

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра економіки, права и управління бізнесом

Допущено до захисту

Завідувач кафедри

(підпис)

“ ”

_ 2018 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на здобуття освітнього ступеня магістра

зі спеціальності 076 « Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»

за магістерською програмою професійного спрямування «Економіка,
планування та управління бізнесом»

на тему: «Дослідження і прогнозування кон’юнктури ринку
одягу в Україні»

Виконавець:

студент ЦЗФН факультету
Губа Олександр Валерійович.
/підпис/

Науковий керівник:

к.е.н., доцент
Клевцевич Наталія Анатоліївна
/підпис/

Зміст

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ І	
ПРОГНОЗУВАННЯ КОН'ЮНКТУРИ РИНКУ	
1.1. Поняття та особливості ринкової кон'юнктури.....	6
1.2. Методичні підходи щодо дослідження кон'юнктури ринку.....	15
1.3. Прогнозування кон'юнктури товарного ринку.....	23
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ КОН'ЮНКТУРИ РИНКУ ОДЯГУ В УКРАЇНІ	
2.1. Дослідження пропозиції на ринку одягу України за 2018-2019р.р.....	30
2.2. Аналіз конкурентного середовища на ринку одягу України за 2018- 2019р.р	36
2.3. Оцінка ринку одягу за сегментами споживання.....	43
РОЗДІЛ 3. ПРОГНОЗУВАННЯ КОН'ЮНКТУРИ РИНКУ ОДЯГУ	
3.1. Ключові проблеми ринку одягу в Україні.....	49
3.2. Перспективи розвитку ринку одягу в Україні.....	62
3.3. Прогноз кон'юнктури ринку одягу	67
ВИСНОВКИ.....	71
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	74

ВСТУП

Актуальність теми. Однією з недостатньо вирішених проблем сьогодення є проблема оцінювання та прогнозування кон'юнктури ринку. Сутність цієї проблеми полягає у тому, що ні в теоретичному, ні у практичному аспекті немає належних напрацювань щодо методик оцінювання та прогнозування кон'юнктури ринку. Дослідження вчених найчастіше зводяться до наведення, перерахунку та подання окремих одиничних методів щодо аналізування та прогнозування кон'юнктури ринку, а питання інтегральної оцінки та прогнозування залишаються закритими.

Актуальність також обумовлена і тим, що проблема оцінювання та прогнозування кон'юнктури ринку є одним із найскладніших видів маркетингового дослідження і охоплює багато питань щодо вибору і обґрунтування економічних методик, методів, способів оцінювання, системи показників тощо, а також передбачає кількісне і якісне (наочне) оцінювання стану ринку, тенденцій розвитку, характеру і особливостей ринку, ефективності функціонування підприємств у галузі, економічну ситуацію у ній, визначення вагомості кон'юнктурутворювальних чинників тощо, а також спрямоване на інтегральне оцінювання усіх економічних показників діяльності загалом, це оцінка тенденцій і закономірностей розвитку ринку під впливом кон'юнктурутворювальних чинників.

Крім того, актуальність обумовлена можливістю практичного застосування методик оцінювання та прогнозування кон'юнктури. В цьому контексті доцільно зауважити, що одним з недостатньо досліджених в Україні є ринок одягу. Одяг є предметом першої необхідності і належить до найважливіших товарів народного споживання. Споживчий ринок одягу є структурним елементом товарного ринку та відіграє важливу роль у забезпеченні населення одягом. Український ринок одягу впродовж останніх років зазнає значних коливань, тому існує нагальна потреба його аналізу.

Легка промисловість України в сучасних ринкових умовах перебуває під

впливом тенденцій розвитку світового ринку. Вступ України до СОТ зменшив бар'єри входу на український ринок європейських та азійських фірм. В умовах посилення конкуренції на ринку одягу значно зростає роль комплексних стратегічних і тактичних рішень, що забезпечують високий споживчий попит на одяг.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми розвитку ринку одягу в Україні розглядалися у працях таких вітчизняних та зарубіжних вчених, як: Андрейченко А.В., Горбаченко С.А., Грінченко Р.В., Карпов В.А., Кучеренко В.Р. Беляєва В. В. Ганнеча О.М. Гончаренко І. М. Кійко В.В., Вотченікова О.В., Галушак О.А. Кондратьєв Н. Я. Коновал В. В. Кучеренко В. Р. Соломенцев И. А. та ін. Результати цих та інших досліджень дозволяють оцінити стан і рівень розвитку ринку одягу в Україні. Однак, науковцями мало уваги приділялося дослідженню і прогнозуванню кон'юнктури ринку одягу.

Тому **метою** дипломної роботи є проведення теоретичного та практичного дослідження, а також прогнозування кон'юнктури ринку одягу в Україні.

Для досягнення поставленої мети в дипломній роботі необхідно вирішити такі **завдання**:

- визначити поняття та особливості ринкової кон'юнктури,
- розглянути методичні підходи щодо дослідження кон'юнктури ринку
- з'ясувати особливості прогнозування кон'юнктури товарного ринку,
- провести дослідження пропозиції на ринку одягу,
- здійснити аналіз конкурентного середовища на ринку одягу,
- оцінити ринок одягу за сегментами споживання
- виявити ключові проблеми ринку одягу в Україні,
- обґрунтувати перспективи розвитку ринку одягу в Україні,
- розробити прогноз розвитку ринку одягу в Україні

Об'єктом дослідження в дипломній роботі виступає процес дослідження ринку одягу в Україні.

Предметом дослідження в дипломній роботі є теоретичні аспекти, дослідження та прогнозування кон'юнктури ринку одягу в Україні.

Теоретико-методологічну основу дипломної роботи склали концептуальний апарат, теоретичні положення і наукові принципи, розроблені вітчизняними та зарубіжними спеціалістами в сфері маркетингових досліджень.

Методами дослідження в дипломній роботі застосовувались методи порівняння, методи теоритичного узагальнення – використовувалися для дослідження теоритичних аспектів проблем, методи збирання та групування інформації – використовувалися для вивчення та аналізу ринку, методи вивчення тенденцій на ринку використовувався для розробки прогнозу досліджуваного ринку. Застосовувався комп'ютер для обробки і аналізу інформації.

Публікація. За результатами виконання кваліфікаційної роботи магістра опубліковано 1 статтю: «ДОСЛІДЖЕННЯ КОН'ЮНКТУРИ РИНКУ ОДЯГУ В УКРАЇНІ» // - Науково-студентський вісник факультету «Економіки, управління підприємництвом». -2018.

ВИСНОВОК

В наслідок проведеного дослідження можемо зробити наступні висновки:

1. Кон'юнктура ринку – це конкретна економічна ситуація, яка склалася на ринку в даний момент чи за обмежений відрізок часу під дією комплексу сил та чинників. Дещо інакше кон'юнктура ринку являє собою сукупність умов, в результаті яких формується конкретна ринкова ситуація.

2. Одним із найважливіших завдань кон'юнктурних досліджень є виявлення основних тенденцій розвитку ринку. Щодо дослідження галузевої кон'юнктури, то її також потрібно проводити в певній послідовності. Для цього потрібно розробити методологічні засади тенденцій розвитку галузевого ринку. Але перед цим доцільно з'ясувати питання, пов'язані з трактуванням таких понять як «ринок» та «галузь».

3. Особливості прогнозування поєднують оперативні процеси, короткострокові прогнози та прогнози стратегічного характеру. Всі ці прогнози будуються на основі системного аналізу, мають бути пов'язані між собою і виходити один із одного. Основою кон'юнктурного прогнозування є причинно-наслідкові зв'язки. Крім того, дослідження закономірностей розвитку ринку, виявлення їх впливу дозволяє з достатнім рівнем достовірності стверджувати, що дане явище чи даний процес будуть розвиватися в певній послідовності та в заданих межах. За умов дотримання всіх вимог щодо побудови прогнозних моделей, вони створюють єдину та взаємопов'язану систему соціально-економічних факторів перспектив розвитку ринку

4. Дослідження пропозиції на ринку одягу показали що продавців одягу в Україні стає все більше. Прямий продаж одягу через власну роздрібну мережу передбачає наявність розвинутого бренду компанії. Власна роздрібна мережа – мережа фірмових магазинів компанії-виробника, дозволяє отримувати найбільшу рентабельність збуту швейної продукції, яка, за даними експертних опитувань, коливається від 30% до 40%

5. Аналіз конкурентного середовища на ринку одягу нам показав що запровадження додаткового імпортного збору сприяє тимчасовому зростанню надходжень від податків з імпортованих товарів та зборів, проте значно підвищує фіскальне навантаження на суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності, що спричиняє негативний вплив на фінансові результати господарської діяльності, споживчі ціни, ціни виробників та доходи бюджетів усіх рівнів (податок на прибуток підприємств, податок на доходи фізичних осіб, податок на додану вартість)

6. . Тобто, в 2018 році зростання окремого сегменту одягу сягатиме 60%. І це за умови, що темпи зростання почнуть знижуватись. Хоча зниження темпів у відносних показниках – це лише статистичний ефект, який зовсім не означає, що ринок занепадає. Якщо виходити з того, що навіть якщо частка ринку одягу залишиться незмінною в цьому і наступному роках, а загальний ринок електронної торгівлі зростатиме на 49% та 37% відповідно, то ємність цього ринку в 2017-2018 роках складатиме 284,4 та 453,6 млн дол.

7. Ключовими проблемами ринку одягу в Україні:

- висока собівартість вітчизняних товарів легкої промисловості.
- недостатня купівельна спроможність населення.
- недостатня інвестиційна та інноваційна діяльність;
низький притік молодих кадрів на підприємства.
- АТО на сході країни;

8. Перспектива розвитку ринку одягу в Україні є поліпшення ситуації на внутрішньому ринку одягу за умов розвитку міжнародної торгівлі потребує негайного створення в Україні однакових конкурентних умов для виробів вітчизняних та імпортованих, суттєвого підвищення ефективності боротьби з контрабандою, заниженням митної вартості та задекларованих обсягів тканин, що ввозяться, а також координації дій на міжнародному рівні. В Україні створено законодавче поле, що відповідає нормам міжнародного права та дає змогу вітчизняним виробникам уживати ефективних заходів щодо захисту

внутрішнього ринку. Нині підприємствам, що виготовляють одяг, слід активніше ініціювати антидемпінгові та спеціальні розслідування, тим більш, що в Україні вже є прецедент застосування антидемпінгових заходів щодо захисту виробників штучного хутра та ворсового полотна.

9. Кризовий стан легкої промисловості обумовлений наявністю цілої низки серйозних проблем. Серед базових проблем галузі спеціалісти виділяють наступні: висока собівартість вітчизняних товарів легкої промисловості, висока собівартість вітчизняних товарів легкої промисловості та недостатня купівельна спроможність населення. Крім того, ситуацію погіршує значна тінізація галузі. Серед імпортованих товарів легкої промисловості досить висока частка таких, що ввозяться контрабандою. Ситуація з іноземними інвестиціями в легкій промисловості є критичною. Частка прямих іноземних інвестицій в легку промисловість складає лише 0,3 % від загального обсягу. На основі даних обсягу реалізації було спрогнозовано зміни на ринку одягу у 2018-2019 рр. За допомогою MS Excel побудовано лінійний тренд. Даний метод показує, що обсягу реалізації у 2018р. складе 10791,667(млн.грн.), а у 2019р. 11549,928 (млн.грн.), що свідчить про розвиток ринку.

Список використаної літератури

1. Адвокатова Н.О. Дослідження сучасного стану підприємств легкої промисловості України / Н.О. Адвокатова // Економічні інновації. – 2012. – № 47. – С. 5–14.
2. Александрова О.М. Сучасний стан та проблеми ринку одягу в Україні / О.М. Александрова // Вісник студентського наукового товариства "ВАТРА" Вінницького торговельно-економічного інституту КНТЕУ. - 2015. - №24. - С. 8-19.
3. Андрейченко А.В., Горбаченко С.А., Грінченко Р.В., Карпов В.А., Кучеренко В.Р. Аналіз ринкової кон'юнктури: навчальний посібник. – Одеса: ОНЕУ, 2014. – 345 с.
4. Беляева В. В. Конъюнктура рынка: исследование и обоснование управленческих решений / В. В. Беляева // Вестник Алтайского государственного аграрного университета. - 2010. - № 6 (68). - С. 110-115.
5. Будянська Н. Легка промисловість сьогодні. // Легка промисловість України: науково - виробничий журнал. - 2016. - №1. – С.66-71.
6. В Україні масово відкриваються магазини дешевого брендового одягу. [Електронний ресурс]. Газета сьогодні – Режим доступу: <https://ukr.segodnya.ua/economics/business/v-ukraine-massovo-otkryvayutsya-magaziny-deshevoy-brendovoy-odezhdy-1027868.html>
7. Ганнеча О.М. Сучасний стан та перспективи розвитку підприємств швейної промисловості України / О.М. Ганнеча // Формування ринкової економіки: наук. зб. / Мін-во освіти і науки України, ДВНЗ «Київський національний економічний університет ім. В. Гетьмана». - 2010. - № 24. -С 109-118.
8. Герасименко Г. О. Характеристика та аналіз стану зовнішньоекономічної діяльності підприємств легкої промисловості України / Г. О. Герасименко, Ю. В. Гончаров // Актуальні проблеми економіки. - 2015. - № 3. - С. 69-78.
9. Гончаренко І. М. Аналіз конкурентного середовища підприємств легкої промисловості / І. М. Гончаренко // Економічні науки. Сер.: Економіка та

- менеджмент. - 2012. - Вип. 9(2). - С. 121-128.
10. Дослідження ринку: конспект лекцій / укладачі: Г. А. Мішеніна, Ю. Т. Матвеева. – Суми: Сумський державний університет, 2015. – 185 с.
 11. Дослідження сектору пошиття одягу України за період 2010-2015 рр. – К.: БІЗПРО, 2016. – 128 с.
 12. Іваненко І. А. Сучасні особливості розвитку світового ринку одягу / І. А. Іваненко, О. В. Пенчева // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Сер.: Економічні науки. - 2014. - № 2. - С. 42-47.
 13. Ізовіт Т. Л. Ефект запровадження додаткового імпортного збору на розвиток легкої промисловості України / Т. Л. Ізовіт // Економіка та держава. – 2015. – № 8. – С. 54-57.
 14. Кійко В.В., Вотченікова О.В., Галушак О.А. Сучасний стан та тенденції розвитку швейної промисловості України // Наукові праці SWORLD. – 2016. - №1. – С. 70-76.
 15. Кондратьев Н. Большие циклы конъюнктуры и теория предвидения. Избранные труды / Н. Кондратьев, Ю. Яковец, Л. Албакин. - М.: Экономика, 2002. - 550 с.
 16. Коновал В. В. Аналіз зовнішнього середовища виробничого потенціалу підприємств легкої промисловості / В. В. Коновал // Молодий вчений. - 2017. - № 6. - С. 449-452.
 17. Коновал В. В. Аналіз стану легкої промисловості в умовах трансформаційної економіки України / В. В. Коновал // Проблеми і перспективи економіки та управління. - 2015. - № 1. - С. 91-97.
 18. Корецький Б.М. Особливості розвитку ринку швейних виробів в Україні [Електронний ресурс] Тернопільський Національний Економічний Університет / Б.М. Корецький. – Режим доступу: <http://dspace.tneu.edu.ua/>
 19. Кощій О. В. Теоретичні засади багатоциклічності формування економічної кон'юнктури / О. В. Кощій // Збірник наукових праць ЛНТУ. – 2009. - Випуск 6 (23). - С.31-36.
 20. Кучеренко В. Р. Основи економічної кон'юнктури: навч. посіб. для студ.

- вищ. навч. закл. / В. Р. Кучеренко, В. А. Карпов. - К.: Центр навчальної літератури, 2004. - 224 с.
- 21.Кучеренко В. Р., Карпов, В. А., Соломенцев И. А. Проблемы конъюнктурных исследований на рынках товаров и услуг / В. Р. Кучеренко, В. А. Карпов, И. А. Соломенцев. - Одесса: ОГЭУ, 2006. - 205 с.
- 22.Левшин Ф.М. Мировой рынок: конъюнктура, цены и маркетинг: Монография / Ф. М. Левшин. - М.: Международные отношения, 1993. - 516 с.
- 23.Ліпич Л.Г., Кощій, О.В. Економічна кон'юнктура: механізм формування та методологічні підходи до оцінювання: Монографія / Л. Г. Ліпич, О. В. Кощій. - Луцьк: РВВ «Вежа», 2009. - 220 с.
- 24.Ляшенко Г.П., Лазебник Л.Л. Кон'юнктурні дослідження на світових ринках: Навч. посіб. / Г. П. Ляшенко, Л. Л. Лазебник. - Ірпінь: Академія ДПС України, 2003. - 342 с.
- 25.Максименко І. О. Легка промисловість України: сучасний стан та перспективи розвитку / І. О. Максименко, В. І. Бокій // Вісник Хмельницького національного університету. – 2009. – № 3. – Т. 2. – С. 77-80.
- 26.Мирошніченко О. А. Экспорт одягу до Європейського Союзу. Гід для українських підприємців / О. А. Мирошніченко, М. Г. Неліна, О. В. Феленюк - К.: ФОП Клименко Ю. Я., 2017. - 116 с.
- 27.Мурована Л. В. Маркетингові підходи до формування асортименту товарів легкої промисловості / Л. В. Мурована // Вісник КНУТД. – 2010. – Т. 5. – № 5. – С. 108–112.
- 28.Наливайко І.В. Український ринок робочого одягу. [Електронний ресурс]. – Расцветки милитари Режим доступу:
<http://www.pantex.com.ua/ua/stati/ukrainskij-rynok-rabochej-odezhdy>
- 29.Нестеренко Д. Українці одягаються через інтернет. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.epravda.com.ua/publications/2013/09/3/392570/>
- 30.Нефьодова Ю. Підприємства легкої промисловості України: огляд і аналіз сучасного стану / Ю. Нефьодова, Ю. Оліфірова // Схід. - 2013. - № 5. - С. 76-

- 83.
- 31.Нижик В.М., Шарко В.В. Сучасний стан та перспективи розвитку підприємств легкої промисловості / В.М. Нижик, В.В. Шарко // Інноваційна економіка. – 2012. – С. 41–46.
- 32.Новіков В.І. Український ринок одягу: тенденції та перспективи. //Легка промисловість України: науково - виробничий журнал. – 2016. - №7. – С.41-49.
- 33.Обеленцева Л. В. Кон'юнктурні дослідження галузевого ринку: підручник / Л. В. Обеленцева. - Х.: ХНАМГ, 2010. – 249 с.
- 34.Оснач О.Ф. Товарознавство: Навчальний посібник – Київ: Центр навчальної літератури, 2004. – 352 с.
- 35.Офіційний сайт Державного комітету статистики України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrstat.gov.ua>.
- 36.Основні кроки для промислового розвитку легкої промисловості Офіційний сайт Укрлегкпрому. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://ukrlegprom.org.ua>.
- 37.Павленко А. Ф. Маркетинг: підручник / А. Ф. Павленко, А. В. Войчак. – К.: КНЕУ, 2003. – 246 с.
- 38.Плотніченко І.Б. Сучасний стан та перспективи розвитку швейної промисловості України / І.Б. Плотніченко [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/17270/1/18-109-114.pdf>.
- 39.Примак Т. О. Маркетинг. Навч. посіб / Т. О. Примак. - К.: МАУП, 2004. - 228 с.
- 40.Проблеми кон'юнктурних досліджень ринків товарів та послуг в Україні. Монографія / Під науковим керівництвом д.е.н., професора Ковальова А.І. - Одеса: Атлант, 2010. – 266 с.
- 41.Радіщук Т. П. Особливості прогнозування кон'юнктури товарного ринку / Т. П. Радіщук // Вісник Національного університету "Львівська політехніка". – 2010. – № 684. – С. 39–41.
- 42.Радіщук Т. П. Сутність поняття кон'юнктури товарного ринку / Т. П.

- Радіщук // Збірник наукових праць ЛНТУ. - 2010. - Випуск 7 (26). - С. 3-14.
- 43.Савенко А. Є. Дослідження ринкової кон'юнктури - важливий фактор фінансової стабілізації / А. Є. Савенко, С. П. Коваль // Науковий вісник Академії муніципального управління. - 2009. - Випуск 6. - С. 19-26.
- 44.Терешкевич Н. А. Огляд українського ринку одягу спеціального призначення / Н. А. Терешкевич // Вісник Львівської комерційної академії. Серія товарознавча. - 2009. - Вип. 11. - С. 124-126.
- 45.Тимчук С.В. Проблематика експортної діяльності підприємств в швейній галузі України/ С.В.Тимчук, О.О.Мамчур // Менеджмент ХХІ століття: проблеми і перспективи: колективна монографія: матеріали ІV наук.-практ. конф., присвяч. 170-річчю заснування Уманського національного університету садівництва. - Умань: ВПЦ "Візаві", 2014.- С.170-174.
- 46.Українські виробники одягу. Зроблено в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://madeinua.org/catalog/odyag/>
- 47.Чубар М. М. Ринок європейського економічного простору як найбільш пріоритетний для експортної діяльності вітчизняних підприємств-виробників одягу / М. М. Чубар // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. - 2014. - № 5(1). - С. 58-62.
- 48.Шацька З. Я. Ринок спіднього одягу України: сучасний стан та перспективи розвитку / З. Я. Шацька // Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. Серія: Економічні науки. - 2016. - № 3. - С. 49-59.
- 49.Шити чи не шити? Огляд українського швейного ринку. [Електронний ресурс]. – Глобал Режим доступу: <https://gc.ua/uk/novini-biznesu/shiti-chi-ne-shiti-oglyad-ukraïnskogo-shvejnogo-rinku/>