

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кафедра економіки права та управління бізнесом

РЕФЕРАТ
кваліфікаційної роботи
на здобуття освітнього ступеня магістра
зі спеціальності 076 « Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»
за магістерською програмою професійного спрямування «Економіка,
планування то управління бізнесом»
на тему: «Дослідження і прогнозування кон'юнктури ринку
одягу в Україні»

Виконавець:

студент ЦЗФН факультету
Губа Олександр Валерійович
/підпис/

Науковий керівник:

доцент, канд. екон. наук
Клєвцевич Наталія Анатоліївна
/підпис/

АНОТАЦІЯ

Губа О.В., «Дослідження і прогнозування кон'юнктури ринку одягу в Україні», кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня магістра зі спеціальності «076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» за магістерською програмою «Економіка, планування та управління бізнесом» Одеський національний економічний університет. Одеса, 2018.

Кваліфікаційна робота магістра складається з трьох розділів. Об'єкт дослідження виступає процес дослідження ринку одягу в Україні.

У роботі розглядаються теоретичні аспекти дослідження і прогнозування кон'юнктури ринку, аналіз кон'юнктури ринку одягу в Україні, прогнозування кон'юнктури ринку одягу.

Проаналізовано кон'юнктуру світового та вітчизняного ринку одягу, стан функціонування вітчизняного ринку одягу, розглянуто методичні підходи щодо дослідження кон'юнктури ринку, досліджено конкурентне середовище на ринку одягу та ринок одягу за сегментами споживання, визначено ключові проблеми ринку одягу та напрями підвищення конкурентоспроможності підприємств легкої промисловості України.

Запропоновано впровадити техніко-економічні та організаційні заходи стабілізації у галузі, вивести з експлуатації морально та фізично застаріле обладнання нерентабельних виробництв, формування сегментів споживачів та цільових ринків збуту одягу для підвищення експортного потенціалу галузі, підвищити конкурентоспроможність продукції шляхом зменшення енергетичних, матеріальних та трудових витрат і вдосконалення інфраструктури та диверсифікації виробництва.

Ключові слова: легка промисловість, одяг, ринок одягу, виробництво одягу, кон'юнктура ринку.

ANNOTATION

Guba O.V., "Research and forecasting of the market of clothing market in Ukraine", qualifying work for obtaining an educational master's degree in the specialty "076 Entrepreneurship, Trade and Stock Exchanges" under the master's program "Economics, Planning and Business Management" Odessa National economical University. Odessa, 2018.

Master's qualification work consists of three sections. The object of research is the process of studying the clothing market in Ukraine.

The theoretical aspects of the research and forecasting of the market situation, the analysis of the market situation of clothing in Ukraine, and the forecasting of the clothing market situation are considered.

The situation of the world and domestic clothing market, the state of the functioning of the domestic apparel market was analyzed, methodical approaches were examined to study the market conditions, the competitive environment in the clothing market and the clothing market according to the segments of consumption was investigated, the key problems of the clothing market and the directions of increasing the competitiveness of enterprises were determined.

It was proposed to introduce techno-economic and organizational measures of stabilization in the industry, to decommission obsolete equipment of unprofitable productions, to form segments of consumers and target markets for clothing to increase the export potential of the industry, to increase the competitiveness of products by reducing material and labor costs, and improving infrastructure and diversifying production.

Key words: light industry, clothing, clothing market, clothing production, market conditions.

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. 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.

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. Беляева В. В. Ганнеча О.М. Гончаренко І. М. Кійко В.В., Вотченікова О.В., Галушак О.А. Кондратьев 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.

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.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота магістра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (49 найменувань). Загальний обсяг роботи становить 74 сторінок. Основний зміст викладено на 67 сторінках. Робота містить 6 таблиць, 12 рисунків.

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.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі *«Теоритичні аспекти дослідження і прогнозування кон'юнктури ринку»* розглянуто усі фактори що утворюють кон'юнктуру ринку, що стимулюють розвиток ринку або стримують його, а також фактори, що впливають на кон'юнктуру періодично. Вивчені три рівня дослідження кон'юнктури ринку: загально економічний, галузевий і товарний та кілька методів прогнозування, серед котрих найбільш часто

використовуються екстраполяція, експертні оцінки, математичне моделювання, графічний аналіз.

У другому розділі *«Аналіз кон'юнктури ринку одягу в Україні»* проаналізовано баланс попиту та пропозиції на ринку одягу України. Наведена інформація щодо обсягів виробництва одягу в Україні за останні 10 років. Проаналізовано конкурентне середовище та ключові гравці на ринку. Та вивчено ринок одягу за сегментами споживання.

У третьому розділі *«Проаналізовано кон'юнктура ринку одягу»* розглянуто ключові проблеми ринку одягу та шляхи їх вирішення. Досліджені перспективи розвитку ринку одягу в Україні. Запропоновано впровадити чітку систему управління якістю в легкій промисловості. Розраховано прогноз на розвиток ринку одягу в Україні.

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.

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.

