

УДК 658.155:687.1

Тетяна М. Янковець, Анастасія С. Бондаренко

Київський національний університет технологій та дизайну

ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ В ПІДВИЩЕННІ ПРИБУТКОВОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ З ВИРОБНИЦТВА ОДЯГУ

У статті виявлено проблеми господарювання вітчизняних підприємств легкої промисловості з виробництва одягу та запропоновано шляхи їх вирішення. Встановлено взаємозв'язок між впровадженням інновацій та прибутковістю підприємства, а також систематизовано інноваційні підходи до підвищення прибутковості підприємств з виробництва одягу.

Ключові слова: *інновації, прибутковість, розвиток підприємств з виробництва одягу.*

Татьяна Н. Янковец, Анастасия С. Бондаренко

Киевский национальный университет технологий и дизайна

ИННОВАЦИОННЫЕ ПОДХОДЫ В ПОВЫШЕНИИ ПРИБЫЛЬНОСТИ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ ПО ПРОИЗВОДСТВУ ОДЕЖДЫ

В статье выявлены проблемы хозяйственной деятельности отечественных предприятий легкой промышленности по производству одежды и предложены пути их решения. Установлена взаимосвязь между внедрением инноваций и прибыльностью предприятия, а также систематизированы инновационные подходы к повышению прибыльности предприятий по производству одежды.

Ключевые слова: *инновации, прибыльность, развитие предприятий по производству одежды.*

Tetiana N. Iankovets, Anastasia S. Bondarenko

Kyiv National University of Technologies and Design

INNOVATIVE APPROACHES IN IMPROVING THE PROFITABILITY OF DOMESTIC ENTERPRISE PRODUCING APPAREL

The article reveals the problems in economic activities of domestic enterprises of the light industry and namely its apparel sector along with the ways of solving them. The relationship between the introduction of innovations and enterprise profitability is explained as well as the innovative approaches to increasing the profitability of enterprises which manufacture apparel.

Keywords: *innovations, profitability, development of enterprises producing apparel.*

Постановка проблеми та її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями У сучасних умовах господарювання визначальною умовою забезпечення можливостей інноваційного розвитку вітчизняних підприємств легкої промисловості з виробництва одягу є впровадження у практику господарювання інноваційних підходів до збільшення прибутковості. Важливої ролі набуває глибоке вивчення перспектив використання інноваційних технологій як способу забезпечення конкурентоспроможності продукції та підприємств, обґрунтування стратегії інноваційного розвитку, способів її реалізації та шляхів фінансового забезпечення.

Аналіз останніх публікацій по проблемі. Проблеми підвищення прибутковості підприємств за рахунок впровадження інновацій розглянуті у працях таких зарубіжних вчених: Дж. Бемі, Г. Дея, К. Койна, Ж. Ламбена, В. Олдерсона, М. Портера, Р. Фатхутдінова та інших. Серед вітчизняних дослідників, що займалися вивченням даних проблем на підприємствах легкої промисловості, у т.ч. й з виробництва одягу, є:

Н.Б. Бідник, І. О. Бланк, В. О. Гринцевич, М. С. Грінчук, М. П. Денисенко, О. О. Заремба, Г. О. Земська, Б. М. Курганська, О. І. Лабурцева, В. М. Мартинюк, Л. М. Очеретько, Г.Г. Савіна, І. О. Тарасенко та інші. Не зважаючи на наявність значної кількості наукових публікацій по зазначеній тематиці, невирішеними залишаються проблеми забезпечення розвитку підприємств з виробництва одягу з використанням інновацій.

Метою статті є виявлення проблем діяльності вітчизняних підприємств легкої промисловості з виробництва одягу з метою пошуку шляхів їх вирішення; систематизація інноваційних підходів щодо підвищення прибутковості вітчизняних підприємств з виробництва одягу для забезпечення можливостей їхнього розвитку.

Виклад основних результатів та їх обґрунтування. Види промислової діяльності легкої промисловості України згідно з КВЕД-2010-2016 згруповано у три основні розділи: - текстильне виробництво (ткацьке виробництво, виробництво трикотажного полотна, килимів, канатів, мотузок, нетканих матеріалів, інших текстильних виробів, крім одягу, тощо); - виробництво одягу (виробництво одягу зі шкіри, виробництво робочого, спіднього, верхнього одягу та аксесуарів, виготовлення виробів із хутра, виробництво трикотажного і в'язаного одягу, панчішно-шкарпеткових виробів тощо); - виробництво шкіри, виробів зі шкіри та інших матеріалів (виробництво взуття, дублення і оздоблення шкіри, вичинка і фарбування хутра, виробництво дорожніх виробів, сумок тощо) [13].

Виробництво одягу є провідною галуззю української легкої промисловості. Найбільш відомими підприємствами в цій галузі є: ТОВ «Відіван» (м. Київ), ПАТ «Володарка» (м. Вінниця), ПАТ «Швейна фабрика «Воронін» (м. Київ), ТОВ «Торговий дім «Грегорі Арбер» (м. Одеса), ПП «Вікторія 8» (м. Вознесеньк). Створюються нові українські торгові марки, які з часом перетворюються на успішні бренди, такі як: MARRUS, Syndicate, Ditch Clothing, ТМ Боно, Staff, Ажур, Жива, Headges.

На початок 2015 року в Україні нараховувалось 1682 підприємств з виробництва одягу (крім хутряного та трикотажного), що становить 60,7% підприємств легкої промисловості і майже 4% підприємств промисловості загалом. За період 2010-2015 роки відбувалось скорочення як підприємств легкої промисловості, так і підприємств з виробництва одягу [1-3,24]. Найголовнішими причинами зменшення кількості підприємств є нестабільна економіка, анексія Кримського півострова та АТО на сході України. Щодо останньої причини, то тут переважна частина підприємств просто зупинилася, в основному по причині повного зруйнування в результаті обстрілів. Лише одиниці змогли вивезти з території воєнних дій лінії устаткування [22].

Поряд зі зменшенням кількості підприємств скоротилась і чисельність працівників на даних підприємствах. На початок 2015 р. відносно початку 2010 р. кількість зайнятих працівників у легкій промисловості знизилась на 23,4% та на підприємствах з виробництва одягу – на 29,5%. Однією з причин зниження кількості працівників на підприємствах та небажання молоді працювати у легкій промисловості, зокрема на підприємствах з виробництва одягу, є те, що ця галузь малоприбуткова. Тут середньомісячна заробітна плата майже в 2 рази менша, ніж показник заробітної плати загалом по підприємствах промисловості [22]. За період 2010-2014 рр. номінальна заробітна плата як у промисловості, так і по легкій промисловості щорічно зростала, у 2015 році залишилась без змін. Але в умовах сучасної економічної кризи, інфляції, підвищенні цін на усі товари і послуги реальна заробітна плата у легкій промисловості та на підприємствах з виробництва одягу залишається низькою [17].

За аналізований період часу виробництво продукції з кожним роком все більш скорочувалось. Загалом у 2015 році порівняно з 2010 роком обсяг виробництва чоловічих

сорочок скоротився на 14,2%, жіночих суконь – на 16%, спідниць та спідниць-брюків жіночих – на 16,5%, костюмів чоловічих та хлопчачих – на 37,9%. Більш, ніж у половину знизився обсяг виробництва жіночих та дівчачих костюмів та жіночих й дівчачих блузок, батників, сорочок. Ці показники становлять 59,7% та 64,7% відповідно. Пояснити таку ситуацію можна тим, що до останнього часу багато підприємств виробляли свою продукцію для російського ринку. Але в умовах воєнного конфлікту на сході країни російський ринок поступово закотився, що не могло не відобразитися на замовленнях для українських підприємств з виготовлення одягу. Слід зазначити, серед компаній, що були «зав'язані» на російський ринок, різко зростатиме конкуренція і вижити зможуть лише ті, які вийдуть на нові ринки збуту, проведуть капітальне оновлення основних засобів та запровадять новітні технології у процесі виробництва своєї продукції.

Не дивлячись на те, що третина підприємств з виробництва одягу є збитковими, загалом по галузі рівень операційної діяльності у 2014 році досяг 4,5%. Це у 3 рази більше, ніж 2010 р. і є найвищим рівнем за період незалежності країни. Це вказує на наявний потенціал розвитку. За результатами проведеного аналізу зроблено висновок, що підприємствам з виробництва одягу слід особливу увагу приділити інвестиційній та фінансовій діяльності.

На вітчизняних підприємствах легкої промисловості спостерігається значний знос основних засобів. У 2014 р. порівняно з 2010 р. він збільшився на 38,99%, а залишкова вартість зросла на 9,53% за цей же період. Що стосується підприємств з виробництва одягу, то тут навпаки знос основних засобів зменшився на 7,4% у 2014 р. відносно 2010 р., а залишкова вартість зменшилася на 19,38%. Але незважаючи на покращення показника, більша частина основних засобів є застарілою. Використання застарілого устаткування, яке потребує великих енергозатрат, веде до збільшення собівартості продукції. А це, у свою чергу, призводить до послаблення конкурентних позицій підприємств на ринку, і, як наслідок, до їх збитковості, і навіть банкрутства.

Щодо зовнішньоекономічної діяльності підприємств з виробництва одягу, то тут ситуація зовсім нестабільна. За 2014-2015 рр. багато брендів скоротило продажі в Україні, знизилась купівельна спроможність, стало не вигідно тут працювати. Тому у цей період набагато знизився імпорт, що здавалося би добре. Але проаналізовано лише офіційні дані. У сучасних умовах економічної кризи, нестабільного валютного курсу та нерівності в системі оподаткування багато товарів завозиться в країну контрабандним шляхом. За даними Державної служби статистики України присутність на ринку товарів легкої промисловості, зокрема і одягу, становить біля 40 млрд. грн. (виробництво+імпорт-експорт), однак за розрахунками та експертними оцінками Асоціації підприємств легкої промисловості «Укрлегпром» обсяг внутрішнього ринку становить більше 120 млрд. грн., що втричі перевищує офіційні дані, тобто, ринок товарів легкої промисловості України вкрай «тінізований» [7]. В основному ринок одягу України насичений продукцією підприємств Туреччини – 32%, Китаю – 15%, країн Балтії, Чехії, Польщі – 15%, Росії, Білорусі – 9%, вітчизняними товарами – 13% та інше [24].

Проаналізувавши стан легкої промисловості та галузі виробництва одягу, зроблено висновок щодо погіршення показників їх діяльності. Кризовий стан обумовлений наявністю цілої низки серйозних проблем, а саме [19, 22]:

1. Криза в економіці та воєнні дії на сході країни.
2. Висока собівартість виробництва продукції, причиною чого є різке скорочення сировинної бази і, як результат, повна залежність від імпоротної сировини. Костюми, сукні, сорочки, блузки та інші вироби здебільшого пошиті із тканин з Китаю, Туреччини. Ситуація з імпоротною сировиною особливо погіршилася в останні роки через різке

знецінення гривні. Якщо з 2010 р. по 2013 р. курс гривні був стабільний, то за 2014-2015 рр. гривня знецінилась відносно долара у 3,3 рази [22].

3. Низька заробітна плата робітників галузі та зниження притоку молодих кадрів на підприємства.

4. Низька купівельна спроможність населення. Це пояснюється складним економічним становищем країни.

За результатами соціологічного опитування, проведеного у серпні 2015 року громадською організацією «Українське демократичне коло», дві третини українців відчували погіршення матеріального становища впродовж останнього року. За результатами цього опитування, зараз кожній десятій родині не вистачає грошей на їжу, ще 44% родин складно купувати одяг та взуття [19].

Голова Комітету економістів України Андрій Новак зазначає, що рівень зростання прибутків громадян набагато повільніший, ніж рівень зростання інфляції. За оцінками деяких економістів, реальна інфляція в Україні за останній рік становила приблизно 40-50% [19].

5. Заповнення внутрішнього ринку країни дешевою продукцією китайського та турецького виробництва, а також завезення «секонд-хенду» з Європи [22]. У зв'язку зі зниженням купівельної спроможності споживачі віддають перевагу дешевшій продукції з Китаю чи Туреччини або товарам з Європи – «секонд-хенду». Китайська продукція є надзвичайно конкурентоспроможною за ціною. Низька ціна китайських товарів зумовлена надзвичайною дешевизною робочої сили та ефектом масштабу виробництва.

6. Значна тінізація галузі. На сьогоднішній день багато продукції ввозиться контрабандним шляхом, а це створює недобросовісну конкуренцію на ринку. Ситуація, коли вітчизняний ринок одягу є надзвичайно переповненим дешевими іноземними товарами, призводить до занепаду галузі. Адже не витримуючи конкуренції, заводи і фабрики з виробництва одягу закриваються. І як результат на внутрішньому ринку стає все менше і менше товарів вітчизняного виробництва [22].

7. Негнучкість великих підприємств з виробництва одягу, що уповільнює переорієнтацію виробництва на випуск нової модної продукції.

8. Застаріле обладнання та технології, що здебільшого є причиною високої енергетичної матеріаломісткості продукції.

9. Відсутність бюджетного фінансування науково-дослідних, дослідно-конструкторських робіт для розробки нових технологій.

Проте, незважаючи на ряд проблем, які склалися в розвитку галузі виробництва одягу, все ж таки її варто розглядати як перспективну галузь. Слід зазначити, що українська легка промисловість не може покаржитися на відсутність замовлень із Європи. За найскромнішими оцінками, не менше сотні українських компаній з виробництва одягу виконують регулярні замовлення з країн ЄС [16]. Як зазначають спеціалісти, якість вітчизняного одягу не поступається західним колекціям «прет-а-порте». В Україні одяг шийють із натуральних тканин, дотримуючись державних стандартів [20].

Перспектива роботи галузі полягає у збільшенні частки вітчизняних товарів на внутрішньому ринку та у зростанні експорту продукції власного виробництва. Це дозволить щорічно стабільно нарощувати обсяги виробництва, розширювати асортимент продукції, суттєво покращувати фінансовий стан підприємств, створювати нові робочі місця. Досягнути цього можливо, здійснюючи інноваційну діяльність.

В Україні створено умови для розвитку інноваційної діяльності, сформовано основи нормативно-правової бази та механізми здійснення інноваційної політики, а також створення умов для розвитку відповідної інфраструктури. Проте, реальний стан інноваційної діяльності в Україні більшість експертів-науковців визначають як кризовий.

Аналіз статистичних даних [10-12] показав, що кількість обстежених підприємств з виробництва одягу, хутра та текстилю, що реально працюють, зменшилась у 2014 р. на 2,54% відносно 2010 р. Але, незважаючи на певне зменшення кількості підприємств, частка підприємств, що займалися інноваційною діяльністю, зросла. Так, у 2014 р. частка підприємств з виробництва одягу, текстилю та хутра, що впроваджували інновації, становила 13,86% від загальної кількості порівняно з 10,76% у 2010 р. Найбільше значення даного показника було у 2012 р. – 14,5%. Загалом зроблено висновок, що вітчизняні промислові підприємства не використовують свій потенціал.

За 2010 р. зі 2794 підприємств з текстильного виробництва, виробництва одягу, хутра та виробів з хутра звіти по інноваційній діяльності подали 511 підприємств (18,3%), з них займалися інноваційною діяльністю лише 55 підприємств. Тобто, з 18,3% підприємств, що можуть займатися інноваційною діяльністю, нею займалися лише 10,76%. Звідси маємо 89,24% невикористаного потенціалу. У 2011-2014 рр. інноваційною діяльністю займалися 13,8%, 14,5%, 12,37%, 13,86% підприємств з виробництва одягу, текстилю та хутра відповідно по роках. Їх невикористаний потенціал становить 86,2% у 2011 р., у 2012 р. – 85,5%, у 2013 р. – 87,63% та 86,14% у 2014 р. Це є негативною тенденцією для розвитку підприємств, галузі та загалом для економічного та інноваційного розвитку країни.

Підприємства легкої промисловості, зокрема і підприємства з виробництва одягу, що займалися інноваційною діяльністю, впроваджували у виробництво як інноваційні процеси, так й інноваційні види продукції. У 2014 р. порівняно з 2010 р. вдвічі збільшилась кількість підприємств з виробництва одягу, текстилю та хутра, що впроваджували інноваційні процеси і становила 34 одиниці. Починаючи з 2012 р., частка підприємств з текстильного виробництва, виробництва одягу та хутра, що впроваджували інноваційні види продукції поступово скорочувалась. У 2014 р. вона становила 43,14% проти 56,25% 2011 р. Усі інноваційні види продукції нові для ринку, які впроваджували підприємства легкої промисловості, належать підприємствам з виробництва одягу, текстилю та хутра.

За період 2010-2014 рр. найбільше всього коштів підприємства витрачали на придбання машин, обладнання та програмного забезпечення. Так, у 2013 р. для підприємств з виробництва одягу, текстилю та хутра ці витрати становили майже 92% від загальної кількості витрат, а вже у 2014 р. показник знизився до 61,8%. Найменше ж підприємства з виробництва текстилю, одягу та хутра, підприємства легкої промисловості та промисловості загалом витрачають кошти на інші зовнішні знання. Тут витрати складають 2,3% від загальної кількості витрат. Також суттєво скоротились інші витрати. У 2011 р. підприємства з виробництва текстилю, одягу та хутра на інші витрати виділяли 22,08% від загальних витрат, а у 2014 р. цей показник знизився до 2,97%. Це є негативною тенденцією, адже до інших витрат входять витрати на маркетинг та рекламу, за рахунок яких суттєво збільшуються обсяги реалізації продукції. Що стосується внутрішніх НДР, то тут ситуація покращилась. У 2014 р. підприємства з текстильного виробництва, виробництва одягу, хутра та виробів з хутра витрачали 35,43% коштів від загальних витрат проти 0,47% 2011 р.

Найбільші обсяги реалізації інноваційної продукції спостерігались у 2014 р. Тут даний показник збільшився на 186,2% відносно 2013 р. як по легкій промисловості, так і по текстильному виробництву, виробництву одягу та хутра. Загалом обсяги реалізованої інноваційної продукції у 2014 р. відносно 2010 р. збільшились на 122,52% по легкій промисловості та 239,76% по підприємствах з виробництва одягу, текстилю та хутра. Проте у 2014 р. відносно 2010 р. майже в половину скоротились обсяги реалізації інноваційної продукції аналізованих підприємств за межі України. Також скоротилась кількість підприємств, що реалізовували свою інноваційну продукцію за кордон. За

аналізований період кількість підприємств легкої промисловості, що реалізовували інноваційну продукцію за межі України, скоротилась на 45,45%, підприємств з виробництва текстилю, одягу та хутра – на 55,56%.

Проаналізувавши інноваційну діяльність підприємств легкої промисловості та підприємств з виробництва одягу зроблено висновок, що в цілому частка інноваційно активних підприємств залишається невеликою, а їх інноваційна діяльність не дозволяє в достатній мірі отримувати доходи на рівні, достатньому для відтворення інноваційної діяльності на новому, більш якісному рівні. Основними чинниками, що сприяють інноваційній діяльності промислових підприємств легкої промисловості, зокрема підприємств з виробництва одягу, виступають такі [9]: економіко-технологічні (наявність потенціалу фінансових, матеріально-технічних засобів, прогресивних технологій, необхідної господарської та науково-технічної інфраструктури, матеріальне заохочення за інноваційну діяльність); політико-правові (законодавчі заходи (пільги), що заохочують інноваційну діяльність, державна підтримка інновацій); організаційно-управлінські (гнучкість організаційних структур, демократичний стиль управління, переважання горизонтальних потоків інформації, децентралізація, автономія, формування цільових груп); соціально-психологічні (моральне заохочення, суспільне визнання, забезпечення можливостей самореалізації, висока оцінка творчої праці, нормальний психологічний клімат у трудовому колективі). Для того, щоб наша країна зробила прорив в області інновацій, потрібна належна підтримка державних органів влади, створення сприятливого інвестиційного клімату, нові наукові здобутки та високотехнологічні рішення [5].

Основоположною вимогою в умовах ринкової економіки є безбитковість господарської діяльності підприємств та забезпечення у визначених розмірах рентабельності функціонуючого капіталу. У сучасних умовах роль прибутку в господарському механізмі велика, оскільки отриманий прибуток є основним джерелом виробничого і соціального розвитку будь-яких підприємств. Висока роль прибутку в розвитку підприємств і забезпеченні інтересів власників та персоналу визначають необхідність постійного його збільшення та ефективного управління ним. У світовій практиці виділяють три основних джерела отримання прибутку підприємства: монопольне положення підприємства; інноваційна діяльність; ефективна виробнича і підприємницька діяльність [4].

Найбільш надійним джерелом для отримання прибутку є інноваційна діяльність підприємства. Вона припускає постійний випуск інноваційної продукції (послуг), впровадження інноваційних технологій або прийняття новаторських організаційних рішень, при цьому забезпечуючи конкурентоспроможність підприємства, зростання обсягів реалізації продукції (послуг) та збільшення обсягу прибутку.

Основу розуміння сутності інноваційної діяльності дає усвідомлення сутності економічної категорії «інновації», стосовно якої у світовій економічній літературі немає однозначного визначення. Ця категорія в основному трактується як перетворення потенційного науково-технічного прогресу в реальний, який втілюється в нових продуктах і технологіях. Різні вчені характеризують інновації в залежності від об'єкту і предмету свого дослідження. Під інноваціями визначаємо систематичний процес впровадження новацій у господарську діяльність, результатами чого є: покращення виробничих та бізнес-процесів, удосконалення організаційної структури, підвищення якості та конкурентоспроможності продуктів та послуг, підвищення ефективності діяльності підприємства, збільшення прибутковості підприємств та розвиток галузі, в якій функціонує підприємство.

Інновації як результат інноваційної діяльності, з одного боку, повинні бути орієнтовані на краще, більш повне задоволення запитів споживачів, а з іншого – на отримання певного економічного ефекту у вигляді прибутку для підприємств, що ініціюють їх розробку й

упровадження [6]. Інновації повинні характеризуватися новизною, як науковою, так і технічною, практичною застосовністю, можливістю до впровадження, необхідністю, ефективністю, реалізацією, захищеністю, прибутковістю в довгостроковій перспективі.

Сучасні підприємства сприймають інновації як засіб збільшення прибутку і завоювання більш широкого сегмента ринку. Уряди вважають їх панацеєю з точки зору прискорення економічного зростання за допомогою підвищення конкурентоспроможності у світі. Інновації створюють вартість і матеріальні багатства, спираючись на якісну форму змін (у будь-якій області – технології, матеріалів, цін, послуг, демографії або навіть геополітики), формуючи новий попит або вдаючись до нових способів заміщення основного капіталу та використання «зрілих ринків». Інновації сприяють переміщенню ресурсів у сферу більш високої продуктивності та прибутку.

На сьогоднішній день існує багато інноваційних підходів, за рахунок яких можливо збільшити прибутковість підприємств. Виділимо основні їх напрями [6,8,15]:

1. Розширення номенклатури реалізованої продукції (послуг). Стосовно вже функціонуючого підприємства, розширення номенклатури продукції, що випускається, можливо тільки у двох напрямках: за рахунок випуску нової (раніше не вироблюваної на даному підприємстві) продукції або за рахунок удосконалювання (модернізації, модифікації) продукції, що вже випускається, або ж послуги, що надається. Як перший, так і другий напрям, що забезпечує розширення номенклатури продукції (послуг), врешті-решт призведе до збільшення прибутку і це прямо пов'язано з інноваційною діяльністю, тому що сукупність робіт, пов'язаних з розробкою, освоєнням і поліпшенням уже виробленої продукції за своєю суттю є інноваційною діяльністю.

2. Мінімізація витрат на виготовлення та реалізацію одиниці продукції (послуги). Зниження витрат на виготовлення та реалізацію одиниці продукції або послуги можливо тільки двома шляхами; або за рахунок мобілізації резервів уже використовуваної технології, або за рахунок освоєння нового технологічного ланцюга чи нових елементів у старому технологічному ланцюзі [8].

3. Інноваційний маркетинг. Підприємствам необхідно створити відділи маркетингу (на сьогоднішній день на багатьох підприємствах вони ліквідовані) та інноваційні підрозділи, завданням яких є постійна розробка та впровадження нововведень, визначення напрямів інноваційного розвитку. Інновації дають можливість створювати ілюзію унікальності продукту за рахунок реклами, маркетингу, якості обслуговування та інше.

4. Максимізація ціни, за якою реалізується продукція або надається послуга. Можливість збільшення ціни реалізації продукту або послуги прямо залежать від попиту та пропозиції продукції підприємства на ринку. Найважливіше значення тут має те, чи діє підприємство в умовах конкурентної боротьби, чи займає монопольне положення. Результатом монопольного положення є практично нічим не обмежена можливість збільшення ціни реалізації продукту або послуги та, як наслідок, прибутку. Тут слід зазначити, що здійснювана підприємствами та організаціями інноваційна діяльність і одержувані інновації є одним із засобів, за допомогою яких вони можуть забезпечити монопольне положення на ринку або попит на продукцію й необґрунтоване завищення ціни її реалізації. У цьому випадку можливість збільшення прибутку буде залежати від виду реалізованої інновації [6, с. 148-149].

5. Максимізація обсягів реалізації продукції або послуги. Можна виділити два основних напрями: збільшення обсягів реалізації продукції (послуги), що вже випускається на даному підприємстві, і нової продукції (послуги). У свою чергу, збільшення обсягів реалізації продукції, що випускається можливо за рахунок проведення комплексу маркетингових заходів, спрямованих на стимулювання збуту (реклама, лотереї, конкурси, розпродаж й т. ін.), вихід на нові ринки зі старою (для даного підприємства) продукцією, а

також за рахунок підвищення споживчої привабливості продукції [6, с. 149].

6. Створення кластерів. Кластерні об'єднання позитивно впливають на розвиток виробництва, а також змінюють підходи до процесу управління та її організації. Кластерні схеми стають більш розвиненими і виявляють важливі взаємозв'язки між галузями однієї чи декількох країн. Підприємства інноваційно-промислового кластера набувають додаткових конкурентних переваг завдяки здатності здійснювати внутрішню спеціалізацію і стандартизацію продукції, мінімізувати витрати не лише на трансакціях, а й на впровадженні інновацій. Компанії, що входять до кластера, мають доступ до спеціальних знань галузі на «ноу-хау», які акумулюються та розповсюджуються через підприємницькі сфери та інноваційні компанії [15].

7. Нові методи організації та керування виробництвом і збутом продукції. За рахунок впровадження інновацій у соціальну сферу на підприємстві, можна захопити працівників, чим значно підвищити продуктивність праці.

8. Впровадження нового обладнання. За рахунок нового обладнання можна збільшити обсяги виробництва, економити на заробітній платі, зменшити трудомісткість, а відповідно, і підвищити продуктивність праці.

9. Стандартизація відіграє важливу роль у сучасному виробництві. Споживачі все частіше бажають купувати продукцію високої якості, яка відповідає усім технологіям та стандартам.

Узагальнюючи все вищезгадане, буде доречним навести слова голови ради директорів компанії «General Electric» Джека Уэлчи, якого журнал «Fortune» назвав кращим менеджером ХХ ст. На його думку, бізнес – це проста річ: ви повинні робити дешевше, швидше й краще всіх, а для цього треба підвищувати продуктивність і оперативність керування бізнесом, а також впроваджувати якнайбільше інновацій. Це ще раз підтверджує вирішальну роль інноваційної діяльності й одержуваних у результаті її проведення інновацій у розвитку економічних систем. Однак варто підкреслити, що підвищення продуктивності й керованості бізнесом також буде результатом інноваційних перетворень [23].

Отже, після проведеного аналізу, зроблено висновок, що саме впровадження інновацій на підприємствах є реальною запорукою успішної їх діяльності. Про це свідчать наведені нижче приклади застосування інновацій на вітчизняних підприємствах з виробництва одягу:

1. Фастівське АТЗТ швейне підприємство «Козак» активно провадить інноваційний процес та здійснює трансфер технологій. За сприяння програми «TRANSFORM» підприємство проводить консультації з питань вдосконалення організації праці та економіки завдяки поліпшенню (реорганізації) технології й системи управління виробничими процесами. Під час реорганізації потоку по виробництву чоловічих брюк впроваджене транспортування напівфабрикатів візками, проведено навчання майстра та бригадира потоку, введено облік роботи у нормо-годинах по кожному робочому місцю і облік кількості продукції, що випускається бригадами за кожний час роботи. Після впровадження нової організації потоку продуктивність праці підвищилась на 30%. Паралельно проведено навчання робітників основних операцій, це дало змогу поліпшити якість продукції. Також досягнуто скорочення витрат на виробництво на 3% [15].

2. ВАТ «Вінницьке швейне підприємство «Володарка» виготовляє чоловічі костюми. Працюючи з провідними німецькими, французькими, голландськими фірмами, підприємство випускає продукцію на рівні міжнародних стандартів. ВАТ «Володарка» постійно працює над розширенням та вдосконаленням виробництва, впроваджуючи нові технології із залученням імпортного устаткування. За власні кошти реконструйовано виробничий цех з пошиття чоловічих піджаків. Закуплено й уведено в дію

високопродуктивні універсальні та спеціальні машини, автомати і напівавтомати провідних фірм світу – «DURKOPP ADLER AG», «JUKI» і «PFAFF». Впроваджено автоматизоване конструювання одягу настилення тканин та розкroювання виробів завдяки застосуванню систем «Assyst» і «Gerber». Для вирішення питань удосконалення технології та організації виробництва сумісно з представником фірми «Weis Consulting Assoc, GmbH» фахівці підприємства розробили технологічну лінію «Пілот» для виробництва чоловічих брюк з застосуванням незйомного процесу. Виконання проекту провадилось паралельно з удосконаленням організації виробництва, впровадженням сучасних європейських методів обробки, реорганізацією системи обліку та контролю робіт, виконаних протягом однієї зміни. Застосування техніки хронометражу за німецькою системою «REFA» дало змогу підприємству перейти до акордної системи оплати праці. Такий комплексний підхід до впровадження нововведень дав змогу в 2,5 рази скоротити період від запуску крою до отримання готових виробів. Продуктивність праці зросла на 78,5% у зміну. За аналогічною схемою проведено реорганізацію потоку з виробництва піджаків. Водночас на підприємстві «Володарка» з метою підвищення конкурентної стійкості та розвитку внутрішнього ринку проведено консультації у сфері маркетингу. Одним із ключових моментів консультування було визначення тенденцій розвитку ринку, взаємозв'язку цін і попиту покупців. Для внутрішнього ринку з урахуванням рекомендацій консультантів розроблено нову колекцію моделей, виготовлено нові етикетки з логотипом «Володарка» [14].

3. Хмельницьке ЗАТ «Хмельницьклегпром» має сучасну базу з японського устаткування 3-го (останнього) покоління. Наявність такого устаткування надає змогу постійно оновлювати та розширювати кількість виробів згідно з останніми тенденціями в світі. Виробництво одягу для Збройних сил України здійснюється за допомогою використання автоматизованої системи виробництва за технологіями американської фірми «GERBER». Також оснащено дане підприємство новітніми високопродуктивними технологіями таких відомих світових брендів, як «JUKI», «Durkopp», «Pfaff» за допомогою настільного та розкрійного механізмів вже згадуваної фірми «GERBER». У виробничій сфері постійно ведеться удосконалення за допомогою сучасних технологій, що сприяло повному технічному переоснащенню підприємства та заміні старого устаткування на новітнє. З цією метою було проведено повну комп'ютеризацію виробництва, ведеться впровадження автоматизованого проектування моделей [14].

4. Хмельницький швейний кластер був першим в Україні об'єднанням підприємницьких структур подібного типу. Він почав створюватися в 1997 р. за участі Технологічного університету Поділля (нині Хмельницький національний університет), торгово-промислової палати, головного управління економіки облдержадміністрації, ряду банків і підприємств швейної галузі. Студентський Будинок моди університету став інноваційним центром кластера. Завдяки конструкторським розробкам, моделюванню й дизайну нових виробів, навчанню й стажуванню студентів і підприємців у кластерних структурах Польщі й Італії, учасникам кластера вдалося досягти виробничого й комерційного успіху. Це була спроба зупинити спад виробництва і підвищити продуктивність праці Подільського регіону, використовуючи переваги кооперації та об'єднання зусиль самих підприємств без залучення державних коштів. Нині у Хмельницькій області налічується понад 30 підприємств – виробників продукції та підприємств сервісного спрямування [18].

5. ПП «Вікторія 8» – одне з провідних підприємств України по виробництву конкурентоспроможного жіночого одягу ділового стилю, який користується попитом як на зовнішньому, так і на внутрішньому ринках. Понад 20 останніх років підприємство стабільно працює з іноземними фірмами Франції, Голландії, Швеції, Німеччині, Англії.

Постійно проводиться робота над розширенням внутрішнього ринку. Вироби фірми можна купити майже у всіх обласних центрах України. На підприємстві повністю проведено технічне переоснащення новітнім високопродуктивним обладнанням фірм Японії, Німеччини, Америки. Підприємство має чисельні нагороди за стабільність, якість, професійність, додатково створені робочі місця та інше [21].

Проте не всі підприємства використовують інновації для покращення своєї діяльності. Більшість підприємств відмовляється від нововведень через такі причини [14, с. 9]: нестача власних коштів; великі витрати на нововведення; недостатня фінансова підтримка держави; високий економічний ризик; недосконалість законодавчої бази; тривалий термін окупності нововведень; відсутність коштів у замовників; відсутність можливостей для кооперації з іншими підприємствами і науковими організаціями; нестача інформації про нові технології; нестача інформації про ринки збуту; відсутність кваліфікованого персоналу; несприйнятливність підприємств до нововведень; відсутність попиту на продукцію.

Підсумовуючи, слід зазначити, що від інноваційної активності підприємства залежить його здатність задовольняти потреби споживачів, положення на ринку, конкурентоспроможність і, в кінцевому підсумку, фінансова стійкість, підвищення прибутку та спроможність до розвитку. Тільки своєчасне та комплексне впровадження інновацій дозволить підприємству забезпечити його подальший ефективний розвиток. Економічна стійкість тим вище, чим вище прибуток, який залежить від ступеня та інтенсивності впровадження інновацій.

Висновки та перспективи подальших досліджень Підприємства з виробництва одягу виробляють широкий асортимент товарів споживчого призначення. Продукція даних підприємств має стійкий попит і затребувана у багатьох сферах життєдіяльності людини і має безпосередній вплив на економіку та здоровий розвиток суспільства.

Проте на сьогоднішній день легка промисловість та підприємства з виробництва одягу знаходяться у кризовому становищі. Основними стримуючими чинниками розвитку підприємств з виробництва одягу є: економічна криза та війна на сході країни; висока собівартість виробництва товарів; низький притік молодих кадрів на підприємства легкої промисловості; залежність вітчизняного виробництва від імпортованої сировини; низька купівельна спроможність населення; заповнення внутрішнього ринку країни дешевою продукцією китайського та турецького виробництва, а також завезення «секонд-хенду» з Європи; значна тінізація галузі; недостатня інвестиційна та інноваційна діяльність. В країні налічується мала кількість підприємств, що займаються інноваційною діяльністю. Багато підприємств не використовують наявний потенціал.

Найголовнішими інноваційними підходами, що застосовують вітчизняні підприємства для підвищення прибутковості, є такі: розширення номенклатури реалізованої продукції (послуг); мінімізація витрат на виготовлення та реалізацію одиниці продукції (послуги); інноваційний маркетинг; максимізація ціни, за якою реалізується продукція (послуга); максимізація обсягів реалізації продукції (послуги); створення кластерних об'єднань; нові методи організації та управління виробництвом і збутом продукції; впровадження нового обладнання; стандартизація.

Проведений аналіз показав, що інновації дають можливість підприємству підвищити прибуток, забезпечуючи конкурентоспроможність продукції, знизити ризик банкрутства в перехідний період, забезпечити економічну стійкість. Останнє є узагальнюючим чинником виживання підприємства серед конкурентів, оскільки визначає ступінь підготовленості до змін зовнішнього середовища. Забезпечуючи тим самим меншу залежність від зовнішнього середовища, економічна стійкість, у свою чергу, знаходиться під впливом інноваційної сфери діяльності. Звідси випливає, що економічна стійкість тим

вище, чим вище прибуток, який залежить від ступеня впровадження інновацій.

Отже, підприємства легкої промисловості з виробництва одягу мають усі можливості для виходу на світовий ринок зі своєю продукцією. Саме запровадження інноваційних технологій є реальною запорукою успішної їх діяльності.

Подальшими перспективами дослідження даної проблеми є удосконалення механізмів управління інноваційною діяльністю промислових підприємств з виробництва одягу на основі впровадження нових технологій управління, а також пошук конкретних інструментів розвитку промислових підприємств.

Література

1. Діяльність суб'єктів господарювання. Стат. збірник – К. : «Інформаційно-аналітичне агентство» (Держаналітінформ), 2011. – 454 с.
2. Діяльність суб'єктів господарювання. Стат. збірник – К. : ТОВ «Видавництво «Консультант», 2014. – 475 с.
3. Діяльність суб'єктів господарювання. Стат. збірник – К. : ТОВ «Видавництво «Консультант», 2015. – 465 с.
4. Колобкова В. В. Управління прибутком інноваційного підприємства : [Електронний ресурс] / В. В. Колобкова // Донецький національний технічний університет. – Режим доступу: <http://masters.donntu.org/2011/iem/kolobova/diss/indexu.htm>.
5. Левкович О. М. Проблеми та перспективи інноваційної діяльності підприємств України : [Електронний ресурс] / О. М. Левкович, Н. Ю. Чернійчук. – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/39_VSN_2014/Economics/10_182626.doc.htm.
6. Літвиненко М. В. Інноваційна діяльність підприємства як джерело підвищення прибутку / М. В. Літвиненко, І. В. Кедревич // Наукова періодика. Харків. – 2011. – С. 147-151.
7. Матеріали до засідання правління «Укрлегпром» 11.06.2015 / Інформаційно-аналітичні матеріали Української асоціації підприємств легкої промисловості «Укрлегпром 2015». – К., 2015. – 55 с.
8. Нагла А. А. Роль інноваційної діяльності у збільшення прибутку підприємства : [Електронний ресурс] / А. А. Нагла // Харків, 2011. – Режим доступу: <http://www.kbuara.kharkov.ua/e-book/conf/2011-2/doc/4/03.pdf>.
9. Наукова та інноваційна діяльність в Україні. Стат. збірник. – К. : ДП «Інформаційно-видавничий центр Держстату України», 2011. – 282 с.
10. Наукова та інноваційна діяльність в Україні. Стат. збірник. – К. : Державна служба статистики України, 2013. – 287 с.
11. Наукова та інноваційна діяльність в Україні. Стат. збірник. – К. : Державна служба статистики України, 2014. – 314 с.
12. Наукова та інноваційна діяльність в Україні. Стат. збірник. – К. : Державна служба статистики України, 2015. – 255 с.
13. Національний класифікатор України ДК 009:2010 «Класифікація видів економічної діяльності», затверджений наказом Державного комітету України з питань технічного регулювання та споживчого комітету від 11.10.2010 №457 : [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/FIN61334.html.
14. Нижник В. М. Перспективи розвитку інноваційних технологій на підприємствах легкої промисловості / В. М. Нижник, І. В. Пасічник // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2010. – № 6, т. 3. – С. 7-10.
15. Паливода О. М. Формування економічної стійкості швейних підприємств України на основі кластерних мереж : [Електронний ресурс] / О. М. Паливода, Ю. І.

Прима // Технології та дизайн. – 2013. – № 4 (9). – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/td_2013_4_17.

16. Панченко Ю. Нелегка євроінтеграція легкої промисловості : [Електронний ресурс] / Ю. Панченко // Європейська правда, 13.02.2015 р. – Режим доступу: <http://www.eurointegration.com.ua/articles/2015/02/13/7030806/>.

17. Праця України у 2014 році. Стат. збірник. – К. : ТОВ «Видавництво «Консультант», 2015. – 280 с.

18. Соколенко С. І. Підвищення конкурентоздатності економіки на основі формування кластерів. Захід та Південь України. (Підсумки соціально-економічних досліджень). За ред. Соколенко С. І. – К.: Логос, 2005. – 238 с.

19. Українці стали жити гірше : [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.radiosvoboda.org>.

20. Украинцы одевают Европу, самым же по карману только Турция и Китай : [Електронний ресурс] / Гильдия производителей одежды Украины. – Режим доступу: http://www.ua-fashion.net/index.php?option=com_content&view=article&id=388%3A2010-02-23-08-26-25&catid=3%3Anews&Itemid=3&lang=ru.

21. Укрлегпром. Офіційний сайт : [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ukrlegprom.org.ua/products/shtany/pp_viktoriya_8.

22. Фаріон Н. О. Сучасний стан легкої промисловості України: проблеми та шляхи вирішення : [Електронний ресурс] / Н. О. Фаріон // Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка», 2015 р. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4423>.

23. Oslo Manual. Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data 3rd edition. A Joint Publication of OECD and Eurostat. OECD/EC, 2005. – 192 с.

24. Офіційний сайт Державної служби статистики [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua.