

УДК 339.13

Пелех Роман

Pelech Roman

Науковий керівник: к.е.н., доцент Краузе О.І.

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

**МОДЕЛЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ДЛЯ
ПІДПРИЄМСТВ СВІЛОТЕХНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ
MODELING OF INNOVATIVE STRATEGY FOR DEVELOPMENT
FOR LIGHT-TEXTILE PRODUCTION ENTERPRISES**

На сучасному етапі розвитку за умов жорсткої конкурентної боротьби, що ускладнюється економічною кризою та несприятливим правовим полем, підприємства з випуску світлотехнічної продукції зіткнулись з рядом труднощів, що пов'язані коливанням курсу валют, відтоком високваліфікованих кадрів, фізичною і моральною застарілістю обладнання та ще і на додачу низькою платоспроможністю споживачів.

Український ринок світлотехнічної продукції включає в себе виробників і продавців таких товарів: світильники, джерела світла, супутні товари. Різноманітність продукції обумовлена специфікою діяльності підприємств галузі.

Структура ринку світлотехнічної продукції є наступною: 55% від сукупного обсягу продукції належить побутовим світильникам, 15% припадає на зовнішнє освітлення (вуличне, архітектурне) і 30% – офісне та промислове освітлення, освітлення робочих приміщень (рис. 1).

Як видно з наведеної діаграми, більше половини виробленої продукції припадає на побутові світильники, друге місце посідає офісне і промислове освітлення, а от зовнішнє освітлення значно відстає в обсягах виробництва і реалізації (щоб отримати підтвердження цьому достатньо

пройтися вечірніми вулицями, парками, які є недостатньо освітлені, а наявне освітлення є, здебільшого, фізично і морально застарілим).

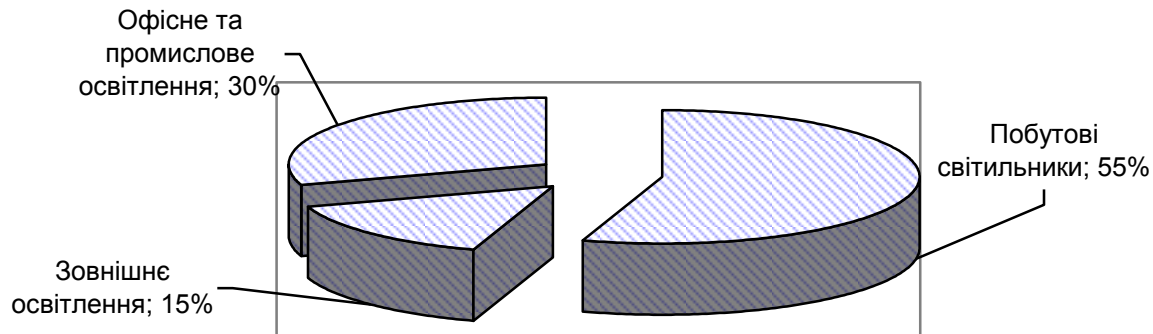


Рис. 1. Структура вітчизняного ринку світлотехнічної продукції, % до загального обсягу продукції

Освітлювані прилади в Україні виробляє близько 35 підприємств. Одним з найбільших виробників є ТОВ «ОМП Корпорація «Ватра» (м. Тернопіль). Для формування інноваційної стратегії розвитку підприємства необхідно, насамперед, оцінити ряд чинників, що впливають на конкурентоспроможність даного підприємства. до таких слід віднести: наявність концепції інноваційного розвитку; потенціал підприємства; частка ринку; потенційна місткість ринку; рівень попиту на продукцію підприємства; якість продукції; рівень технічного та технологічного забезпечення; якість кадрового забезпечення.

Саме аналіз цих чинників дозволить визначити перспективні напрями розвитку. Основними шляхами інноваційного розвитку підприємства вважаємо удосконалення системи інформаційно-маркетингового забезпечення, розширення ринків збуту.