

В зависимости от количества стрелок, идущих в каждом направлении, фактор может играть одну из двух ролей – драйвера (больше стрелок направлено от фактора, чем к нему) или индикатора (большинство стрелок направлено к фактору).

Индикаторами в данной диаграмме являются такие процессы, как: входной контроль и глубина (продолжительность) технологической обработки. Так как от факторов «безответственность» и «невнимательность персонала» исходит большее количество стрелок, то данные процессы являются драйверами. Индикаторы отражают работу драйверов, то есть на качество входного контроля и глубину (продолжительность) технологической обработки влияют такие факторы, как: используемое оборудование, его состояние, квалификация персонала и добросовестность выполнения работы.

В соответствии с полученной диаграммой, предприятиям, для решения поставленной проблемы, рекомендуется внедрять систему подготовки и переподготовки персонала, применять конкурсную основу приема на работу и уделять особое внимание правильности использования оборудования.

Процедура создания диаграммы связей позволяет членам команды предприятия выйти за рамки привычного мышления и способствует реализации творческого потенциала команды, что подтверждает эффективность применения новых инструментов контроля качества обуви.

УДК 334.764.47:685.34(470)

АКТУАЛЬНОСТЬ ФОРМИРОВАНИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО ОБУВНОГО КЛАСТЕРА В ЮФО И СКФО

*В.Т. Прохоров, д.т.н., профессор, Е.В. Компанченко, инженер,
А.В. Власов, магистр, Д.В. Рева, магистр*

*ФГБОУ ВПО «Южно-Российский государственный университет экономики и сервиса»,
г. Шахты, Российская Федерация*

Переход к рыночной экономике и связанные с ним коренные изменения хозяйственных отношений, неизбежно ставят отечественные обувные предприятия перед необходимостью работать по-новому, по законам и требованиям рынка, приспосабливая все стороны своей производственно-хозяйственной и сбытовой деятельности к меняющейся рыночной ситуации и запросам потребителей, соревнуясь при этом с конкурентами. Выданных условиях для обувных предприятий актуальны проблемы формирования конкурентоспособного ассортимента обуви на основе маркетинговой информации и изучения региональных особенностей потребительского спроса. Управление конкурентоспособностью обуви на обувных предприятиях Южного и Северо-Кавказского федеральных округов связано с частой сменой ассортимента и усилением влияния региональных социально-экономических факторов. Повышение конкурентоспособности обуви возможно только за счет разработки новых моделей на основе маркетинговой информации и углубленного изучения предпочтений конкретных групп покупателей, ускорения процесса смены ассортимента при одновременном сохранении или повышении эффективности производственной системы.

Надо сказать, что на ростовском рынке уже появились производители, которые стремятся жить по законам модной индустрии. Об этом, к примеру, свидетельствует их желание дифференцироваться. Некоторые обувщики уже делают свои коллекции на классику, бизнес-стиль, клубный, спортивный стиль и т. д. Правда, некоторые формулировки, например "летние туфли с классическим бизнес-дизайном", слегка настораживают, однако и они уже свидетельствуют о мыслительном процессе. В Ростовской области уже несколько лет бурно развивается производство мужской обуви. Фабрик и обувных цехов уже больше тысячи.

спрос на специалистов-обувщиков давно превышает предложение, а их зарплаты — самые высокие по отрасли. Мощности большинства обувных производств Ростова-на-Дону год от года растут: "В нашей компании на протяжении последних трех лет рост производства примерно на тридцать процентов в год, — говорит Андрей Греков, совладелец ростовской компании «Легрэ». Почти у всех ростовских обувщиков производство растет как минимум на десять-пятнадцать процентов в год" В целом же по России рост в обувной отрасли около 4 % в год. Активно развивающиеся ростовские производители за последние годы "подтянули" и местный рынок сырья и комплектующих — сегодня подошвы и каблуки в Ростове делают лучше, чем в Китае. Ростовский регион уже называют российской обувной провинцией. Однако до китайской Гуанчжоу или итальянской Марке ей пока еще очень далеко.

Ростовскому "обувному чуду" есть несколько объяснений. Ростовская область - один из самых южных российских регионов, там довольно сильна армянская диаспора, а армяне славятся своими обувными традициями. "На юге всегда было развито обувное ремесло, — рассказывает Владимир Казарян, генеральный директор компании «Двин». — Я, например, старый армянин так и напишите обувщик с сорокалетним стажем, в нашем роду все шили обувь"

Надо сказать, что обувная отрасль в Ростовской области развивалась еще в советское время. Только в самом Ростове-на-Дону до перестройки работало шесть крупных обувных фабрик, среди них известная обувная фабрика А.И. Микояна, в целом же по области было более десятка производств. В обувной бизнес стали возвращаться безработные ростовские обувщики и бурно начали развиваться небольшие цеха. "Свой бизнес я начинала с одной швейной машинки, сегодня же на моем предприятии работает — в зависимости от сезона — от тридцати до пятидесяти человек. За четыре года моя компания достигла таких объемов, что мы уже стали участвовать в выставках", рассказывает Татьяна Кокурина, генеральный директор и владелица обувной компании «Аструм». Предприятий, подобных «Аструму», в Ростовской области много. И все же не стоит забывать, что своих успехов ростовские обувщики добились за счет небольших цехов, где производится технологически простой продукт, адекватный рынку по параметру "цена-качество" Усиливающаяся конкуренция требует сегодня от производителей перехода на новый технологический уровень. Если этого не произойдет — бурный рост обувной провинции быстро закончится.

Дело в том, что ростовчане изготавливают исключительно мужскую обувь, продукция разных фабрик практически неразличима, и конкурируют они друг с другом только за счет ценового демпинга. Так, в апреле 2012 года на выставке «Мосшувз» стенды ростовских компаний практически ничем не отличались друг от друга. Сделав ставку на ценовую конкуренцию, производители довели цены до нижнего предела, и это уже не позволяет им зарабатывать. В итоге игроки начинают вытеснять с рынка самих себя. О брэндах, которые позволяли бы хоть как-то выделять обувь из общей массы, в Ростове начали задумываться лишь сегодня.

Кроме того, практически никто из обувщиков не отслеживает дальнейший сбыт своей продукции. И зачастую одна и та же модель появляется в соседних розничных магазинах, и те тоже начинают конкурировать между собой за счет снижения цен.

Управление на фабриках постросно крайне примитивно за редким исключением глава компании совмещает в себе функции и генерального директора, и дизайнера, и начальника отдела сбыта. При небольших объемах производства такая система себя оправдывала, сегодня же в условиях роста она становится тормозом. Для того чтобы у ростовчан открылось второе дыхание, по нашему мнению, им необходимо уходить от ценовой конкуренции. А это означает, что нужно делать более разнообразные коллекции, использовать более качественные материалы, расширяя рынки сбыта, но для этого необходимо использовать инновационные технологии производства на базе универсального

и многофункционального оборудования. Рассчитаны комплексные показатели эффективности инновационных технологических процессов изготовления обуви. С учетом производственной программы сформированы перспективные варианты технологии и оборудования, выбран наиболее эффективный; выявлены возможности рационализации потока, позволяющие исключить «узкие» места, минимизировать простои оборудования, что является одним из условий проектирования гибких технологических процессов. Достоверность проведенных расчетов по оценке эффективности технологических процессов методами целевого программирования при различных технологических и организационных решениях подтверждена расчетами показателей экономической эффективности: себестоимости, прибыли и рентабельности и др.

Предложенная методика позволяет сократить продолжительность технологической подготовки производства и уменьшить сроки экспертных работ при сохранении требуемой глубины и обоснованности инженерных заключений. Экономический эффект проведенных исследований выражается в интеллектуализации труда технолога с сокращением временных затрат на разработку ассортимента выпускаемой обуви и оценку эффективности технологических процессов в сравнении с типовым экономическим расчетом полной себестоимости изготовления обуви.

УДК 334.764.47(470)

РОЛЬ КЛАСТЕРОВ В ОБЕСПЕЧЕНИИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РЕГИОНОВ ЮФО И СКФО

*В.Т. Прохоров, д.т.н., профессор, Т.М. Осина, доцент, Е.В. Компанченко, инженер,
А.А. Скидан, магистр, Э.Ф. Чернышова, студент*

*ФГБОУ ВПО «Южно-Российский государственный университет экономики и сервиса»,
г. Шахты, Российская Федерация*

В условиях геоэкономической конкуренции регионы вступают в конкурентную борьбу за инвестиции людей, политическое влияние, внешние связи, собственность, товарные и финансовые потоки. Вынесение центров управления управления предприятиями, товарно-финансовыми потоками и потоками собственности за границы «Административных» регионов говорит о нарастании новой регионализации России, теперь уже не на административной, а культурной и экономической основах. Региональная политика перестаёт быть только компенсирующей объективные территориальные диспропорции. Она всё больше становится ориентированной на освоение перспективных хозяйственно-экономических укладов, запуск новых видов деятельности, формирование современных инфраструктур, изменение территориальной структуры хозяйства и системы расселения.

В эру глобализации устойчивые конкурентные преимущества носят часто сугубо «Местный» локальный характер. Стандартные факторы производства, информация и технологии легкодоступны. Однако конкурентные преимущества более высокого порядка по-прежнему территориально ограничены, поскольку регионы имеют свои, влияющие на уровень их экономического роста, особенности, лежащие вне области наделённости факторами производства. Такого рода атрибуты носят взаимосвязанный и взаимодополняющий характер. Именно поэтому конкурентный успех является результатом сочетания уникальной социально-экономической среды в регионе с конкурентным преимуществом отраслей. Региональные различия очень важны и часто имеют существенное значение для конкурентных преимуществ.

Это и предопределяет необходимость решения проблемы устойчивого регионального развития с позиции кластерного подхода со свойственным ему понятийным аппаратом.