



УДК 338.242

ВЗАЄМОДІЯ З ДИЗАЙНЕРСЬКИМИ ФІРМАМИ ЯК НАПРЯМ РОЗВИТКУ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВ ШВЕЙНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

КОНОНЕНКО Ганна

Київський національний університет технологій і дизайну, Україна

Розкрито переваги співробітництва швейних підприємств з дизайнерськими фірмами. Проаналізована організаційна структура дизайнерської компанії. Представлено переваги партнерства дизайнерських організацій з підприємствами індустрії моди. Запропоновано напрями розвитку стійких конкурентних переваг швейних підприємств на основі взаємодії з дизайнерськими фірмами. Охарактеризовані конкурентні переваги швейної продукції, яка розроблятиметься при співпраці з дизайнерськими компаніями.

Ключові слова: конкурентна перевага, швейне підприємство, дизайнерська фірма, дизайн, продукція.

ВСТУП

Розвиток глобалізаційних процесів, який відбувається в усьому світі, ускладнює методи ведення конкурентної боротьби. За цих умов потребують ґрунтовного наукового аналізу проблеми, пов'язані з формуванням конкурентних переваг швейних підприємств. Конкурентні переваги дозволяють отримувати підприємству додаткові прибутки, збільшувати ринкову частку та обсяги продажів продукції. Вони сприяють тому, що підприємство стає відомим на ринку, захищають від впливу конкурентних сил. Натомість для підприємства важливим є не тільки досягнення, але й забезпечення та утримання конкурентних переваг в умовах високотурбулентного зовнішнього середовища, що передбачає визначення джерел та механізмів нарощування конкурентних переваг підприємства.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

На сьогоднішній день актуальною проблемою ефективною діяльності підприємств швейної промисловості, є формування системи управління конкурентними перевагами цих підприємств. За таких умов напрями розвитку конкурентних переваг швейних підприємств є одним з найважливіших завдань розвитку національної швейної промисловості як однієї з провідних складових промислового комплексу України. Вирішення цих завдань обумовлює необхідність аналізу співпраці підприємств швейної промисловості з дизайнерськими фірмами.



РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ЇХ ОБГОВОРЕННЯ

Зважаючи на те, що слабкою стороною діяльності швейних підприємства є відсутність штатних дизайнерів і нерозвиненість каналів збуту продукції на території України, пропонується налагодження співробітництва швейних підприємств з дизайнерськими фірмами.

Це дозволить вирішити дві проблеми: по-перше, сприятиме модернізації продукції підприємства завдяки модним розробкам дизайнерів і більш швидкому виведенню модних колекцій на український ринок; по-друге, у підприємства з'явиться додатковий канал збуту при посередництві дизайнерської фірми або через його роздрібну мережу (рис. 1).

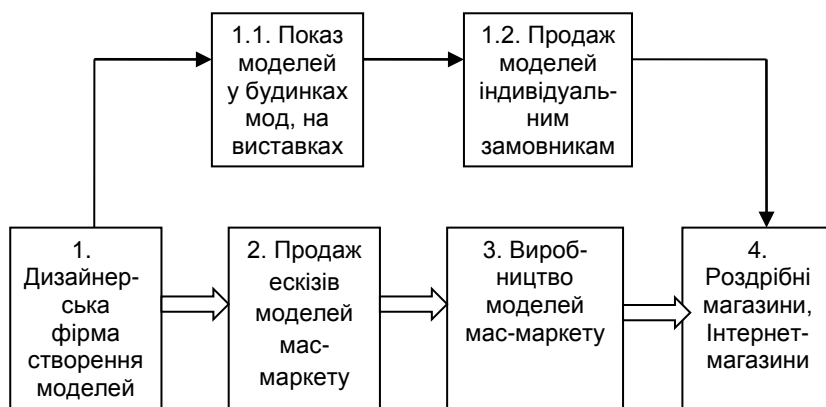


Рис. 1. Взаємодія дизайнерської фірми зі швейним підприємством (розроблено автором)

Щільна взаємодія дизайнерських фірм з промисловими швейними підприємствами ефективно використовується в ряді європейських країн (Німеччина, Італія, Франція, Греція). Модний бізнес має гнучку організаційну структуру, що дозволяє йому швидко реагувати на зміни в зовнішньому середовищі, характеризується високим рівнем творчого, інноваційно-технологічного, маркетингового потенціалу, що обумовлює його високу привабливість для співробітництва з виробничим сектором пошиття одягу. У цьому випадку дизайнерські колекції мають статус мас-маркету, тобто масового виробництва на підприємстві, на противагу індивідуальним замовленням, які мають обмежений попит. У свою чергу підприємства отримають право від дизайнерів на масове виробництво колекції. Основні переваги для дизайнерських фірм і швейних підприємств від співробітництва між ними зазначені в табл. 1.



Таблиця 1 - Співробітництво дизайнерських фірм з підприємствами індустрії моди (складено автором з використанням [1])

Переваги співробітництва	
Для дизайнерських фірм	Для швейних підприємств
Збільшення обсягів продажу моделей	Отримання модних ескізів і колекцій для тиражування
Зростання популярності бренду (торгової марки)	Придбання додаткового каналу збуту через дизайнерські фірми та їх магазини
Додаткове джерело доходу	Прискорення оновлення асортименту з 4–5 тижнів до 2–3 тижнів
Стимул для подальшого розвитку авторських моделей	Зростання професіоналізму у питаннях створення нових моделей
Використання каналів збуту підприємства (фірмові магазини, Інтернет-магазини) для реалізації дизайнерських виробів	Збільшення обсягів реалізації продукції
Користування послугами маркетингових служб підприємства	Збільшення кількості конкурентних переваг

Включення дизайнерських продуктів у ланцюг створення вартості продукції швейного підприємства суттєво збільшить його додану вартість за умов розробки й реалізації модних колекцій для масового споживання. В перший рік співпраці можливе залучення дизайнерів на умовах фрілансу (шляхом укладання контрактів).

У подальшому необхідно створення партнерства шляхом придбання дизайнерською фірмою пакету акцій (10%+1 акція) у швейного підприємства, що дозволить перейти до довгострокових відносин, що сприятиме посиленню стійких конкурентних переваг підприємства.

Створена на таких умовах диференційована швейна продукція є одним із чинників конкурентних переваг та джерелом додаткового доходу. Такі переваги базуються на: 1) унікальності, оскільки продукція розроблена на основі авторських дизайнерських розробок та високою цінністю для цільової аудиторії у зв'язку з унікальністю.

Конкурентні переваги швейної продукції, яка розроблятиметься при взаємодії з дизайнерськими фірмами пропонується позиціонувати у такий спосіб: «Для клієнтів, які хочуть бути оригінальними».



ВИСНОВКИ

Виходячи з вище зазначеного, можна сказати, що співпраця з дизайнерськими фірмами сприяє розвитку конкурентних переваг підприємств швейної промисловості. Такі конкурентні переваги відповідають наступним критеріям: вони узгоджуються з сучасними модними тенденціями та вимогами клієнтів; є унікальними та стійкими, оскільки виступають авторськими розробками дизайнерів, які неможливо отримати конкурентами; є прибутковими в силу того, що не потребують занадто великих витрат.

ЛІТЕРАТУРА

1. Unay F.G., Zehir C. Innovation intelligence and entrepreneurship in the fashion industry // Procedia – Social and Behavioral Sciences. – 2012. - vol. 41. – P. 315–321.
2. Легка промисловість України: реалії та перспективи розвитку. Експертно-аналітична доповідь/ Колектив авторів під науковою редакцією д.е.н., професора, член-кор. НАПН України І. М. Грищенка. – К.: КНУТД, 2015. – 82с.
3. Тарасенко І.О. Сталий розвиток підприємств легкої промисловості: теорія, методологія, практика : монографія / І.О. Тарасенко. – К. : КНУТД, 2010. – 390 с.

KONONENKO G.

INTERACTION WITH DESIGN COMPANIES AS A DIRECTION OF DEVELOPMENT OF COMPETITIVE ADVANTAGES OF THE ENTERPRISES OF THE SEWING INDUSTRY

The advantages of cooperation of sewing enterprises with design firms are revealed. The organizational structure of the design company is analyzed. The advantages of partnership of design organizations with fashion industry enterprises are presented. The directions of development of sustainable competitive advantages of sewing enterprises on the basis of interaction with design firms are offered. The competitive advantages of sewing products are characterized, which will be developed in cooperation with design companies.

Key words: *competitive advantage, a sewing enterprise, a design firm, design, products.*