить акции и в дополнение к налогам выплачивать дивиденды акционерам, что в значительной степени снижает оборотные средства, которые обесцениваются вследствие прогрессирующих инфляционных процессов. Как правило, работники обладают незначительным количеством акций и в итоге наемно-принудительный труд лишь снижает конкурентоспособность предприятия. Функционирование внутрихозяйственного расчета, выведение ежемесячно финансовых результатов работы по каждой структурной единице (склад, магазин) позволяет каждому работнику ощутить свой реальный вклад в капитал предприятия, что является сильнейшим побудительным мотивом к получению прибыли и развитию средств производства. Мощное стимулирующее воздействие так же оказывает на персонал участие работников структурных единиц в анализе ситуаций, в принятии решений и их реализации.

Третье направление – создание системы социальной защиты работников. Реализация в соответствии с принятым Коллективным договором социальных программ в рамках хозрасчетных единиц предприятия исходя из наличия заработанной прибыли, гарантии занятости, возможности для переподготовки по новой специальности, материальная поддержка предприятием оздоровления работников, пенсионеров побуждают персонал к труду с полной отдачей, создают заинтересованность в проявлении инициативы.

Четвертое направление – стимулирование профессионального роста работников, их ответственности за результаты труда. Внедрение внутрихозяйственного расчета обуславливает снижение количества рабочих мест безинициативных исполнителей. Отдельные работники, постоянно повышающие свой профессиональный уровень, занимают менеджерские должности в рамках структурных подразделений (единиц) предприятия, сочетая функции менеджера и исполнителя. Экономия фонда заработной платы в подразделениях за счет оптимизации численности позволяет произвести прибавку в зарплате инициативным работником, повышающим свой профессиональный уровень.

КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА СОЗДАНИЯ КЛАСТЕРА В ОБУВНОМ БИЗНЕСЕ СИБИРИ

Журавлева Л.А., зав. кафедрой «Экономика и
управление»

**Новосибирский технологический институт
Московского государственного университета
дизайна и технологии**

Обувной бизнес Сибири в настоящее время переживает "нелёгкие времена". Конкурентная борьба на обувном рынке Сибири имеет весьма специфический характер. Основным конкурентом отечественных производителей обуви является целая страна - КНР. По последним оценкам специалистов журнала "STEP", производство обуви в мире в 2000 году выглядел следующим образом: 40% обуви производится в Италии (причем, из них, до 20% обуви производится по заказу Италии в Китае), 40% - в Китае, 10% - в Бразилии и 10% в остальных странах.

Рынок обуви России, и Сибири в частности, является очень динамичным и быстро развивающимся. Большой потенциал его ёмкости привлекателен не только для местных производителей. Согласно прогнозам специалистов среднее потребление обуви на 1 человека составит к 2005 году 2,2 пары. С учётом численности населения на конец 1999 года ёмкость обувного рынка РФ составит 324 млн. пар обуви в год, обувного

рынка Западной Сибири - 33 млн. пар обуви в год, а обувного рынка Новосибирской области - 7 млн. пар обуви в год.

Предприятия России и стран СНГ поставляют на российский рынок 60 млн. пар обуви в год. Российские обувные и кожевенные предприятия способны произвести 160 млн. пар обуви и 4,5 млрд. дм^2 кож. За последние годы значительно улучшились качество и дизайн обуви, увеличился объем ее экспорта. Ограничение ввоза обуви (и прекращение контрабанды) создаст для импортера и производителя равные конкурентные условия, стимулирует рост производства, а государство ежегодно получит от внутреннего налогообложения при производстве кожевенно-обувной продукции свыше 29 млрд. руб. (около 1 млрд. долл.).

Чтобы противостоять экспансии китайской обуви на российский и сибирский рынки, необходимы новые модели поведения его основных участников. Для производителей обуви такой моделью поведения может стать создание кластера.

Изучив и обобщив современные технологии конкурентной борьбы и опыт ведения обувного бизнеса в Италии и Китае, мы пришли к выводам о необходимости разработки модели кластера для обувных предприятий Сибири. На рис. 1 приведена модель предлагаемого нами кластера обувного бизнеса Сибири (КОБСа).

В данной модели ЗАО СОК "Вестфалика" является ядром кластера. Стратегия, политика и тактика поведения самого предприятия с момента его образования свидетельствует о высоком уровне его рыночной активности, способности быть лидером и умении объединять вокруг себя родственные предприятия как региона, так и страны. Его выгодное территориальное расположение в Сибирском регионе в крупном транспортном узле, развитом промышленном и научном центре, каким является г. Новосибирск, подкрепляет его собственный потенциал. Создание в декабре 2000 г. Союза обувщиков Сибири можно назвать стратегическим шагом на пути к формированию кластера. Наиболее значимые в обувном бизнесе Сибири предприятия вошли в его состав. Наличие в г. Новосибирске двух отраслевых образовательных центров - НТИ МГУДТ и техникума лёгкой промышленности, позволит создать на должном уровне научную и образовательную основу развития кластера.

М. Портер в своих работах отмечает, что новые кластеры могут возникать из новаторской компании, стимулирующей рост многих других компаний. Поэтому центром (или ядром) кластера может стать новосибирская компания "Вестфалика", как наиболее конкурентоспособное и динамично развивающееся предприятие региона, ставящее стратегические цели и делающее всё для их достижения.

Другой предпосылкой создания кластеров может стать "необычный, сложный или повышенный местный спрос". Специфика климатических условий России, а Сибири особенно, формирует устойчивый и повышенный спрос на зимнюю обувь, в первую очередь женскую (на конец 1999 года доля женщин в РФ составляла 53,1 %, в Западной Сибири - 52,2 %, в Новосибирской области - 53,1 % и женщины, как правило, активнее мужчин обновляют свой гардероб обуви).

Третьей предпосылкой называется случайность, но это случайность связана с географическим положением и является результатом существовавших местных условий. Поэтому вполне очевидно, что кластер может зародиться в регионе, где присутствуют для этого важные конкурентные преимущества. Согласно исследованиям учёного СО РАН Шнипера Р.И. и проведённой им экспертной оценке конкурентных позиций регионов Сибири, Новосибирская область заняла лидирующее место среди областей региона. Данные условия и предпосылки позволяют начать создавать кластерное объединение именно с Новосибирской области и по инициативе именно новосибирского предприятия - СОК "Вестфалика".

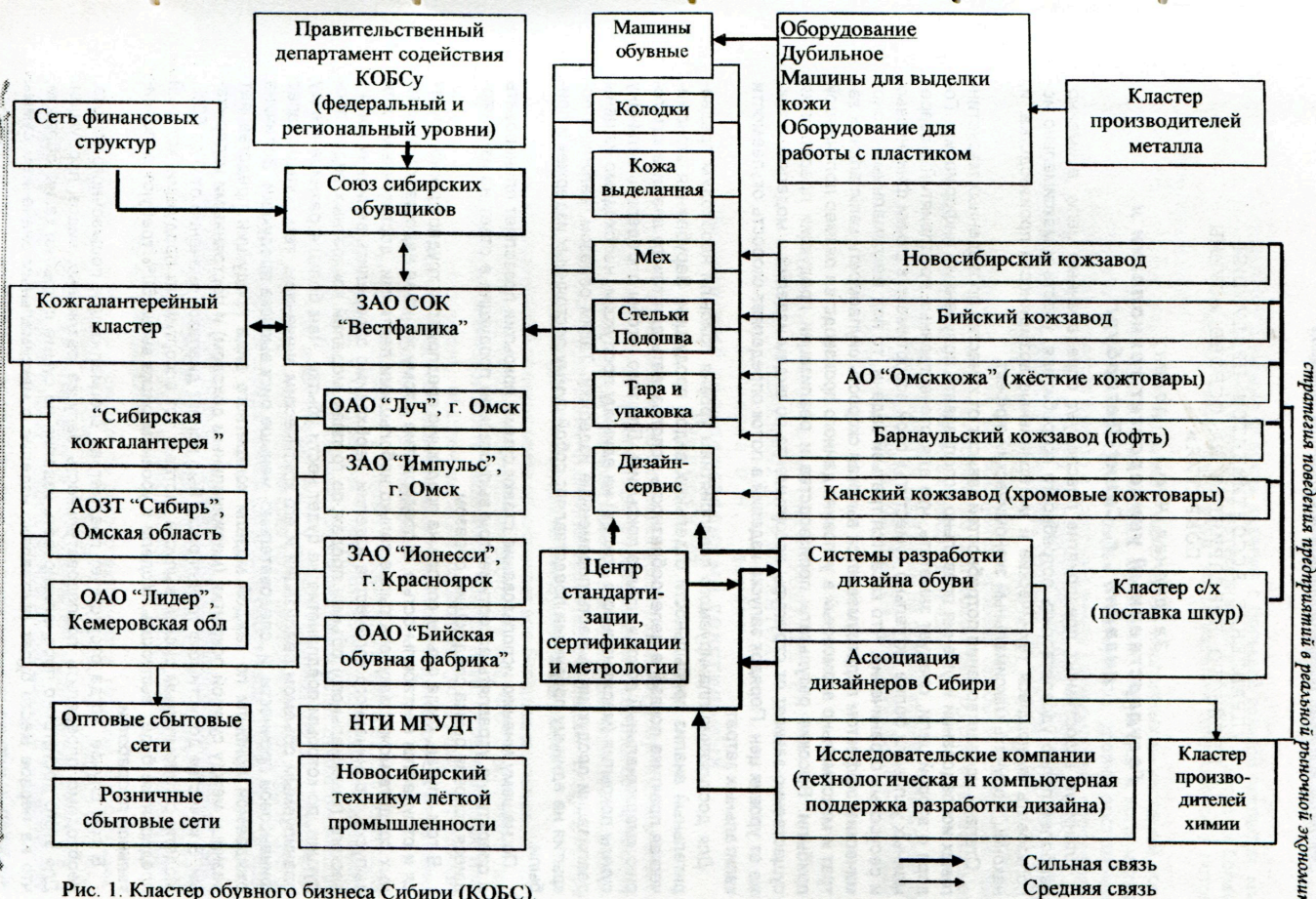


Рис. 1. Кластер обувного бизнеса Сибири (КОБС).