

ЛІТЕРАТУРА

1. The Global Competitiveness Report 2007–2008 [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: - [http:// www.weforum.org/en/initiatives/gsp/GlobalEnablshTradeReport/index.htm](http://www.weforum.org/en/initiatives/gsp/GlobalEnablshTradeReport/index.htm).
2. Рейтинг самих багатих компаній України. // Гвардія. – Сентябрь. – 2008.– 144 с.
3. Державна програма розвитку промисловості на 2003–2011 р.р. [Електронний ресурс].- Режим доступу до ресурсу: [www. industry. gov.ua](http://www.industry.gov.ua).
4. Статистичний щорічник України за 2007 р.- К.: Видавництво «Консультант». – 2008. – 571 с.
5. Рішення Комісії ЄС від 15.05.2002 р. № 2002/371/ЄС.
6. Постанова Європейського парламенту і Ради від 17.07.2000 р. № 2000/1980.
7. Гречан А.П. Теоретико-методологічні основи розвитку підприємств легкої промисловості на інноваційних засадах: Монографія. – К.: КНУТД., –2005. – 208 с.
8. Шляхи активізації інноваційної діяльності підприємств: Монографія / О.І. Волков, М.П. Денисенко, А.П. Гречан та ін. – К.: КНУТД, –2005. – 775 с.

Надійшла 28.05.2009

УДК 685.589:687

НАПРЯМИ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ШВЕЙНОЇ ПІДГАЛУЗІ ЛЕГКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

Д.М. ЛОЙКО

Київський національний університет технологій та дизайну

У статті досліджено основні напрями розробки та впровадження інновацій на підприємствах швейної підгалузі легкої промисловості з урахуванням зарубіжного досвіду та шляхи набуття підприємством майнових прав на інновацію

На сьогодні в Україні іншого шляху розвитку, крім інноваційного, немає. Старіння основного капіталу та методів керування дійшли крайньої межі. Наявність потужного інтелектуального та як наслідок, інноваційного потенціалу ще зберігається, але за умови низького рівня інвестування інноваційної діяльності підприємств цей потенціал поступово руйнується. На більшості підприємств легкої промисловості інноваційна діяльність не здійснюється, що підтверджується статистичними даними. Протистояти швидко зростаючій конкуренції азійських (насамперед китайських) товаровиробників одягу вітчизняні підприємства легкої промисловості можуть тільки завдяки впровадженню інновацій як власних, так і запозичених, які спрямовані на надання нових споживчих властивостей одягу та на поліпшення якості традиційних моделей одягу.

Постановка проблеми

Формування інноваційної стратегії на підприємствах швейної підгалузі легкої промисловості неможливо без вирішення питань, які саме інновації потрібні підприємству, яким чином їх придбати, за які кошти та як вони вплинуть на основні техніко-економічні показники роботи підприємства.

Більшість досліджень зосереджено на теоретичних та методологічних проблемах інноваційного розвитку легкої промисловості як галузі [1,2], особливостях механізму стратегічного інноваційного керування [3].

Недостатньо дослідженими залишаються питання розробки дієвого механізму впровадження інновацій у легкій промисловості, а саме, які інновації підприємство може придбати і яким чином.

Постановка завдання

Дослідити основні напрями розробок інновацій для швейних підприємств з урахуванням зарубіжного досвіду та запропонувати механізм надбання майнових прав на інновації швейними підприємствами.

Об'єкти та методи дослідження

Всю сукупність шляхів інноваційного розвитку підприємств швейної підгалузі легкої промисловості можна подати у вигляді двох напрямів: продуктові інновації та інновації процесу. Продуктові інновації спрямовані на удосконалення продукції підприємства: створення нових видів продукції, модернізацію продукції, поліпшення якості продукції. Інновації процесу спрямовані на удосконалення умов виробництва: впровадження прогресивних технологічних процесів, механізації та автоматизації виробництва, удосконалення організаційної структури виробництва та управління. Серед найважливіших критеріїв інновації в умовах ринкового господарювання основною є новизна споживчих властивостей продукції. За спостереженнями психологів споживачі краще сприймають не нові товари, а нову якість та корисність відомих уже товарів. Ринкові відносини та економічна конкуренція визначають доцільність існування та впровадження інновацій. Одяг існує стільки, скільки існує людство. З розвитком людства змінювалися види одягу, матеріали та засоби його виготовлення. Інновації, які стосуються одягу, спрямовані на зміну споживчих властивостей, тобто на створення нової корисності та якості одягу.

Процес виготовлення швейного виробу може бути розглянуто як суму кількох технологічних дій, які виконуються в такій послідовності: 1) складання ескізу моделі одягу; 2) виконання креслення-конструкції одягу; 3) технологія виготовлення одягу (повузлова обробка); 4) надання одягу товарного вигляду. Таким чином, процес виготовлення будь-якої моделі одягу (як серійного виробництва, так і за індивідуальним замовленням) вкладається в таку схему: ескіз – креслення – конструкція – технологія – товарний вигляд. Розглянувши споживчі властивості одягу, можна виділити три основні складові: дизайн швейних виробів, матеріали (включаючи супутні матеріали та фурнітуру), техніка та технологія виготовлення одягу (враховуючі організацію виробничого процесу). За проведеними дослідженнями видів інновацій, які стосуються одягу або засобів його виготовлення, можна зробити висновок, що сучасні інновації спрямовані на ці три основні складові, які впливають на споживчі властивості одягу.

Докладніше дослідження чинників, які впливають на ці складові, та вплив самих складових споживчих властивостей одягу на кінцеві результати роботи швейних підприємств, дає можливість зробити такі висновки. На таку складову споживчої вартості одягу як дизайн швейних виробів впливають соціально-економічні умови існування суспільства, творчий потенціал фахівців-дизайнерів та вмотивованість їх праці; попит на дизайнерський одяг. Сама складова «дизайн швейного виробу» впливає на зовнішню привабливість швейного виробу та конкурентоспроможність цих товарів на ринках; на існування класу дизайнерського одягу та дизайнерських брендів у країні (рис.1). Через відсутність відомих вітчизняних брендів покупців купити товари відомих зарубіжних брендів.



Рис. 1. Чинники впливу та вплив складової споживчої вартості одягу дизайн швейних виробів (авторська розробка)

На складову споживчої вартості одягу матеріали для виготовлення швейних виробів впливають такі чинники: розвиток науково-технічного прогресу; розвиток сільського господарства країни, як джерела сировини; розвиток хімічної промисловості; можливість імпорту матеріалів або технологій їх виготовлення (організаційно-правовий механізм). Матеріали для виготовлення швейних виробів, враховуючи супутні матеріали та фурнітуру, в свою чергу впливають на асортимент та зовнішній вигляд швейного виробу (рис. 2).

За проведеними дослідженнями сучасних видів інновацій, які стосуються одягу, більшість з них спрямовано на створення нових матеріалів або надання нових властивостей вже існуючим матеріалам для виготовлення одягу. Завдяки новим матеріалам з'явилися нові види одягу, які не існували раніше: куртки, панчішно-шкарпеткові вироби та інші. Виникнення нових видів матеріалів, наприклад, геотекстилю (нового високоефективного дорожнього та будівельного матеріалу), дає можливість розширити сферу застосування виробів легкої промисловості [4].

Аналіз останніх напрямів розробки та впровадження інновацій світового рівня в галузі матеріалів для виготовлення швейних виробів (за електронними джерелами) показав великий інтерес винахідників до цього напрямку інновацій. Більшість інновацій в цьому напрямку належить зарубіжним державам.

За програмою «Viotex» за участі Європейського Союзу та провідних дослідницьких інститутів восьми країн світу створюється новий вид тканини, яка має вбудовані сенсори для моніторингу роботи серця (з неї планується шити одяг для хронічних хворих та спортсменів). Бельгійська компанія «Брю текстиль» запропонувала нову колекцію тканин, які не горять.

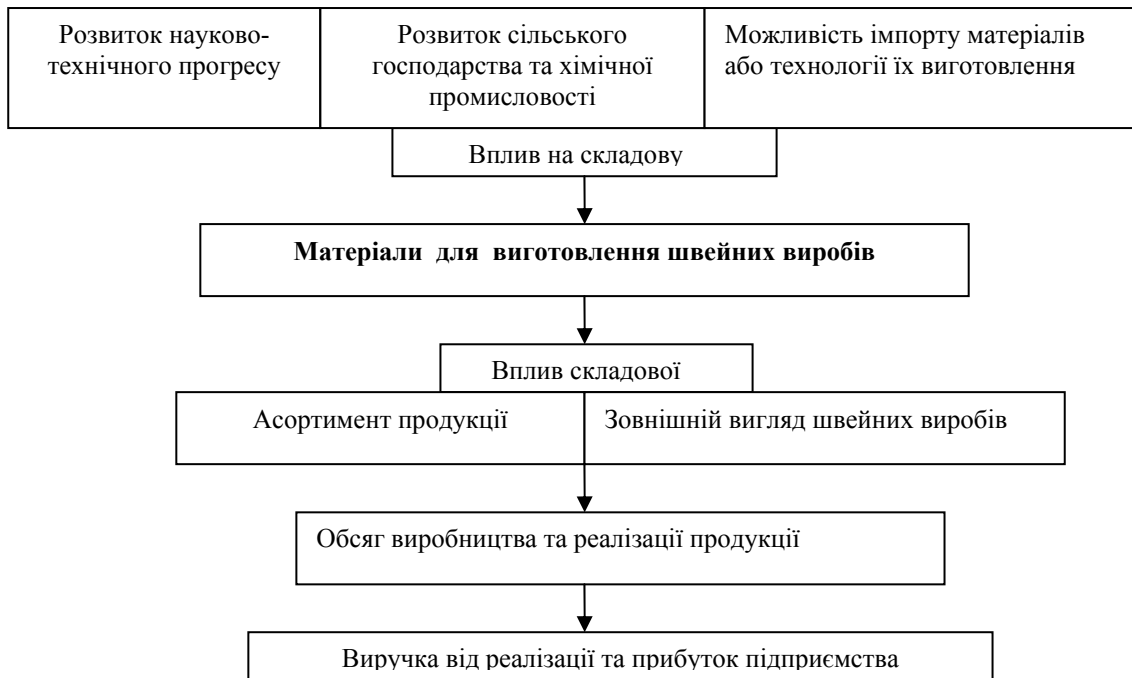


Рис. 2. Чинники впливу та вплив складової споживчої вартості одягу матеріали для виготовлення швейних виробів (авторська розробка)

Ці тканини запропоновано використовувати для меблів та як декоративні тканини для оформлення приміщень. Аспірантка австралійського університету Дікіна створила новий полімер, який дає можливість вовняній тканині змінювати колір під впливом сонця та додатково захищати людину від впливу ультрафіолетового випромінювання. В Англії на прилавках відомого торгового дому «Marks and Spenser» з'явився одяг із спеціальними срібними нитками для захисту від стійких бактерій. Массачусетський технологічний інститут та Дослідницька лабораторія ВОС США розробили тканину, яку неможливо забруднити нафтопродуктами. Розробка нафтостійких матеріалів – це наступний крок за кроком розробки матеріалів, які не намокають у воді. Американське патентне відомство зареєструвало нову розробку – контейнер на основі текстилю, який призначений для багаторазового використання як упаковка різних товарів (має антисептичні та водовідштовхувальні властивості). Японські дослідники із університету Shinshu отримали один із самих міцних матеріалів, які існують на сьогодні в світі – це бронежилетний шовк. Японська компанія Okamoto збирається в 2010 році випустити першу партію нової продукції з цієї тканини. Компанія Polartec виробляє тканину, яка називається «розумна синтетика». Ця тканина схожа на бджолині стільники: верхня поверхня – це сітка, а внутрішня схожа на м'який трикотаж.

Застосовується ця тканина для пошиття спортивного одягу. Французькі фірми пропонують одяг із ароматизованих тканин, які можуть надавати ще оздоровлювальний ефект. Вчені з Південної Кореї пропонують білизну, яка просочена спеціальними лікувальними складовими. Китайці вже торгують футболками «від стресу». Якщо прийняти найважливішим критерієм інновації в умовах ринкового господарювання новизну споживчих властивостей, то продуктів інновації для швейних підприємств мають досить велике значення.

На складову споживчої вартості одягу «Техніка та технологія виготовлення одягу» істотно впливають такі чинники: розвиток науково-технічного прогресу; розвиток машинобудування; можливість запозичення іноземної техніки та технології (організаційно-правовий механізм). Техніка та технологія виготовлення швейного виробу в свою чергу впливають на кількість виробів, їх якість, організацію виробництва, на обсяги виробництва та реалізації і, як наслідок, на виручку від реалізації і прибуток підприємства (рис.3).

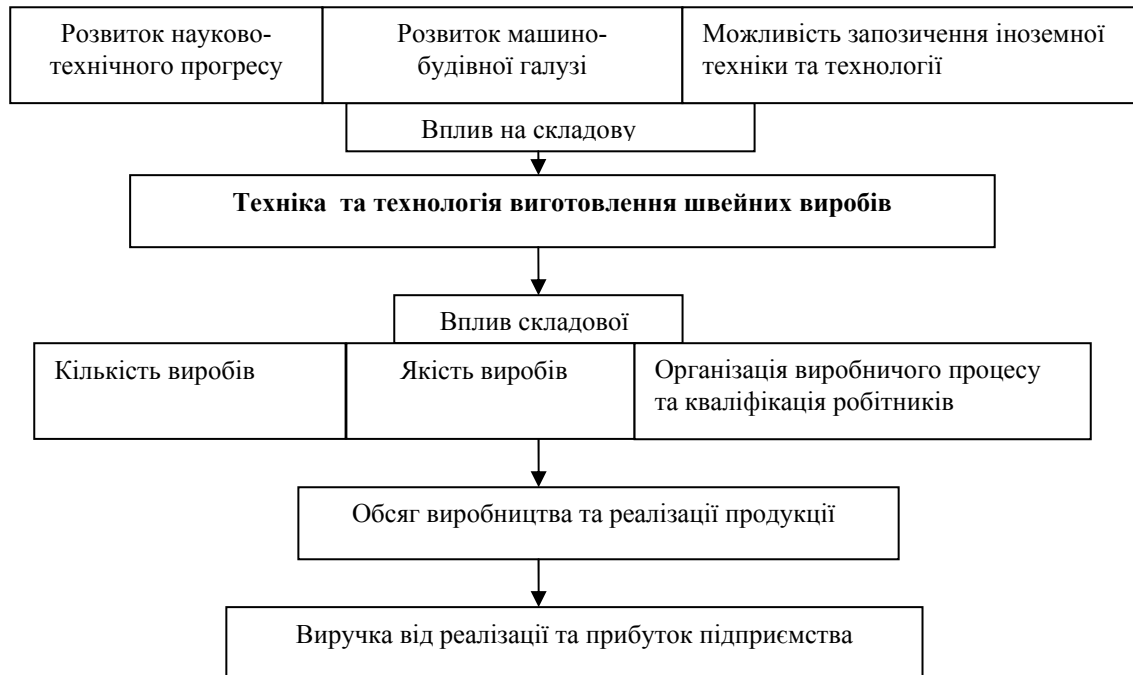


Рис. 3. Чинники впливу та вплив складової споживчої вартості техніка та технологія виготовлення швейного виробу (авторська розробка)

Якість швейних виробів у сучасних умовах має дуже важливий вплив на конкурентоспроможність виробу на ринку. В умовах кризи споживачі купують більш якісні товари. Розвиток техніки та технології виготовлення швейних виробів налічує не одну тисячу років, починаючи з риб'ячої кістки, яка використовувалася як швацька голка, до сучасних автоматизованих комплексів. Швейній машині як винаходу, налічується всього 160 років [5].

Питома вага фізичного зносу основних виробничих фондів швейних підприємств становила в 2007 р. 56 % [6]. Неможливо виробляти високоякісну продукцію на застарілому обладнанні. Під цим кутом зору першочерговим для швейних підприємств є впровадження інновацій процесу.

Формування інноваційної стратегії підприємства передбачає узгодженість та збалансування пропорцій між продуктовими інноваціями, інноваціями процесу та технологічною базою підприємства. При формуванні інноваційної стратегії підприємств швейної підгалузі легкої промисловості треба враховувати не тільки різновиди інновацій (радикальна, рекомбінаційна та модифікована), а й те, якої складової процесу створення одягу ця інновація стосується. Дизайн сам по собі є інноваційним. Кожна модель дизайнерського одягу неповторна.

Але за умовами сучасного існуючого законодавства України отримати документ на підтвердження права інтелектуальної власності на авторську дизайнерську розробку моделі одягу дуже складно, що підвищує ризик втрати доходу в разі копіювання авторської дизайнерської моделі іншими виробниками.

Походження продуктових інновацій та інновацій процесу на підприємствах швейної підгалузі тісно пов'язано з питанням набуття майнових прав (рис. 4).

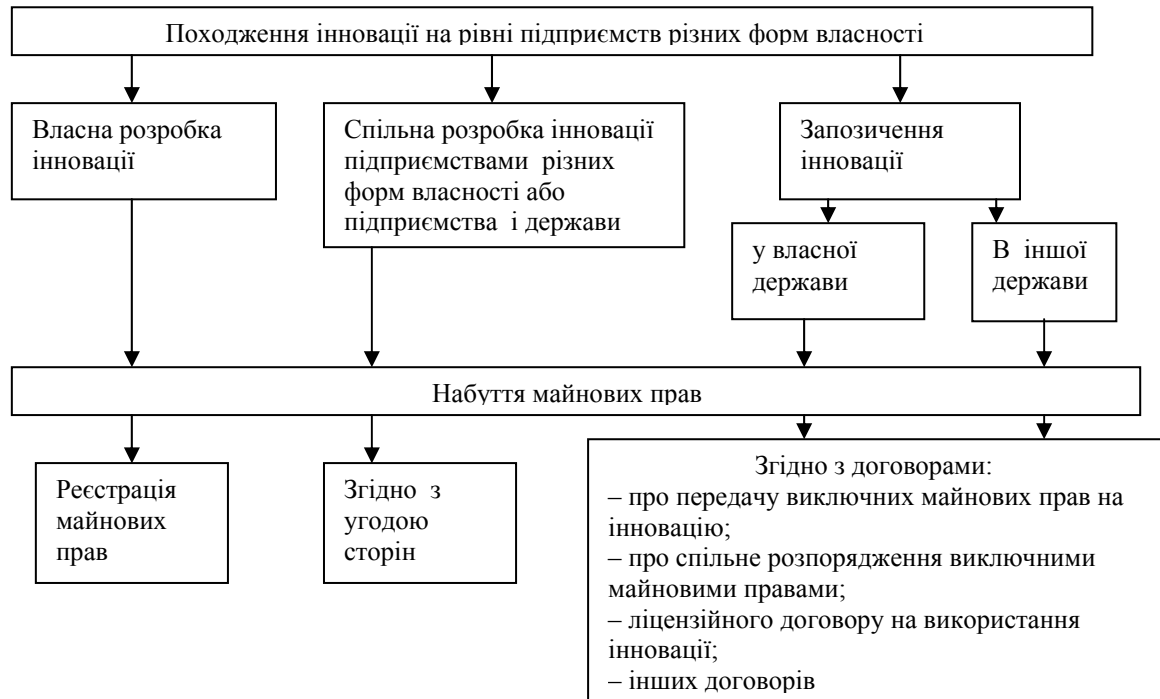


Рис. 4. Схема походження інновації на рівні підприємства та набуття підприємством майнових прав на інновацію (авторська розробка)

Шляхи походження інновацій на підприємствах будь-якої форми власності – це власна розробка або спільна розробка з іншими підприємствами та запозичення інновації. За статистичними даними за останні роки на підприємствах легкої промисловості значно зменшилась кількість використаних промислових зразків, винаходів, корисних моделей і раціоналізаторських пропозицій. За даними Держкомстату України за 2007 р. в легкій промисловості було отримано охоронних документів (патентів) на винахід – 1 (2006 р.), на корисну модель – 1 (2006 р.), на промисловий зразок – 1 (2006 р.), кількість використаних раціоналізаторських пропозицій – 15 (2006 р.) та 29 (2007 р.) [6].

Тому в сучасних умовах господарювання для підприємств легкої промисловості найбільш доцільним є шлях запозичення інновації як у власній державі, так і в іншій державі.

Основою будь-якої інновації є, як правило, інтелектуальна власність. Об'єкти інтелектуальної власності є результатом творчої діяльності людини. Підприємство може стати власником об'єкта інтелектуальної власності, яка є основою інновації, такими шляхами: шляхом її реєстрації (якщо інновація є власністю підприємства) або згідно з договорами розпорядження майновими правами.

Відповідно до ст. 1107 Цивільного кодексу України [7] існують такі види договорів у сфері інтелектуальної власності: договір про передачу виключних майнових прав інтелектуальної власності; договір про спільне розпорядження виключними майновими правами, ліцензійний договір та інші види договорів.

Однією з договірних конструкцій є ліцензія на використання об'єкта права інтелектуальної власності, яка є одностороннім правочином і не може розглядатися як вид договору. Треба зауважити, що ліцензія може бути оформлена як самостійний документ або шляхом укладання ліцензійного договору.

Новим для нашого законодавства є договір комерційної концесії (глава 76 Цивільного кодексу України). Предметом договору комерційної концесії є право на використання комерційних найменувань, торговельних марок, промислових зразків, винаходів, комерційних таємниць, комерційного досвіду, ділової репутації. Підприємства можуть укласти інші договори щодо об'єктів інтелектуальної власності. Основне, щоб їх умови не суперечили нормативним законодавчим актам України.

Висновки

Досвід господарювання доводить, що підприємства, які володіють інноваційними технологіями, використовують інноваційні матеріали та надають увагу дизайну одягу, монополізують сферу ціноутворення і прибутків.

ЛІТЕРАТУРА

1. Гречан А.П. Теоретико-методологічні основи розвитку підприємств легкої промисловості на інноваційних засадах: Монографія. – К.: КНУТД., – 2005. – 208 с.
2. Волков О.І., Денисенко М.П., Гречан А.П. та ін. Шляхи активізації інноваційної діяльності підприємств. Монографія – К.: КНУТД., – 2005. – 775 с.
3. Паливода О.М. Формування інноваційної стратегії на підприємствах легкої промисловості // Вісник КНУТД. – 2008, №1. – с. 129 – 138.
4. Рукавцев Г.І., Савельєва О.М., Боброва О.П., Савельєва К.В. Геотекстиль- новий високоефективний дорожній та будівельний матеріал. // Легка промисловість. – 2006, – № 2. – с. 54 – 55.
5. Заховавко Г.Д., Заховавко А.Г. Швейній машині – 160 років. // Легка промисловість. – 2006. – №1. – с. 42 – 43.
6. Статистичний щорічник України за 2007 р. – К.: Консультант. – 2008. – 571 с.
7. Цивільний кодекс України від 16.01.2003 р. //Офіційний вісник України. –2003, – № 11. – 461 с.

Надійшла 14.05.2009