

**Міністерство освіти та науки України**  
**Мукачівський державний університет**  
**Кафедра легкої промисловості і професійної освіти**

**МАГІСТЕРСЬКА РОБОТА**

на тему:

**ОЦІНКА КОНКУРЕНТНОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ  
ВЗУТТЄВОГО ТА ГАЛАНТЕРЕЙНОГО ВІТЧИЗНЯНОГО  
ВИРОБНИЦТВА**

**Виконав студент гр.ПВГВ-2м**

\_\_\_\_\_

**Зубака В.В.**

**Керівник роботи**

\_\_\_\_\_

**д.т.н., професор Козарь О.П.**

**Допущено до захисту в ЕК**

**Зав.кафедрою легкої промисловості**

**і професійної освіти**

\_\_\_\_\_ **Козарь О.П.**

**«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2019р**

**Мукачево 2019**

## ЗМІСТ

	стор.
<b>ВСТУП</b>	6
<b>РОЗДІЛ 1. АНАЛІЗ СТАНУ КОНКУРЕНТНОСПРОМОЖНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ВЗУТТЄВИХ ТА ГАЛАНТЕРЕЙНИХ ВИРОБНИЦТВ</b>	11
<b>1.1.</b> Аналіз останніх досліджень та публікацій щодо якості взуттєвих виробів.	11
<b>1.2</b> Аналіз літературних джерел з проблеми створення галантерейних виробів.	21
<b>1.3.</b> Шляхи забезпечення КСП взуттєвих та галантерейних виробів та відповідних підприємств.	24
<b>1.4.</b> Загальна характеристика взуття і галантереї та особливості технології їх виробництва.	26
<i>Висновки до розділу 1</i>	26
<b>РОЗДІЛ 2. МЕТОДИ І ЗАСОБИ ДОСЛІДЖЕНЬ</b>	29
<b>2.1.</b> Методи опитування та спостереження.	30
<b>2.2.</b> Методи аналізу первинної інформації.	32
<b>2.3.</b> Методика визначення обсягу респондентів.	35
<i>Висновки до розділу 2</i>	37
<b>РОЗДІЛ 3. ОЦІНКА КОНКУРЕНТНОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ВЗУТТЄВОГО ТА ГАЛАНТЕРЕЙНОГО ВІТЧИЗНЯНОГО ВИРОБНИЦТВА</b>	46
<b>3.1.</b> Маркетингові дослідження ринку взуття та галантереї.	47
<b>3.2.</b> Сегментація споживача взуття у відповідності до сучасних тенденцій моди, за статевими та віковими ознаками.	51
<b>3.3.</b> Конкурентна структура ринку взуття та фактори, що формують споживчі переваги.	56
<b>3.4.</b> Стратегія ціноутворення брендovих колекцій на прикладі мікроколекції сумок з елементами українського декору «Нічний Меандр»	58

*Висновки до розділу 3*

**РОЗДІЛ 4. ОХОРОНА ПРАЦІ ТА БЕЗПЕКА В  
НАДЗВИЧАЙНИХ СИТУАЦІЯХ** 63

**4.1. Санаторно-гігієнічні вимоги. Мікроклімат робочої зони.** 67  
Санаторно-гігієнічні вимоги

**4.2. Розрахунок природного освітлення** 69

**4.3. Пожежна безпека** 72

**4.4. Електробезпека**

*Висновки до розділу 4*

**ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ**

**СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ**

**ДОДАТКИ**

## ВСТУП

Перехід України до ринкової системи господарювання співпав з періодом інтеграції світової економіки. Це одночасно полегшує та ускладнює трансформаційні процеси в Україні. Світовий обмін ідеями, капіталами та товарами сприяє входженню національної економіки у світове господарство. Разом з тим перед підприємствами постали проблеми, пов'язані з міжнародною конкуренцією, масштабним проникненням зарубіжних товарів на українські ринки. Для того, щоб скористатися можливостями, що виникли та уникнути небезпеки, вітчизняні підприємства повинні підвищувати конкурентоспроможність продукції на внутрішньому та зовнішньому ринках.

Особливого значення ці проблеми набувають для підприємств легкої промисловості, бо від якості й конкурентоспроможності їх продукції вирішальною мірою залежить життєздатність національної економіки та добробут населення України. Необхідно прагнути, щоб український споживач купував вітчизняні конкурентоспроможні товари, інвестуючи цим самим вітчизняну економіку.

Вагомий внесок у розробку питань конкурентоспроможності внесли вітчизняні та зарубіжні вчені-економісти Г.П.Абрамшвілі, О.П.Градов, В.Л.Дікань, Ю.Б.Іванов, Г.П.Іспірян, А.Н.Литвиненко, А.І.Маренич А.Маршалл, М.Портер, О.П.Сологуб, Ю.Н.Сухачов, М.А.Тат'янченко, Р.А.Фатхутдінов, Ф.Хайек, А.Ю.Юданов та ін. Але на сьогоднішній день дослідження з проблем конкурентоспроможності мають розрізнений характер і, що головне – недостатньо висвітлені економічні аспекти, природа та механізми управління конкурентоспроможністю на всіх стадіях її формування, що і зумовило вибір теми дослідження.

**Постановка проблеми.** В умовах сьогодення актуальною залишається проблема покращення якості та конкурентоспроможності взуттєвих та галантерейних виробів шляхом вдосконалення процесу проектування з використанням інноваційних методів формоутворення і засобів сучасного

дизайну, адже споживачі чекають індивідуалізованих і різноманітних виробів. Слід зазначити, що вироби загалом експлуатуються протягом досить короткого періоду часу. А тому, для таких виробів важливо збільшити ступінь їх експлуатації, що можливо завдяки використанню методів дизайнерського проектування, які дозволяють змінювати не всю модель, а тільки певні її елементи, форму, таким чином щоразу отримуючи нові моделі, швидко змінюючи і розширюючи асортимент продукції відповідно до вимог споживчого ринку.

**Мета і завдання дослідження.** Метою магістерської роботи є аналітичний огляд аспектів підвищення конкурентоспроможності вітчизняних взуттєвих та галантерейних підприємств за рахунок використання інноваційних засобів сучасного дизайну готових виробів.

Відповідно до мети визначено такі завдання:

- проаналізувати стан КСП взуття та галантереї вітчизняного виробника;
- окреслити основні споживчі критерії конкурентоспроможності ВГВ та шляхи їх забезпечення;
- провести маркетингові дослідження ринку взуття та галантереї;
- здійснити сегментацію споживача ВГВ за різними ознаками та вивчити їх попит з метою прогнозування вибору ними відповідного товару;
- проаналізувати структуру ринку взуття та фактори, що формують споживчі переваги;
- вивчити стратегію ціноутворення брендових виробів на прикладі мікроколекції сумок з елементами українського декору.

*Об'єктом дослідження* є процес формування конкурентоспроможності продукції та підприємств.

*Предметом дослідження* є сукупність теоретичних та прикладних питань оцінки конкурентоспроможності продукції підприємств взуттєвої та галантерейної промисловості.

*Методи досліджень.* Теоретичною і методологічною основою досліджень слугували наукові праці вітчизняних і зарубіжних вчених.

Для досягнення поставленої мети в роботі було обрано відомі загальнонаукові та спеціальні методи. Для оцінки конкурентоспроможності ВГВ та підприємств, розрахунку показників задоволеності споживача застосовано методи кваліметрії, соціологічного опитування, споживачів.

Інформаційною основою дослідження прийнято офіційні матеріали державних статистичних органів України, первинна бухгалтерсько-статистична звітність підприємств, державні стандарти України, результати соціологічних опитувань, наукові праці вчених, енциклопедії та словники.

**Наукова новизна** полягає у новому підході до оцінки КСП продукції взуттєвого та галантерейного виробництва, виготовленого з використанням інноваційних методів формоутворення і засобів сучасного дизайну.

**Практичне значення.** Використання запропонованих у роботі підходів, висновків і рекомендацій сприятиме підвищенню рівня конкурентоспроможності продукції та підприємств взуттєвої і галантерейної галузі України, підвищення ефективності їх господарської діяльності, контролю за розходуванням всіх видів ресурсів.



# МУКАЧІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

89600, м. Мукачево, вул. Ужгородська, 26

тел./факс +380-3131-21109

Веб-сайт університету: [www.msu.edu.ua](http://www.msu.edu.ua)

E-mail: [info@msu.edu.ua](mailto:info@msu.edu.ua), [pr@mail.msu.edu.ua](mailto:pr@mail.msu.edu.ua)

Веб-сайт Інституційного репозитарію Наукової бібліотеки МДУ: <http://dspace.msu.edu.ua:8080>

Веб-сайт Наукової бібліотеки МДУ: <http://msu.edu.ua/library/>