

УДК 336.5 : 677.001.76

## ПЕРЕДУМОВИ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ НА ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ З ВИРОБНИЦТВА ОДЯГУ

М. Денисенко, Т. Янковець

*Київський національний університет технологій та дизайну*

Досліджено особливості функціонування ринку з виробництва одягу в Україні, виявлено передумови впровадження інновацій на вітчизняних підприємствах з виробництва одягу. Проведено аналіз діяльності підприємств з виробництва одягу у порівнянні з діяльністю легкої промисловості та промисловості загалом. З'ясовано проблеми погіршення результатів діяльності підприємств з виробництва одягу за період 2010-2015 рр. та запропоновано інноваційні підходи до підвищення прибутку та прибутковості аналізованих підприємств.

*Ключові слова:* підприємства з виробництва одягу, інновації, інноваційна діяльність, впровадження інновацій, рентабельність, стратегія розвитку.

Виробництво одягу завжди було і залишається провідним видом промислової діяльності у національній економіці, таким, що має чималий виробничий потенціал, який повинен задовольняти потреби суспільства у товарах споживання та промислового призначення й сприяти поліпшенню якості життя. Нині найбільш відомими підприємствами у цьому виді промислової діяльності є: ПАТ “Володарка” (м. Вінниця), ПАТ “Бердичівська фабрика одягу” (м. Бердичів), ПАТ “Гроно-текс” (м. Виноградове), ПАТ “Чернігівська швейна фабрика “Елегант” (м. Чернігів), ПАТ “Кіровоградська швейна фабрика “Зорянка” (м. Кіровоград), ПАТ “Швейна фабрика “Воронін” (м. Київ), ПАТ “Хмільницька швейна фабрика “Лілея” (м. Хмільник), ПАТ “Прилуцька швейна фабрика” (м. Прилуки, Чернігівська область), ТОВ “Торговий дім “Грегорі Арбер” (м. Одеса), ПП “Вікторія 8” (м. Вознесенськ). Створюються нові українські бренди, такі як: MARRUS, Syndicate, Ditch Clothing, ТМ Боно, Staff, Ажур, Жива, Hedges.

Довгий час саме в Україні була сконцентрована значна частка підприємств, що виготовляли необхідний та якісний одяг. Країна була лідером з виготовлення верхнього одягу. Але з набуттям незалежності ситуація змінилася: масово почали закриватися підприємства, обсяги реалізації продукції знизилась у рази, кількість працюючих також скоротилася. З метою виявлення причин, що призвели до такого стану проведемо аналіз основних показників діяльності підприємств з виробництва одягу.

Вагомий внесок у дослідження проблемних питань, пов'язаних з впровадженням інновацій вітчизняними суб'єктами господарювання у сфері виробництва одягу здійснили такі відомі вітчизняні вчені: І. М. Грищенко, І. В. Кедревич, О. М. Левкович, М. В. Літвиненко, В. М. Нижник, Ю. В. Панченко, І. В. Пасічник, Ю. І. Прима, Н. Ю. Чернійчук та інші. Незважаючи на чималу кількість публікацій з даної проблематики, сьогодні недостатньо розробленими в організаційно-прикладному аспекті залишається низка питань, пов'язаних з удосконаленням механізму впровадження інновацій підприємствами з виробництва одягу, що дасть змогу збільшити їхні конкурентні переваги не лише на вітчизняному, але й зарубіжному ринку.

Метою статті є дослідження та аналіз діяльності підприємств з виробництва одягу у порівнянні з діяльністю легкої промисловості та промисловості загалом; виявлення причин погіршення результатів їхньої діяльності за період 2010-2015 рр. та визначення передумов впровадження інновацій вітчизняними підприємницькими структурами з виробництва одягу.

Важливо зазначити, що на початок 2016 р. в Україні нараховувалось 1 810 підприємств з виробництва одягу (крім хутряного та трикотажного), що становить 60,73 % підприємств легкої

промисловості і майже 4 % підприємств промисловості загалом. Структура кількості підприємств з виробництва одягу подана у табл. 1.

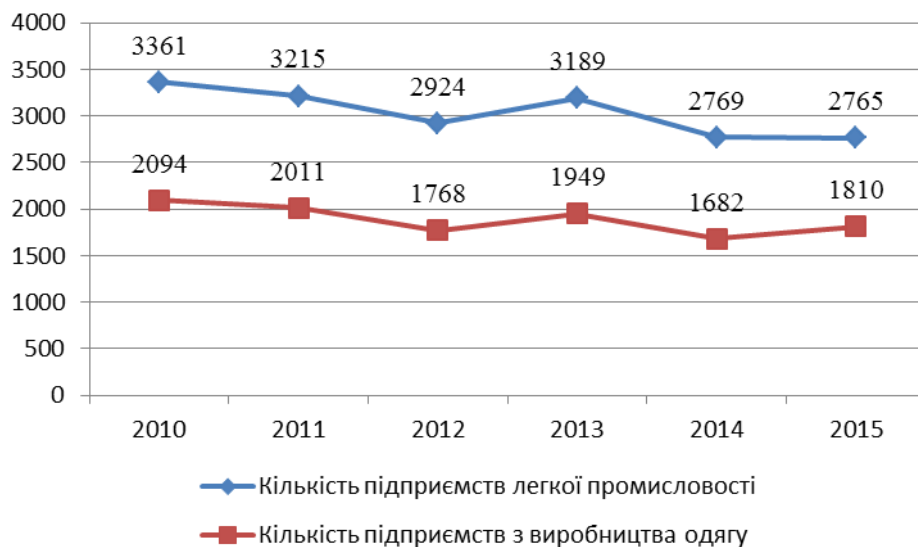
**Таблиця 1**

**Структура кількості підприємств з виробництва одягу за період 2010-2015 рр.**

Роки	Структура підприємств з виробництва одягу, у % до:	
	легкої промисловості	промисловості
2010	62,30	4,38
2011	62,55	4,24
2012	61,08	4,12
2013	61,12	3,97
2014	60,74	3,99
2015	60,73	3,99

*Джерело:* опрацьовано авторами на підставі [1-4].

Як бачимо, найбільша частка, а саме 62,55 % підприємств з виробництва одягу відносно підприємств легкої промисловості становила у 2011 році, а на початок 2016 року цей показник становив 60,73 %, що на 1,57 в.п. менше, ніж у 2010 році. Зміну кількості підприємств подано на рис. 1.



**Рис. 1. Кількість підприємств з виробництва одягу та легкої промисловості**

*Джерело:* розроблено авторами на підставі [1-4].

На рис. 1 видно, що у період з 2010 до 2015 року відбувалось скорочення як підприємств легкої промисловості, так і підприємств з виробництва одягу. Лише у 2013 році їхня кількість зросла відповідно на 265 та 163 одиниці. 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 з причини повного зруйнування в результаті обстрілів. Лише одиниці змогли вивезти з території воєнних дій лінії устаткування [5]. Поряд зі зменшенням кількості підприємств скоротилась і чисельність працівників на даних підприємствах. Динаміку темпів зміни кількості зайнятих працівників подано в табл. 2 та на рис. 2.

Таблиця 2

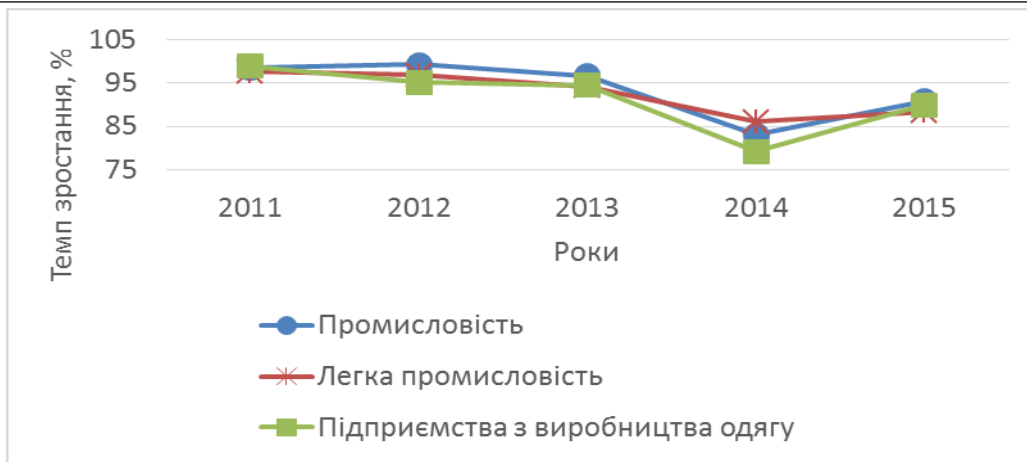
Темпи зростання (зниження) основних показників діяльності підприємств  
за період 2010-2015 рр.

Напрямок	2011/ 2010	2012/ 2011	2013/ 2012	2014/ 2013	2015/ 2014	Темпи приросту 2015/ 2010рр., <sup>1</sup> 2014/2010рр., %
Кількість зайнятих працівників, %						
Промисловість	98,5	99,4	96,6	83,1	90,9	-28,6
Легка промисловість	97,7	96,8	94,2	86,0	88,4	-32,2
Підприємства з виробництва одягу	98,9	95,2	94,5	79,2	89,9	-36,7
<i>Продовження таблиці 2</i>						
Середньомісячна номінальна заробітна плата найманих працівників, %						
Промисловість	120,9	111,9	108,2	106,0	120,09	86,3
Текстильне виробництво; виробництво одягу, шкіри, виробів зі шкіри та інших матеріалів	120,8	108,9	106,3	112,8	136,54	115,3
Обсяг реалізованої продукції, %						
Промисловість	126,4	102,3	98,3	105,0	119,5	33,4
Легка промисловість	112,7	101,9	100,7	121,4	*	40,5
Підприємства з виробництва одягу	116,5	120,2	103,6	107,9	*	56,5
Основні засоби та нематеріальні активи, %						
Промисловість						
- залишкова вартість	110,31	161,68	108,38	102,04	*	97,23
- знос	116,18	123,17	115,15	115,63		90,53
Легка промисловість						
- залишкова вартість	110,48	92,24	106,44	100,98	*	9,53
- знос	123,56	100,60	108,39	103,16		38,99
Підприємства з виробництва одягу						
- залишкова вартість	101,69	87,51	101,22	89,50	*	-19,38
- знос	101,17	92,77	101,10	97,60		-7,40
Оборотні активи, %						
Промисловість	110,16	101,53	105,08	112,34	*	19,86 <sup>2</sup>
Легка промисловість	-	104,38	101,55	122,06	*	29,38 <sup>2</sup>
Підприємства з виробництва одягу	-	100,94	107,37	105,82	*	14,68 <sup>2</sup>
Зовнішньоекономічна діяльність, %						
Підприємства з виробництва одягу						
- експорт	114,58	82,5	100,68	102,62	*	-2,33
- імпорт	85,33	242,75	82,49	58,01	*	-0,88

\* Дані не опубліковані;

<sup>1</sup> розраховано темпи приросту 2014 р. відносно 2010 р. навпроти тих напрямів, де дані за 2015 р. відсутні;

<sup>2</sup> розраховано відносно 2011 року, оскільки дані за 2010 р. відсутні; розрахунки авторів.



**Рис. 2. Динаміка кількості працівників на підприємствах промисловості, легкої промисловості та з виробництва одягу у 2011-2015 рр.**

Джерело: розроблено авторами на підставі [1-4].

Згідно рис. 2 видно, що кількість зайнятих працівників у промисловості з кожним роком зменшується. На підприємствах з виробництва одягу темп зростання кількості працівників у 2011 р. становить 98,9 % попереднього року, у 2012 – 95,2 % 2011 р., у 2013 – 94,5 % 2012 р. Найбільше кількість працівників знизилась у 2014 р. – темп зростання становить лише 79,2 % відносно 2013 р. Загалом у 2015 р. відносно 2010 р. кількість зайнятих працівників у промисловості знизилась на 28,6 %, у легкій промисловості – на 32,2 % та на підприємствах з виробництва одягу – на 36,6 %.

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 на підприємствах промисловості країни [5].

Розмір середньомісячної заробітної плати даного виду промислової діяльності подано на рис. 3.



**Рис. 3. Середньомісячна номінальна заробітна плата штатних працівників підприємств промисловості та легкої промисловості за період 2010-2015 рр.**

Джерело: розроблено авторами на підставі [6].

Упродовж 2010-2015 рр. номінальна заробітна плата як у промисловості, так і по легкій промисловості щорічно зростала. 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. Загалом у 2015 р. заробітна плата відносно 2010 р. у промисловості зросла на 86,3 %, а у легкій промисловості – на 115,3 %.

За допомогою табл. 3 проаналізуємо обсяги реалізації легкої промисловості та підприємств з виробництва одягу. Аналіз даних показує, що обсяги реалізації продукції підприємств легкої промисловості та підприємств з виробництва одягу в 2010-2014 рр. щорічно зростали. В 2014 р. обсяги реалізації продукції легкої промисловості збільшилися на 3 668,4 млн грн відносно показника 2010 р. та на 2 247,3 млн грн відносно 2013 р. і становили 12 730,0 млн грн. Обсяги реалізації продукції підприємств з виробництва одягу за 2014 р. становили 4 315,5 млн грн, що на 1 558 млн грн більше, ніж у 2010 р.

Як бачимо, динаміка темпів зростання (спаду) обсягів реалізації продукції підприємств з виробництва одягу, легкої промисловості та промисловості України загалом за 2011-2014 рр. зображена на рис. 4 (розрахунки були проведені в табл. 2).

Таблиця 3

**Показники розвитку промислових підприємств за 2010-2015 рр.**

Напря́м	2010	2011	2012	2013	2014 <sup>1</sup>	2015 <sup>1</sup>
1	2	3	4	5	6	7
Кількість підприємств, од.						
Промисловість	47827	47479	43356	49130	42187	42187
Легка промисловість	3361	3215	2924	3189	2769	2819
Підприємства з виробництва одягу	2094	2011	1786	1949	1682	1712
Індекси промислової продукції, %						
Промисловість	112,0	108,0	99,5	95,7	89,9	87,0
Легка промисловість	113,0	107,6	93,4	94,2	98,6	92,0
Підприємства з виробництва одягу	113,9	105,3	91,7	96,5	95,6	92,1
Обсяг реалізованої продукції підприємств, млн грн						
Промисловість	1159231,4	1464792,1	1498929,7	1473091,5	1546614,9	1848605,3
Легка промисловість	9061,6	10215,0	10413,5	10482,7	12730,0	*
Підприємства з виробництва одягу	2757,5	3212,4	3860,9	3999,3	4315,5	*
Чистий фінансовий результат діяльності підприємств, млн грн						
Промисловість						
- прибуток	50070,6	82204,1	67565,4	64470,8	59910,7	*
- збиток	38475,9	50242,5	64973,0	68651,9	238641,6	
Легка промисловість						
- прибуток	326,0	430,6	469,5	504,7	880,3	*
- збиток	346,1	278,3	449,5	342,2	1516,9	
Підприємства з виробництва одягу						
- прибуток	157,9	140,2	140,9	140,9	281,3	*
- збиток	141,2	102,4	208,4	121,6	282,4	
Частка прибуткових (збиткових) підприємств, у % до загальної кількості						
Промисловість						
- прибуток	57,0	60,8	60,7	62,3	62,4	72,7
- збиток	43,0	39,2	39,3	37,7	37,6	27,3

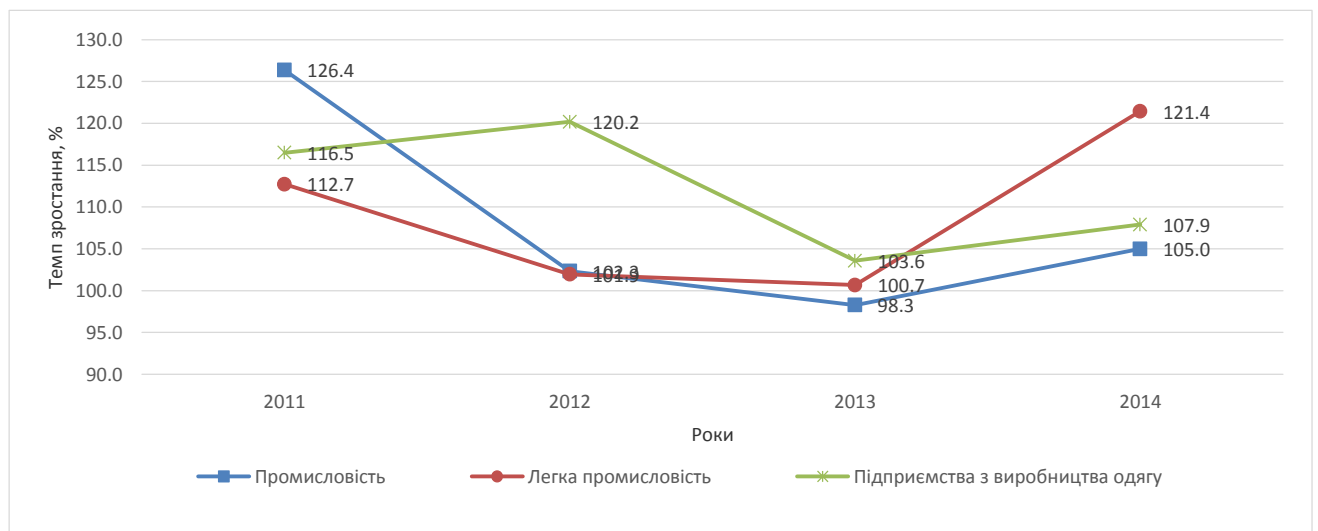
## Продовження таблиці 3

Легка промисловість						
- прибуток	61,7	66,7	62,4	66,2	68,7	*
- збиток	38,3	33,3	37,6	33,8	31,3	*
Підприємства з виробництва одягу						
- прибуток	61,2	68,3	61,6	66,5	69,6	*
- збиток	38,8	31,7	38,4	33,5	30,4	*
Оборотні активи, млн грн (на кінець року)						
Промисловість	713575,4	786102,5	798152,2	838708,6	942236,5	*
Легка промисловість	-	6785,0	7081,9	7191,9	8778,6	*
Підприємства з виробництва одягу	-	1851,6	1869,0	2006,7	2123,4	*
Основні засоби та нематеріальні активи, млн грн (на кінець року)						
Промисловість						
- залишкова вартість	426597,0	470587,9	760823,9	824590,0	841383,2	889183,49
- знос	658909,2	765499,5	942862,1	1085747,5	1255399,2	80787,56
Легка промисловість						
- залишкова вартість	3599,4	3976,7	3668,2	3904,3	3942,6	4110,13
- знос	2994,1	3699,6	3721,8	4034,1	4161,6	*
Підприємства з виробництва одягу						
- залишкова вартість	1267,3	1288,7	1127,8	1141,6	1021,7	1569,49
- знос	1166,8	1180,4	1095,0	1107,0	1080,4	*
Рівень рентабельності операційної діяльності підприємств, %						
Промисловість	3,5	4,7	3,4	3,0	1,6	0,8
Легка промисловість	2,4	3,8	3,0	3,8	2,2	*
Підприємства з виробництва одягу	1,5	2,7	0,3	1,8	4,5	*
Рівень рентабельності усієї діяльності підприємств, %						
Промисловість	0,8	1,7	0,2	-0,3	-9,4	*
Легка промисловість	-0,2	1,1	0,2	1,3	-4,0	*
Підприємства з виробництва одягу	0,4	0,8	-1,5	0,4	0,0	*
Кількість зайнятих працівників, тис. осіб						
Промисловість	3091,8	3045,9	3026,4	2924,9	2429,6	2209,0
Легка промисловість	109,2	106,7	103,3	97,3	83,7	74,0
Підприємства з виробництва одягу	61,6	60,9	58,0	54,8	43,4	39,0
Середньомісячна номінальна плата найманих працівників, грн.						
Промисловість	2570	3107	3478	3763	3988	4789
Текстильне виробництво; виробництво одягу, шкіри, виробів зі шкіри та інших матеріалів	1336	1614	1757	1868	2107	2877
Зовнішньоекономічна діяльність, млн. дол. США						
Підприємства з виробництва одягу:						
- експорт	420,4	481,7	397,4	400,1	410,6	*
- імпорт	295,8	252,4	612,7	505,4	293,2	*
- сальдо	124,6	229,3	-215,3	-105,3	117,4	*

1 Без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та частини зони проведення антитерористичної операції.

\* Дані не опубліковані.

Крім того, дані рис. 4 свідчать, що в 2011 р. обсяги реалізації продукції легкої промисловості становили 112,7 % показника 2010 р., реалізація продукції підприємств з виробництва одягу становила 116,5 % від даних попереднього року. У 2012 р. темп зростання легкої промисловості та промисловості загалом уповільнився і становив 101,9 % та 102,3 % відповідно. Обсяги реалізації підприємств з виробництва одягу, навпаки ж, збільшилися і становили 120,2 %. У 2013 р. спостерігаємо зниження темпів зростання обсягів реалізації продукції як по промисловості, легкій промисловості, так і по підприємствах з виробництва одягу. Але у 2014 р. ситуація змінилась на краще, обсяги реалізації легкої промисловості збільшилися до 121,4 %, а підприємств з виробництва одягу до 107,9 %. Загалом у 2014 р. порівняно з 2010 р. темп приросту обсягів реалізації продукції легкої промисловості становить 40,5 %, а підприємств з виробництва одягу – 56,5 %.



**Рис. 4. Динаміка темпів зростання (зниження) обсягів реалізації продукції підприємств з виробництва одягу, легкої промисловості та промисловості України за 2011-2014 рр.**

*Джерело:* розроблено авторами на підставі [1-4].

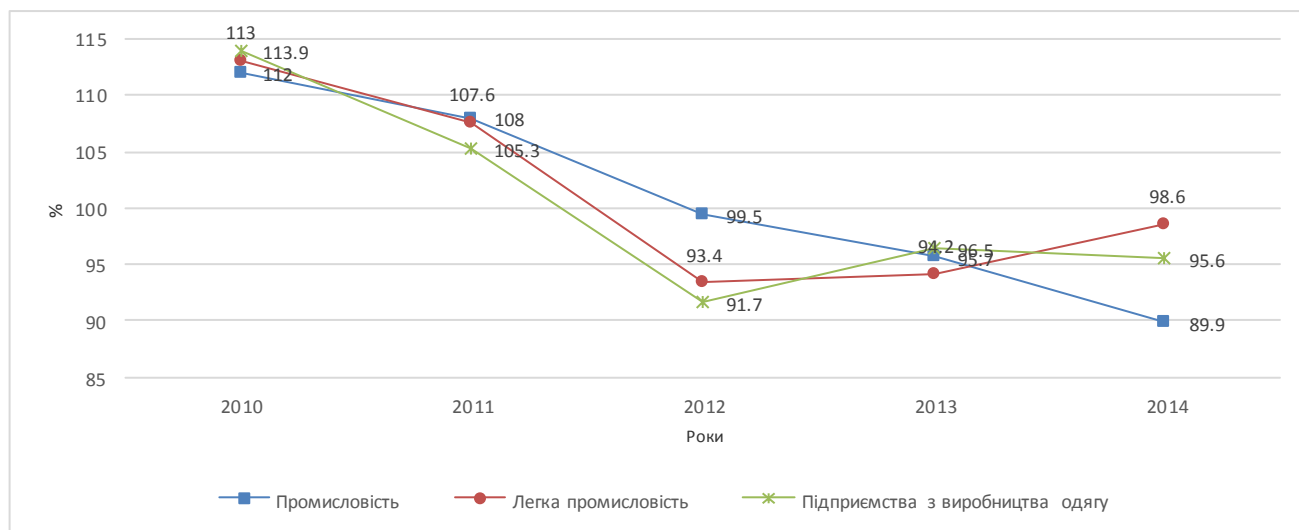
Збільшення обсягів реалізації продукції пояснюється тим, що на сході країни проходять військові дії. Необхідність забезпечити одягом армію призвела до значного зростання кількості державних замовлень по пошиттю одягу і взуття для військових. Окрім того, сьогодні, багато підприємств України працюють на виконання волонтерських замовлень з пошиття обмундирування, одягу та військових аксесуарів для зони АТО. Статистика вітчизняного ринку свідчить, що у зв'язку зі скороченням кількості підприємств відповідно і знизилась обсяги виробництва промислової продукції, які характеризують дані подані в табл. 3 та на рис. 5.

Проведений аналіз статистичних даних дає можливість побачити, що кризовий стан у промисловості, в тому числі і у легкій промисловості та на підприємствах з виробництва одягу, почався з 2012 р. Цього року обсяги виробництва продукції легкої промисловості та підприємств з виробництва одягу знизилась відносно 2011 р. на 6,6 % та 8,3 % відповідно. Хоча у 2013 р. і відбулось незначне покращення показників та у 2014 р. обсяги виробництва знову знизилась, у легкій промисловості на 1,4 %, на підприємствах з виробництва одягу на 4,4 % відносно попереднього року. На кінець 2015 р. виробництво продукції легкої промисловості становило 91,6 %, підприємств з виробництва одягу – 94,5 %, тобто, обсяги виробництва підприємств з виробництва одягу скоротилися на 5,5 % відносно 2014 р.

Для визначення чинників, що спричиняють таку ситуацію, проведено детальний аналіз виробництва основних видів продукції підприємств з виробництва одягу в Україні. Так, на сьогодні підприємства з виробництва одягу в Україні відповідно до даних Державної служби статистики виготовляють вироби [7]:

- з тканини бавовняної або з волокон синтетичних або штучних, виробничі та професійні: комплекти і костюми чоловічі та для хлопчиків; піджаки та блейзери чоловічі та для хлопчиків;

брюки, бриджі, комбінезони з нагрудниками та бретелями, інші предмети одягу чоловічі та для хлопчиків, інші предмети одягу жіночі та для дівчат;



**Рис. 5. Індекси промислової продукції за період 2010-2014 рр.**

Джерело: розроблено авторами на підставі [1-4].

- з тканини чоловічі та для хлопчиків (крім трикотажних, виробничих та професійних): пальта, дощовики, півпальта, накидки, плащі, анораки, плащі та куртки вітрозахисні, куртки теплі, включаючи лижні, та подібні вироби; костюми та комплекти; піджаки, блейзери; брюки, бриджі та шорти вовняні або з волосу тварин тонкого; брюки та бриджі з тканини з волокон синтетичних або штучних; брюки та бриджі з тканини бавовняної, крім джинсової; сорочки;
- з тканини жіночі та для дівчат (крім трикотажних, виробничих та професійних): пальта, дощовики, півпальта, накидки, плащі, анораки, плащі та куртки вітрозахисні, куртки теплі, включаючи лижні, та подібні вироби; костюми та комплекти; жакети, блейзери; сукні; спідниці та спідниці-брюки; брюки та бриджі з тканини бавовняної (крім джинсової); брюки, бриджі та шорти вовняні або з волосу тварин тонкого, з тканин з волокон синтетичних або штучних; блузки, сорочки та батники.

Динаміку обсягів виробництва продукції наведено в табл. 4 та на рис. 6,7.

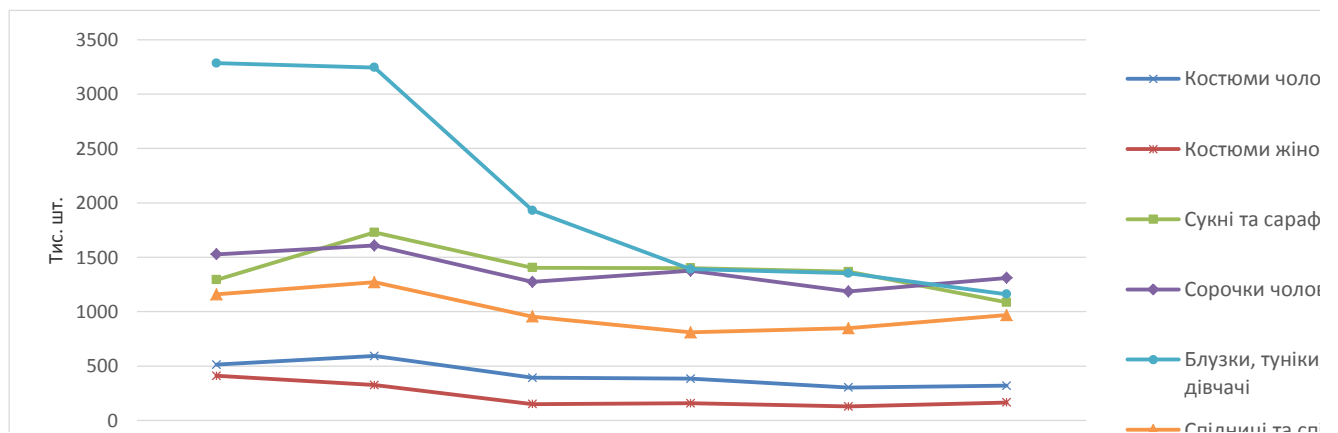
**Таблиця 4**

**Темпи зростання обсягів виробництва продукції**

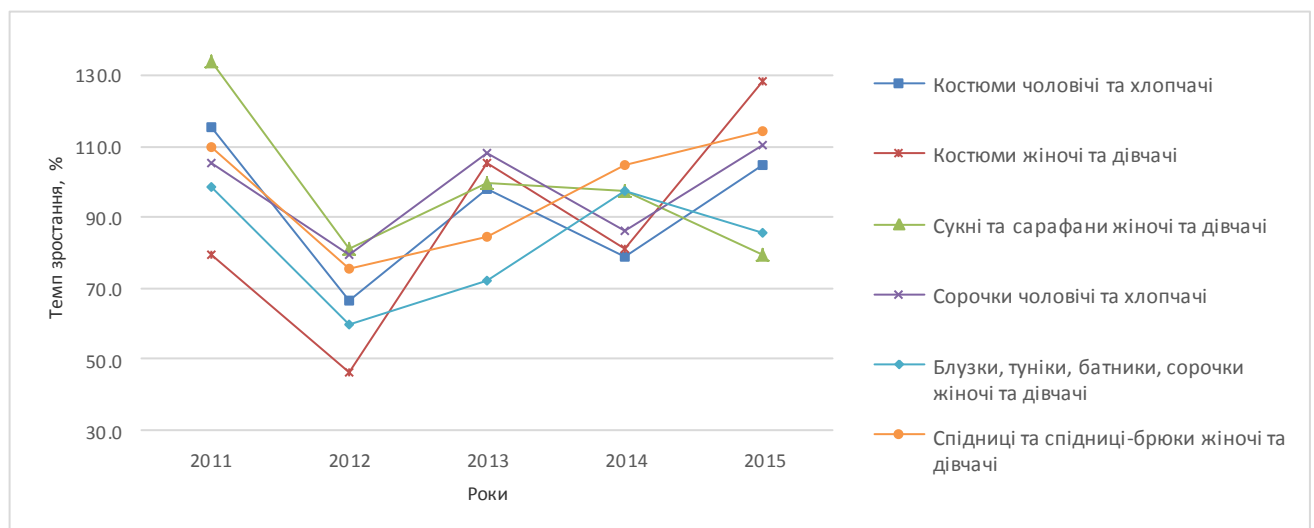
Види продукції	Роки					Темп приросту 2015 до 2010, %
	2011	2012	2013	2014	2015	
Костюми чоловічі та для хлопчиків, тис. шт.	115,4	66,4	97,7	79,1	105,0	-37,9
Костюми жіночі та для дівчат, тис. шт.	79,3	46,3	105,5	80,9	128,6	-59,7
Сукні та сарафани жіночі та для дівчат, тис. шт.	133,7	81,2	99,8	97,5	79,4	-16,0
Сорочки чоловічі та для хлопчиків, тис. шт.	105,2	79,2	108,1	86,1	110,6	-14,2
Блузки, туніки, батники, сорочки жіночі та для дівчат, тис. шт.	98,8	59,5	72,0	97,3	85,8	-64,7
Спідниці та спідниці-брюки жіночі та для дівчат, тис. шт.	109,6	75,2	84,7	104,7	114,2	-16,5

Джерело: розроблено авторами на підставі [7-10].





**Рис. 6. Кількість окремих видів продукції підприємств з виробництва одягу**  
 Джерело: розроблено авторами на підставі [7-10].



**Рис. 7. Темпи зростання окремих видів продукції підприємств з виробництва одягу**  
 Джерело: розроблено авторами на підставі [7-10].

За аналізований період часу виробництво продукції з кожним роком все більш скорочувалось. Загалом у 2015 р. порівняно з 2010 р. обсяг виробництва чоловічих сорочок скоротився на 14,2 %, жіночих суконь – на 16 %, спідниць та спідниць-брюків жіночих – на 16,5 %, костюмів чоловічих та для хлопчиків – на 37,9 %. Більш, ніж на половину знизився обсяг виробництва жіночих та дівчачих костюмів, жіночих й дівчачих блузок, батників, сорочок. Ці показники становлять 59,7 % та 64,7 % відповідно.

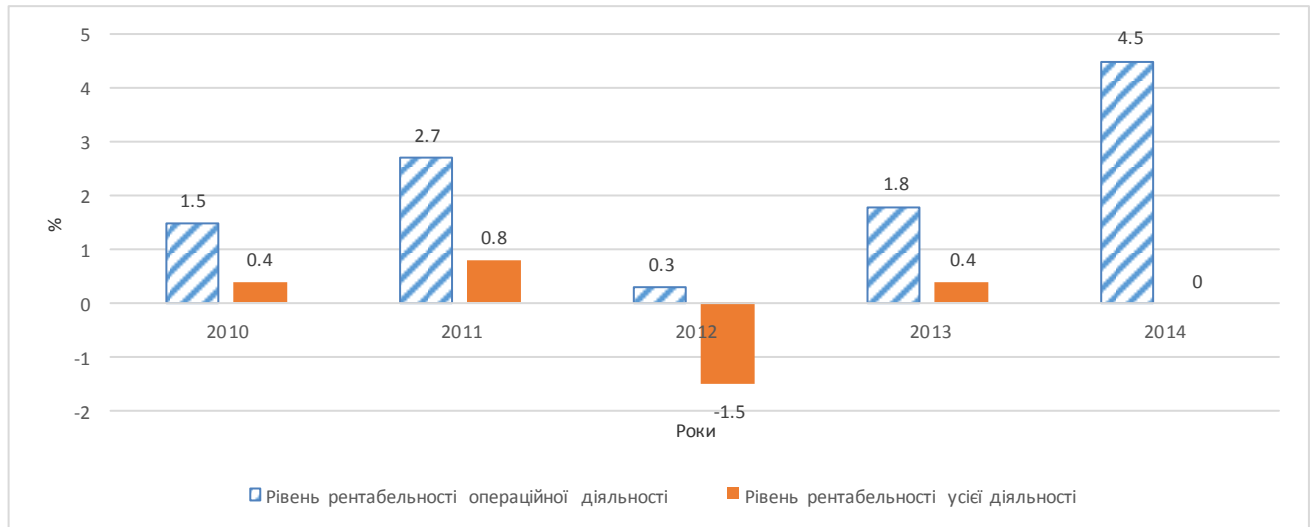
На наш погляд, пояснити таку ситуацію можна тим, що до останнього часу багато підприємств виробляли свою продукцію для російського ринку. Але в умовах воєнного конфлікту на сході країни російський ринок поступово закритися, що не могло не відобразитися на замовленнях для українських фабрик з виготовлення одягу. Очевидно, що серед компаній, які 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.

У зв'язку зі зниженням обсягів виробництва окремих видів продукції підприємств з виробництва одягу, в галузі є багато збиткових підприємств. Так, у 2010 р. частка збиткових підприємств становила 38,8 % від загальної кількості підприємств з виробництва одягу, у 2011 р. – 31,7 %. У 2012 р. цей показник збільшився до 38,4 %, але вже у 2013 р. знову зменшився до 33,5 %. На кінець 2014 р. в галузі нараховувалось 30,4 % збиткових підприємств, що на 8,4 % менше, ніж у 2010 р. Загалом у період з 2010 р. по 2014 р. збитки несли більше третини підприємств з

виробництва одягу. На сьогоднішній день більшість з цих підприємств знаходиться на межі банкрутства.

Поряд зі значною кількістю збиткових підприємств спостерігається і низька рентабельність підприємств з виробництва одягу. Зміна рівня рентабельності операційної та загалом господарської діяльності аналізованих підприємств показана на рис. 8 (розрахунки подані в табл. 3).

Не дивлячись на те, що третина підприємств з виробництва одягу є збитковими, загалом у 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 та вказує на наявний потенціал розвитку. За результатами проведеного аналізу зроблено висновок, що підприємствам з виробництва одягу необхідно особливу увагу приділити інвестиційній та фінансовій діяльності.



**Рис. 8. Рівень рентабельності діяльності підприємств з виробництва одягу за період 2010-2014 рр.**

*Джерело:* розроблено авторами на підставі [1-4].

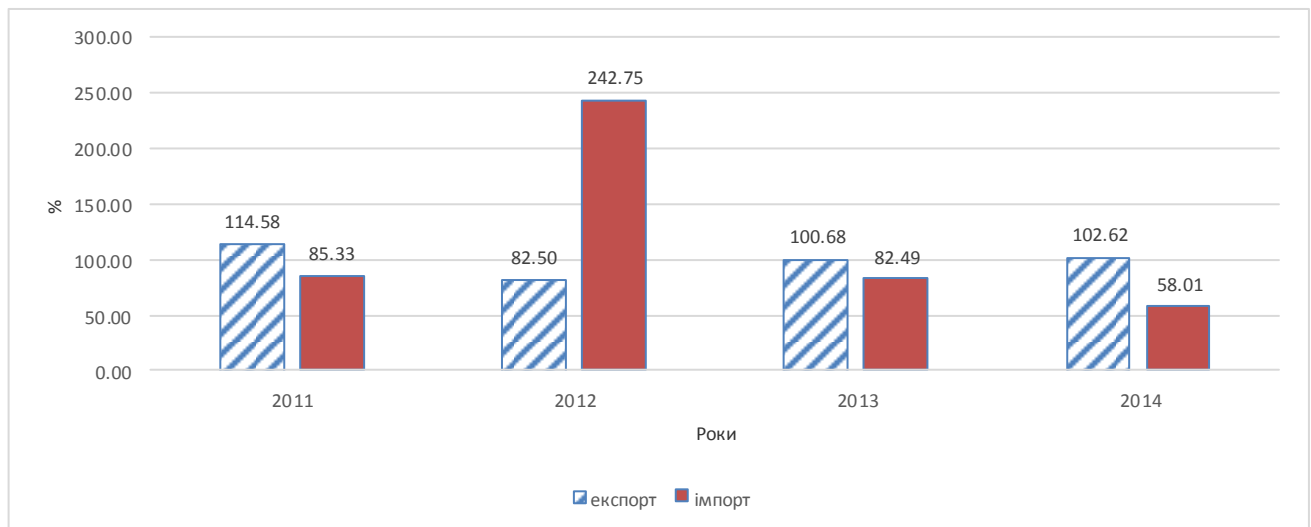
На вітчизняних підприємствах легкої промисловості спостерігається значний знос основних засобів. У 2014 р. порівняно з 2010 р. він збільшився на 38,99 %, а залишкова вартість зросла на 9,53 % за цей самий період. Що стосується підприємств з виробництва одягу, то тут навпаки знос основних засобів зменшився 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 в свою чергу призводить до послаблення конкурентних позицій підприємств на ринку, і, як наслідок, до їхньої збитковості, і навіть банкрутства.

Щодо зовнішньоекономічної діяльності підприємств з виробництва одягу, то тут ситуація зовсім нестабільна. Експортно-імпортні операції подано на рис. 9 (розрахунки здійснені в табл. 3).

Як видно з рис. 9, найгірша ситуація спостерігалась у 2012 р. Тут імпорт становив аж 242,75 % показника 2011 р., він склав 612,7 млн дол. США та перевищив експорт на 215,3 млн дол. США. У 2014 р. імпорт продукції скоротився на 42 % відносно 2013 р. За період січень-листопад 2015 р. експорт одягу склав 298,6 млн дол. США, імпорт – 168,8 млн дол. США, а сальдо – 129,8 млн дол. США.

Упродовж 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 здавалось би добре. Але в сучасних умовах економічної кризи, нестабільного валютного курсу та нестабільності в системі оподаткування багато товарів завозиться в країну контрабандним шляхом. Так, за даними Державної служби статистики 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” [12]. Нині в основному ринок одягу України насичений продукцією підприємств Туреччини – 32 %, Китаю – 15 %, країн Балтії, Чехії, Польщі – 15 %, Росії, Білорусі – 9 %, вітчизняними товарами – 13 % та ін. [13].



**Рис. 9. Динаміка зростання (зниження) експорту та імпорту за 2010-2014 р.р.**

*Джерело:* розроблено авторами на підставі [11].

Проаналізувавши стан легкої промисловості та підприємств з виробництва одягу, зроблено висновок щодо погіршення показників їхньої діяльності. Кризовий стан зумовлений наявністю цілої низки серйозних проблем, а саме [14, 15]:

- Політична та економічна криза в економіці та воєнні дії на сході країни.
- 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 тканини китайського, турецького виробництва. 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 більше ніж у 3 рази.
- Невисока заробітна плата робітників та зниження притоку молоді на досліджувані підприємства.
- Низька купівельна спроможність населення, що пояснюється складним економічним становищем в країні.

За результатами соціологічного опитування, проведеного у серпні 2015 р. “Українським демократичним колом”, дві третини українців відчули 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. 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 % [14].

• Відсутність державної підтримки вітчизняного товаровиробника, що призвело до заповнення внутрішнього ринку країни дешевою продукцією китайського та турецького виробництва, а також завезення “секонд-хенду” з Європи [5]. 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.

- Значна “тінізація” діяльності підприємств галузі.
- Відсутність бюджетного фінансування науково-дослідних, дослідно-конструкторських робіт на розробку нових технологій та відірваність науки від виробництва.

Проте, незважаючи на низку проблем, які склалися в розвитку підприємств з виробництва одягу, все ж таки є перспективи їхнього розвитку. Важливо також 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 стверджують спеціалісти, якість вітчизняного одягу не поступається західним колекціям “прет-а-порте”. В Україні одяг шують із натуральних тканин, дотримуючись державних стандартів [17].

На нашу думку, перспектива роботи галузі полягає у збільшенні частки вітчизняних товарів на внутрішньому ринку та у зростанні експорту продукції власного виробництва. Це дасть можливість щорічно стабільно нарощувати обсяги виробництва, розширювати асортимент продукції, суттєво покращувати фінансовий стан підприємств, створювати нові робочі місця. Досягнути цього можливо, лише здійснюючи інвестиційно-інноваційну діяльність [18].

В Україні створено умови для розвитку інноваційної діяльності, сформовано основи нормативно-правової бази та механізми здійснення інноваційної політики, а також доцільним є створення умов для розвитку відповідної інфраструктури. Проте, реальний стан інноваційної діяльності в Україні більшість експертів-науковців визначають як кризовий [18, 19].

Аналіз статистичних даних [20-22] 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 можна стверджувати, що вітчизняні промислові підприємства не використовують свій потенціал.

За 2010 р. зі 2 794 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 [18].

Важливо зазначити, що підприємства легкої промисловості, зокрема і підприємства з виробництва одягу, що займалися інноваційною діяльністю впроваджували у виробництво як і інноваційні процеси, так і інноваційні види продукції. Структура підприємств за напрямками впровадження інновацій подана в табл. 5.

У 2014 р. порівняно з 2010 р. вдвічі збільшилась кількість підприємств легкої промисловості, що впроваджували інноваційні процеси (42 одиниці у 2014 р. проти 21 одиниці 2010 р.). Також збільшилась їх частка з 45,65 % 2010 р. до 70 % у 2014 р. Найбільша частка підприємств легкої промисловості, що впроваджували інноваційні види продукції спостерігалась у 2011 р. і становила 56,14 %. Кількість підприємств з виробництва одягу, текстилю та хутра, що впроваджували інноваційні процеси у 2014 р. також збільшилась вдвічі порівняно з 2010 р. 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 вітчизняного ринку, які впроваджували підприємства легкої промисловості, належать підприємствам з виробництва одягу, текстилю та хутра.

Таблиця 5

**Структура підприємств за напрямками впровадження інновацій у 2010-2014 рр.**

Підгалузі промисловості та напрями впровадження інновацій	Структура підприємств за напрямками впровадження інновацій, %				
	2010	2011	2012	2013	2014
<i>Легка промисловість</i>	-	-	-	-	-
- впроваджували інноваційні процеси	45,65	61,40	53,33	58,82	70,00
- з них впроваджували нові або вдосконалені методи обробки або виробництва продукції	36,96	56,14	50,00	50,98	56,67
- впроваджували інноваційні види продукції	50,00	56,14	38,33	35,29	43,33
- з них нові для ринку	6,52	7,02	5,00	7,84	5,00
<i>Текстильне виробництво, виробництво одягу, хутра та виробів з хутра</i>	-	-	-	-	-
- впроваджували інноваційні процеси	43,59	58,33	52,94	55,81	66,67
- з них впроваджували нові або вдосконалені методи обробки або виробництва продукції	33,33	52,08	49,02	48,84	52,94
- впроваджували інноваційні види продукції	51,28	56,25	41,18	34,88	43,14
- з них нові для ринку	7,69	8,33	5,88	9,30	5,88

Джерело: опрацьовано авторами на підставі [20-22].

Далі проведено аналіз розподілу загального обсягу витрат за напрямками інноваційної діяльності підприємствами промисловості та її окремих підгалузей за період 2010-2014 рр. Структура витрат наведена в табл. 6.

Таблиця 6

**Структура витрат за напрямками інноваційної діяльності за період 2010-2014 рр.**

Напрями інноваційної діяльності за окремими видами економічної діяльності	Структура витрат за напрямками інноваційної діяльності, %				
	2010	2011	2012	2013	2014
1	2	3	4	5	6
<i>Промисловість</i>	100	100	100	100	100
Внутрішні НДР	10,17	5,81	8,41	13,72	15,87
Зовнішні НДР	2,21	1,72	2,01	3,41	6,93
Придбання машин, обладнання та програмного забезпечення	62,79	73,18	70,13	58,00	66,47
Інші зовнішні знання	1,76	2,27	0,41	0,91	0,61
Інше	23,07	17,02	19,04	23,96	10,12
<i>Легка промисловість</i>	100	100	100	100	100
Внутрішні НДР	1,11	0,49	9,94	5,83	35,43
Зовнішні НДР	-	0,48	0,23	0,96	0,03
Придбання машин, обладнання та програмного забезпечення	88,84	81,96	72,99	91,99	61,80
Інші зовнішні знання	0,01	0,04	0,01	0,01	0,00
Інше	10,04	17,04	16,83	1,21	2,74

Продовження таблиці 6

1	2	3	4	5	6
Текстильне вир-во, виробництво одягу, хутра та виробів з хутра	100	100	100	100	100
Внутрішні НДР	1,24	0,47	11,01	5,83	35,43
Зовнішні НДР	-	0,66	0,26	1,13	0,03
Придбання машин, обладнання та програмного забезпечення	88,05	76,75	70,85	91,99	61,80
Інші зовнішні знання	0,01	0,04	0,01	0,01	0,00
Інше	10,69	22,08	17,87	1,31	2,97

Джерело: опрацьовано авторами на підставі [20-22].

Як видно з даних табл. 6, за період 2010-2014 рр. найбільше 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 коштів 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.

У табл. 7 подано динаміку обсягів реалізованої інноваційної продукції підприємств легкої промисловості та підприємств виробництва одягу, текстилю й хутра за 2010-2014 рр.

Таблиця 7

## Динаміка реалізованої інноваційної продукції у 2010-2014 рр.

Підгалузі промисловості та показники	2011/2010	2012/2011	2013/2012	2014/2013	Темп приросту 2014/2010
<i>Легка промисловість</i>					
- кількість підприємств, що реалізували інноваційну продукцію, од.	120,00	104,76	86,36	89,47	-2,86
- обсяг реалізованої інноваційної продукції, тис. грн.	116,43	127,71	80,37	186,20	122,52
- кількість підприємств, що реалізували інноваційну продукцію за межі України, од.	145,45	81,25	46,15	100,00	-45,45
- обсяг реалізованої інноваційної продукції за межі України, тис. грн.	196,68	104,63	20,23	123,10	-48,77
<i>Текстильне виробництво, виробництво одягу, хутра та виробів з хутра</i>					
- кількість підприємств, що реалізували інноваційну продукцію, од.	116,67	108,57	84,21	90,63	-3,33
- обсяг реалізованої інноваційної продукції, тис. грн.	180,85	131,00	77,02	186,20	239,76
- кількість підприємств, що реалізували інноваційну продукцію за межі України, од.	133,33	83,33	40,00	100,00	-55,56
- обсяг реалізованої інноваційної продукції за межі України, тис. грн.	200,78	104,61	20,09	123,10	-48,07

Джерело: опрацьовано авторами на підставі [20-22].

Як свідчать дані табл. 7, 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 % в 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. Окрім того, 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 %.

Отже, проаналізувавши інноваційну діяльність підприємств легкої промисловості та підприємств з виробництва одягу зроблено висновок, що в цілому частка інноваційно активних підприємств залишається невеликою, а їхні інноваційні технології не дають можливості 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: економіко-технологічні (наявність потенціалу фінансових, матеріально-технічних ресурсів, 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).

Сьогодні для того, щоб Україна зробила прорив в області інновацій, потрібна належна підтримка державних органів влади, створення сприятливого інвестиційного клімату, нові наукові здобутки й високотехнологічні рішення. Водночас для підприємств впровадження інновацій дає змогу, передусім, збільшувати прибуток та рентабельність, що є запорукою їх стійкого розвитку у перспективі. Цілком очевидно, що до інноваційних підходів, за рахунок яких можливо збільшити прибутковість вітчизняних підприємств, можна віднести такі [5, 15, 17, 18, 19, 23, 24, 25]:

1. Розширення номенклатури реалізованої продукції (послуг), яке можливе тільки у двох напрямках: за рахунок випуску нової продукції або за рахунок удосконалення (модернізації, модифікації) продукції, що вже випускається, або ж послуги, що надаються.

2. Мінімізація витрат на виготовлення та реалізацію одиниці продукції (послуги), яку можливо досягти двома шляхами: або за рахунок модернізації технології, що вже використовується, або за рахунок освоєння нового технологічного ланцюга чи нових елементів у старому технологічному ланцюзі.

3. Інноваційний маркетинг. Підприємствам необхідно створити відділи маркетингу 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 обсягів реалізації продукції або послуги. Виділимо 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, конкурси, розпродаж й т. ін.), вихід на нові ринки зі старою продукцією, а також за рахунок підвищення споживчої привабливості продукції.

5. Створення кластерів. 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.

6. Новітні методи організації та управління виробництвом і збутом продукції. За рахунок впровадження інновацій у соціальну сферу на підприємстві, можна заохочувати працівників, чим значно підвищити продуктивність праці.

7. Впровадження нового обладнання. За рахунок нового обладнання можна збільшити обсяги виробництва, зекономити на заробітній платі, зменшити трудомісткість, та, відповідно, підвищити продуктивність праці. Окрім того, стандартизація відіграє важливу роль у сучасному виробництві. Споживачі все частіше бажають купувати продукцію високої якості, яка відповідає усім технологіям та стандартам.

Проведений аналіз показав, що інновації дають можливість підприємству підвищити прибуток, забезпечуючи конкурентоспроможність продукції, знизити ризик банкрутства в період трансформаційних змін, забезпечити економічну стійкість та можливість розвитку у перспективі. Останнє є узагальнюючим чинником виживання підприємства серед конкурентів, оскільки визначає ступінь підготовленості до змін зовнішнього середовища. Забезпечуючи тим самим меншу залежність від впливу чинників зовнішнього середовища, економічна стійкість, у свою чергу, знаходиться під впливом інноваційної сфери діяльності [25]. Звідси випливає, що економічна стійкість тим вище, чим вище прибуток, який залежить від ступеня впровадження інновацій.

Отже, підприємства з виробництва одягу мають усі можливості для виходу на світовий ринок зі своєю продукцією. Саме запровадження інноваційних технологій є реальною запорукою успішної їхньої діяльності в умовах євроінтеграційних прагнень України.

### Список використаної літератури

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. Діяльність суб'єктів господарювання : стат. збірник. – К. : ТОВ “Видавництво “Консультант”, 2016. – 575 с.
5. Фаріон Н. О. Сучасний стан легкої промисловості України: проблеми та шляхи вирішення [Електронний ресурс] / Н. О. Фаріон // Електронне наукове фахове видання “Ефективна економіка”. – 2015. – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=4423>.
6. Праця України у 2014 році : стат. збірник. – К. : ТОВ “Видавництво “Консультант”, 2015. – 280 с.
7. Виробництво промислової продукції за видами в Україні : стат. бюлетень [Електронний ресурс] / Державна служба статистики України. – 2015. – Режим доступу: [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua).
8. Виробництво промислової продукції за видами в Україні : стат. бюлетень [Електронний ресурс] / Державна служба статистики України. – 2014. – Режим доступу: [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua).
9. Виробництво промислової продукції за видами в Україні : стат. бюлетень [Електронний ресурс] / Державна служба статистики України. – 2012. – Режим доступу: [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua).
10. Виробництво промислової продукції за видами в Україні : стат. бюлетень [Електронний ресурс] / Державна служба статистики України. – 2010. – Режим доступу: [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua).
11. Зовнішня торгівля України : стат. збірник [Електронний ресурс] / Державна служба статистики України. – 2014. – Режим доступу: [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua).
12. Матеріали до засідання правління “Укрлегпром” / Інформаційно-аналітичні матеріали Української асоціації підприємств легкої промисловості “Укрлегпром 2015”. – К., 2015. – 11.06.2015. – 55 с.
13. Державна служба статистики України : офіційний сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
14. Українці стали жити гірше [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.radiosvoboda.org>.
15. Укрлегпром : офіційний сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrlegprom.org.ua>.
16. Панченко Ю. Нелегка євроінтеграція легкої промисловості [Електронний ресурс] / Ю. Панченко // Європейська правда, 13.02.2015 р. – Режим доступу: <http://www.euointegration.com.ua/articles/2015/02/13/7030806/>.



17. Украинцы одевают Европу, самим же по карману только Турция и Китай [Електронний ресурс] / Гильдия производителей одежды Украины. – Режим доступа: [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](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).
18. 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.
19. Янковець Т. М. Інноваційні підходи в підвищенні прибутковості вітчизняних підприємств з виробництва одягу [Текст] / Т. М. Янковець, А. С. Бондаренко // Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. Економічні науки. – 2016. – № 3 (99). – С. 138-149.
20. Наукова та інноваційна діяльність в Україні : стат. збірник. – К. : Державна служба статистика України, 2013. – 287 с.
21. Наукова та інноваційна діяльність в Україні : стат. збірник. – К. : Державна служба статистика України, 2014. – 314 с.
22. Наукова та інноваційна діяльність в Україні : стат. збірник. – К. : Державна служба статистика України, 2015. – 255 с.
23. Левкович О. М. Проблеми та перспективи інноваційної діяльності підприємств України : [Електронний ресурс] / О. М. Левкович, Н. Ю. Чернійчук / Режим доступа: [http://www.rusnauka.com/39\\_VSN\\_2014-/Economics/10\\_182626.doc.htm](http://www.rusnauka.com/39_VSN_2014-/Economics/10_182626.doc.htm).
24. Літвиненко М. В. Інноваційна діяльність підприємства як джерело підвищення прибутку / М. В. Літвиненко, І. В. Кедревич // Наукова періодика. Харків. – 2011. – С. 147-151.
25. 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 доступа: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/td\\_2013\\_4\\_17](http://nbuv.gov.ua/UJRN/td_2013_4_17).

*Стаття надійшла до редколегії 14.04.2017*

*Прийнята до друку 05.05.2017*

## **PRECONDITIONS FOR INNOVATIONS IN DOMESTIC CLOTHING PRODUCTION ENTERPRISES**

**M. Denysenko, T. Iankovets**

*Kyiv National University of Technologies and Design*

Production of clothes has always been and remains the leading type of industry in the national economy, which has a great production potential, which should meet the needs of society in the consumer and industrial goods in order to improve the quality of life.

Research is dedicated to detecting prerequisites for innovations in domestic clothing production enterprises.

The analysis of clothing production enterprises compared with the light industry's activity and the industry in general. The deterioration of the performance of clothing production enterprises for the period 2010-2015 has been discovered. These include: political and economic crisis in the economy and military operations in the Eastern Ukraine; high cost of production; low wages and, accordingly, reduced inflow of young specialists; weak purchasing power of the population; lack of state support for domestic producers; significant "shadow" sector; lack of budget funding for research, development work on the creation of new technologies; isolation of science away from production.

It has been detected the presence of unused innovation potential of clothing production enterprises and grounded the conclusion of the need for innovations, as the deterioration of enterprises is due largely to external causes.

It is also has been systematized the innovative approaches used in clothing production enterprises in order to increase revenue and profitability, including expanding the range of products (services); minimizing the cost of manufacturing and sale of the one unit of products (services); innovative marketing; maximization of sales of products (services); creation of the cluster associations; new methods of organization and management of production and marketing; introduction of new equipment; standardization.

*Key words:* clothing manufacturing enterprises, innovations, innovative activity, implementation of innovations, profitability, development strategy.