

**УДК 658.589**

**Наталія Юрик, Анатолій Грабовський**

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

## **ЕФЕКТИВНІ НАПРЯМИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ЛЕГКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ**

**Natalia Yurik, Anatolij Grabowski**

## **EFFECTIVE DIRECTIONS OF INNOVATION DEVELOPMENT FOR LIGHT INDUSTRY ENTERPRISES OF UKRAINE**

Важливим для підприємств легкої промисловості України є забезпечення сталого довгострокового економічного зростання на основі впровадження інноваційних процесів. Функціонування вітчизняних підприємств легкої промисловості пов'язано зі складністю, невизначеністю та динамічністю зовнішнього середовища. З появою нових конкурентів на товарних ринках підприємству необхідно здійснювати пошук ефективних напрямків інноваційного розвитку з урахуванням впливу внутрішніх і зовнішніх чинників, використовувати нові методи управління задля створення інноваційних конкурентних переваг. Виконати це завдання можливо, використовуючи систему стратегічного управління, орієнтованого на ринок. Від вміння керівництва організувати процеси всередині підприємства та ззовні так, щоб можливо було спрогнозувати попит і забезпечити його конкурентоспроможною продукцією, залежить досягнення стратегічної мети підприємства та його ефективний розвиток. Значний вплив на це справляє залучення у практику господарської діяльності інновацій через формування та реалізацію інноваційних стратегій. Інноваційна стратегія відноситься до внутрішньої функціональної стратегії, яка має на меті комерційний результат та супроводжує інноваційну діяльність підприємства. Проаналізувавши поняття “інноваційна стратегія”, можна сказати, що стратегія інноваційного розвитку – це проект дій, які необхідно здійснити для реалізації корпоративних стратегій підприємства, які націлені на оновлення певних компонентів виробництва, реалізації та споживання продукції.

Мета інноваційної стратегії “грати, щоб виграти” – інвестувати кошти у таку інновацію, яка надала б підприємству конкурентні переваги над конкурентами. Тут передбачається використання радикальних або напіврадикальних інновацій, рівень ризику під час використання даної стратегії є дуже високим. Під інноваційною стратегією “грати, щоб не програти” мається на увазі впровадженню інновацій, близьких до існуючих, при цьому ступінь ризику значно нижчий. Для підприємств легкої промисловості варто виділити такі інноваційні стратегії: інноваційну стратегію наступу (власні інновації підприємства, не схожі на конкурентів) та інноваційну стратегію наслідування або копіювання (запозичення інновації у іншого підприємства чи держави).

У стратегічному управлінні виділяються стадії формування та реалізації стратегії. При формуванні стратегії підприємства необхідно враховувати вплив зовнішнього та внутрішнього середовища на функціонування підприємства. Початковим етапом формування стратегії є формулювання місії або мети стратегії. Далі необхідно оцінити рівень нестабільності середовища, здійснити вибір методології управління, розглянути відомих та потенційних конкурентів на ринку. Наступним

етапом є виявлення сильних та слабких сторін підприємства, де необхідно зазначити спроможність розробки інновацій власними силами підприємства чи запозичення вже існуючих інновацій (на основі укладання договорів). Далі варто оцінити відповідність організаційної структури підприємства обраній стратегії, розглянути тенденції розвитку галузі, розробити альтернативні інноваційні стратегії. Заключним етапом є вибір стратегії інноваційного розвитку підприємства, для цього необхідно надати оцінку ресурсам підприємства та порівняти витрати з можливим ефектом.

Реалізовувати стратегію наступу (створення інноваційного продукту силами підприємства) можуть великі та середні підприємства з високим інтелектуальним потенціалом та хорошим фінансовим станом. На сьогодні великі та середні підприємства легкої промисловості перейшли до стратегії толінгових схем роботи, або здачі в оренду приміщень іншим підприємствам, що надало їм можливість зберегти свій кадровий потенціал, свою спеціалізацію, виробничі приміщення та мати невеликий, але стабільний дохід. Толінгові схеми передбачають виробництво продукції європейською якості, а вимоги європейських стандартів до швейної продукції в порівнянні з вітчизняними набагато жорсткіші, тому перевагою для підприємства-орендавця за такої схеми є підвищення кваліфікації персоналу та їх робота на сучасному обладнанні. Недоліком є зниження за останні роки з боку фірми-замовника обсягів замовлень на виробництво продукції за толінговими схемами в Україні. Тому, для українських підприємства дуже важливим є експорт своєї продукції на міжнародні ринки.

Вагома частка від загальної кількості підприємств легкої промисловості складають малі підприємства. Вони застосовують стратегію “ринкової ніші”. Причому, більша частина цих малих підприємств через обмежені фінансові ресурси працює по застарілих технологіях та на застарілому обладнанні (питома вага фізичного зношування основних фондів галузі перевищує 50%), на якому неможливо виготовляти сучасну та якісну продукцію. Тому, говорити про те, що вони є конкурентами по якості продукції для великих підприємств важко. Та варто відмітити, що перевага даних підприємств полягає у гнучкості реагування на вподобання смаків споживачів та тенденції моди, а також на зміну асортименту за рахунок того, що вони виробляють продукцію малими партіями. Тому, для перспективного розвитку малим підприємствам варто запропонувати інноваційну стратегію наслідування або копіювання. Для підвищення ефективності реалізації інноваційної стратегії на підприємствах легкої промисловості слід запропонувати наступні заходи: обрати найбільш доцільний вид інноваційної стратегії; довести до відома всього персоналу підприємства про обрану стратегію; порівняти наявні ресурси підприємства з розробленою стратегією; здійснювати постійний контроль та регулювання за реалізацією інноваційної стратегії на підприємстві.

При розробленні інноваційної стратегії треба чітко визначити наступні питання: види інновацій, які підприємство збирається розробити або придбати; фінансові ресурси та можливі джерела фінансових ресурсів для розроблення або придбання інновацій; алгоритм набуття майнових прав на розроблену власну силами або надбану інновацію; адаптація персоналу підприємства до інновації (необхідний кваліфікаційний рівень персоналу при розробці інновації або необхідність перекваліфікації та додаткового навчання персоналу при надбанні інновації).