

## **РИНОК ЛЕГКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ ЯК РИНОК САМОВИРАЖЕННЯ**

Студ. Великанова Л.Г.  
Наук. керівник доц. Хоменко О.І.  
Київський національний університет технологій та дизайну

Легка промисловість – це комплексна галузь, що включає майже 20 підгалузей, основними з яких є текстильна, взуттєва, шкіргалантерейна та підгалузь аксесуарів. Крім того, до цієї галузі відноситься виробництво іграшок, фурнітури, столового посуду та ін.

Найбільш тісні зв'язки вона має із сільським господарством і хімічною промисловістю – основними постачальниками сировини, а також машинобудуванням.

Галузь утворює потужний виробничий потенціал, здатний виробляти широкий спектр товарів широкого вжитку і промислового призначення.

Ринок легкою промисловістю за вартістю продукту поділяється на товари низької якості, середньої ціни та високої моди. У ланці високої моди щорічно обертаються міль'ярди доларів. Переважна частина проходить через будинки високої моди такі як Gussi, Chanel, Dior, Calvin Klein, та інші.

Перспективами розвитку ринку легкої промисловості є прискореність обертання капіталу, можливість якісної модернізації галузі легкої промисловості та її інфраструктури із використанням кластерних підходів, широкого застосування кращих світових досягнень у галузі техніки і технології текстильного, швейного, хутрового і шкіряно-взуттєвого виробництва, в тому числі нанотехнологій і нанопродуктів. В цьому році є можливість створення великої мережі оптового збуту її продукції. Це сприяє збільшенню обсягів експорту одягу, взуття, текстилю, розширення сфери впливу ринку.

На сьогоднішній день основним регіоном, який виробляє понад 70 % від усього обсягу текстильної продукції, є Азія, частково Китай, США, Туреччина та Індія. Провідними експортерами продукції швейної промисловості у світі є Китай, Південна Корея, Індія, Колумбія, Тайвань. А розвинені країни такі як Італія, Франція, Німеччина спеціалізуються лише на виробництві невеликих обсягів елітних, індивідуальних, модних виробів.

## **ОЦІНКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА**

Студ. Збарживецька В.Б.  
Наук. керівник доц. Хоменко О.І.  
Київський національний університет технологій та дизайну

Для кожного підприємства основним його завданням функціонування є досягнення максимального прибутку, що в свою чергу залежить від рівня конкурентоспроможності продукції. Одна з найважливіших задач розвитку підприємства і країни в цілому, нерозривно пов'язана з ефективністю виробництва – забезпечення випуску необхідної кількості сучасних виробів та покращення якості. Загострення конкурентної боротьби (за збут своєї продукції, за місце на ринку) поміж фірмами-виробниками змушує їх шукати нові засоби впливу на рішення покупців. Одним з таких засобів є створення товарів покращеного рівня якості.

Для успішної конкурентної боротьби підприємствам необхідно не тільки оновлювати технології і технологічне обладнання, вивчати внутрішній і зовнішній ринок, вести маркетингові дослідження, виявляти свої переваги та недоліки, можливості та загрози, а й