

ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ ОТРАСЛИ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ (НА ПРИМЕРЕ ООО «Ю-ДИЗАЙН»)

Н. А. Задорожнюк, кандидат экономических наук; Д. А. Попков

Отрасль легкой промышленности важна для экономики любой страны. Современные экономические условия обуславливают необходимость предприятиям повышать эффективность производства, конкурентоспособность продукции и услуг на основе внедрения достижений научно-технического прогресса и инноваций. Ключевая роль в реализации этих задач отводится анализу финансовой устойчивости, инновационного потенциала, а также другим возможностям, реализация которых обеспечит инновационное развитие предприятия.

Инновационное развитие предприятия является основой для повышения эффективности его деятельности. Что касается предприятий Украины, то процессы их системного реформирования выходят на первый план. Отсюда возникает необходимость изменения технологии производства, что связано с инновационной стратегией предприятий, организаций и фирм, что важно в условиях рыночной экономики, характеризующейся быстрым изменением конъюнктуры и активной конкурентной борьбой предприятий.

Вопросам инновационного развития посвящено множество трудов. Например, А. В. Гриньов исследовал в инновационный капитал и метода его оценивания [1]; О. С. Иванюков и Л. С. Мартюшева изучал инновационный потенциал предприятия [2–3]; М. О. Кравченко исследовал кадровую политику инновационного капитала [4]; В. М. Ладник уделял особое внимание управлению инновационного потенциала предприятия в условиях переходной экономики [5]. И. М. Репина рассматривала инновационный потенциал предприятия [6]. Г. В. Монастырская исследовала научную

деятельность в мотивационном аспекте инновационной деятельности [7].

Однако методы и пути развития инновационной деятельности раскрыты не в полной мере, что обуславливает выбор направления исследования.

Целью статьи является разработка мероприятий по обеспечению развития инновационной деятельности на примере предприятия легкой промышленности ООО «Ю-Дизайн».

В качестве объекта исследования было взято украинское предприятие ООО «Ю-Дизайн», которое занимается производством и реализацией товаров отрасли легкой промышленности. Инновационный потенциал является ключевым аспектом обеспечения инновационного развития данного предприятия.

Для анализа инновационного потенциала предприятия была построена матрица «Бостон консалтинг групп» (БКГ), которая позволяет классифицировать каждый из своих производств по его доле на рынке относительно основных конкурентов и темпов годового роста в отрасли. Анализ матрицы БКГ позволит определить:

- какое из производств данного предприятия играет ведущую роль на рынке по сравнению с конкурентами;
- какова динамика расширения рынков.

Несмотря на то, что ООО «Ю-Дизайн» предлагает широкий спектр товаров на рынке, в его деятельности можно выделить 9 основных ассортиментных групп:

1. Сумки из натуральных материалов.
2. Сумки с частичной заменой некоторых натуральных материалов.
3. Сумки из материалов-заменителей.

4. Одежда из натуральных материалов.
5. Одежда с частичной заменой некоторых натуральных материалов.
6. Одежда из материалов-заменителей.
7. Обувь из натуральных материалов.
8. Обувь с частичной заменой некоторых натуральных материалов.
9. Обувь из материалов-заменителей.

Чтобы выяснить относительную часть рынка каждой ассортиментной группы, были исследованы продажи основных конкурентов предприятия в своем регионе. Исследования показали, что основными конкурентами являются предприятия ООО «Jooble» и ООО «Joung Club», чья продукция является лидером во многих сегментах (табл. 1).

Таблиця 1

Характеристика секторов бизнеса ООО «Ю-Дизайн»

Ассортиментные группы	Объем продаж, тыс. грн	Рыночные темпы роста рынка, %	Объем продаж конкурентов, тыс. грн	Относительная часть рынка
Сумки из натуральных материалов	400	18	ООО «Jooble» – 350	1,15
Сумки с частичной заменой некоторых натуральных материалов	150	17	ООО «Joung Club» – 400	0,38
Сумки из материалов-заменителей	300	10	ООО «Jooble» – 600	0,5
Одежда из натуральных материалов	410	20	ООО «Joung Club» – 580	0,7
Одежда с частичной заменой некоторых натуральных материалов	220	15	ООО «Joung Club» – 460	0,48
Одежда из материалов-заменителей	250	15	ООО «Jooble» – 390	0,64
Обувь из натуральных материалов	150	19	ООО «Joung Club» – 360	0,42
Обувь с частичной заменой некоторых натуральных материалов	290	9	ООО «Joung Club» – 600	0,48
Обувь из материалов-заменителей	125	8	ООО «Jooble» – 420	0,3

Исходя из табл. 1, следует отметить, что предприятие занимает лидирующее положение по производству и реализации сумок из натуральных материалов. В остальных сегментах предприятие уступает, но относи-

тельная часть рынка составляет по всем направлениям не менее 30 %. Подробнее проанализировать конъюнктуру можно, построив матрицу (рис. 1):

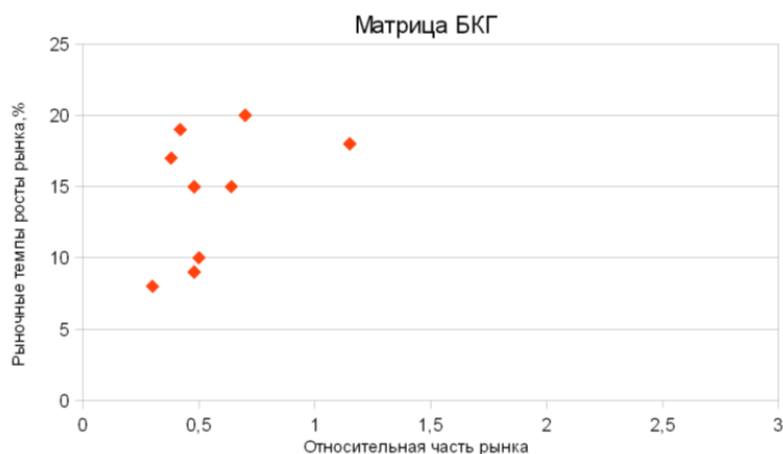


Рис. 1. Исходя из проведенного анализа, можно сделать следующие выводы

На рис. 1 отмечены точки, координаты которых находятся в табл. 1. Большинство то-

чек находятся в двух из четырех квадратов, которые называются: «трудные дети» (левый

нижний), «собаки» (левый верхний), «звезды» (правый верхний) и «дойные коровы» (правый нижний). Большинство ассортиментных групп предприятия находятся в секторе «трудные дети». Такие товары необходимо изучать, так как в перспективе они могут стать как звездами, так и собаками. Если существует возможность перехода в звезды, то нужно инвестировать в них, иначе – избавляться от этих товаров. От таких товаров, которые попали в квадрат «собаки», чаще всего рекомендуют избавляться из-за низких темпов роста рынка, а также низкой относительной части. Важно отметить такие товары, как сумки из натуральных материалов, так как львиная доля рынка в данном сегменте принадлежит исследуемому предприятию.

Для успешности предприятия необходимо производить не только товары, приносящие высокую прибыль, но и продукцию, которая будет прибыльной в дальнейшей перспективе.

ООО «Ю-Дизайн» имеет возможность расширяться не только регионально, но и расширять свой ассортимент или предоставлять новые услуги. Это может быть ремонт одежды и обуви или их аренда.

Последние годы в Украине наблюдается положительная демографическая ситуация благодаря ряду государственных мероприятий. Соответственно, спрос на одежду для беременных растет. Однако покупать вещи на несколько месяцев не рационально.

В связи с этим, для обеспечения инновационного развития предприятия, предлагается:

- запустить новую линию по производству вещей для беременных;
- открыть свой прокат одежды для беременных;
- открыть ремонт одежды, обуви и сумок.

Такие мероприятия позволят предприятию не только расширить ассортимент товаров и услуг, а также обеспечит его инновационное развитие.

Таким образом, можно сделать следующие выводы:

1. Обоснована актуальность и необходимость исследования инновационной деятельности предприятия отрасли легкой промышленности.

2. Проведен анализ основных сегментов; предприятия отрасли легкой промышленно-

сти на примере ООО «Ю-Дизайн» с помощью матрицы БКГ, который свидетельствует о том, что нужно проводить ряд мероприятий по улучшению показателей предприятия (например, инвестирование некоторых ассортиментных групп и внедрение инноваций).

3. Предложены мероприятия по инновационному развитию исследуемого предприятия, среди которых ключевое значение имеет создание нового вида продукции (одежда для беременных), а также новое направление для развития ООО «Ю-Дизайн» (прокат одежды для беременных).

4. Реализация предложенных мероприятий позволит предприятию снизить расходы на проекты, которые не принесут в дальнейшем прибыли; расширить бизнес в территориальном аспекте и повысить основные финансовые показатели предприятия.

Таким образом, инновационные внедрения позволят увеличить объемы продаж, а расширение рынка приведет к увлечению клиентов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Гриньов А. В. Оцінка інноваційного потенціалу підприємства / Гриньов А. В. // Проблеми науки. – 2003. – № 12. – С. 12–17.
2. Мартюшева Л. С. Інноваційний потенціал підприємства як об'єкт економічного дослідження / Мартюшева Л. С., Калишева В. О. // Фінанси підприємств. – 2002. – № 10. – С. 61–66.
3. Іванілов О. С. Інноваційний потенціал підприємства / Іванілов О. С. // Економіка, фінанси, право. – 2004. – № 12. – С. 5–7.
4. Кравченко М. О. Кадрова складова інноваційного потенціалу / Кравченко М. О. // Маркетинг в Україні. – 2001. – № 1. – С. 36–38.
5. Ладник В. Управління інноваційним потенціалом підприємства в умовах перехідної економіки: проблеми і досвід / Ладник В. // Економіст. – 2001. – № 12. – С. 52–57.
6. Репіна І. М. Підприємницький потенціал: методологія оцінки та управління / Репіна І. М. // Вісник Української академії державного управління при Президенті України. – 1998. – № 2. – С. 262–271.
7. Безчасний Л. К. Мотивація наукової діяльності в умовах транзитивної економіки / Безчасний Л. К., Монастирська Г. В. // Регіональні перспективи. – 2002. – № 3–4. – С. 28–31.