

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА БІЗНЕС-АДМІНІСТРУВАННЯ  
КАФЕДРА БІЗНЕС-АНАЛІТИКИ ТА ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ**

**ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ**  
Завідувач кафедри бізнес-аналітики  
та цифрової економіки

Наталія КАСЬЯНОВА

“ \_\_\_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 20\_\_р.

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**  
(ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА)  
ЗДОБУВАЧА ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ МАГІСТР  
ЗІ СПЕЦІАЛЬНОСТІ 051 «ЕКОНОМІКА»  
ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «МІЖНАРОДНА ЕКОНОМІКА»

**Тема: «Ринок легкої промисловості України в контексті міжнародної  
інтеграції»**

**Виконавець:** Наталя ХОРОЩАК

**Керівник:** доктор економічних наук, професор Наталя КАСЬЯНОВА

**Консультанти з розділів:**

Розділ 1: д.е.н., проф. Наталя КАСЬЯНОВА

Розділ 2: д.е.н., проф. Наталя КАСЬЯНОВА

Розділ 3: д.е.н., проф. Наталя КАСЬЯНОВА

**Нормоконтролер із ЄСКД (ЄСПД):**

старший викладач Юлія ДИЯК

**КИЇВ 2023**

НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
Факультет економіки та бізнес-адміністрування  
Кафедра бізнес-аналітики та цифрової економіки  
Спеціальність 051 «Економіка»  
Освітньо-професійна програма «Міжнародна економіка»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри бізнес-аналітики  
та цифрової економіки

Наталія КАСЬЯНОВА

“ \_\_\_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 20\_\_ р.

**ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ**

Здобувач вищої освіти: Наталя ХОРОЩАК

Тема роботи: «Ринок легкої промисловості України в контексті міжнародної інтеграції», затверджена наказом ректора № 1085/од від «07» липня 2023 р.

1. Термін здачі здобувачем вищої освіти закінченої роботи на кафедрі: «22» грудня 2023 р.
2. Вихідні дані до роботи: плани, звіти, фінансова звітність, законодавчі та нормативні акти, статистичні дані, наукові та методичні праці вітчизняних та зарубіжних вчених, електронні інформаційні джерела.
3. Зміст дослідження: Аналіз поточного стану ринку легкої промисловості в Україні та світі, вивчення основних напрямків міжнародної інтеграції, що впливають на галузь, оцінка впливу міжнародної конкуренції на конкурентоспроможність українських підприємств, визначення можливостей для розширення експортних ринків для українських товарів легкої промисловості, аналіз ступеня адаптації галузі до міжнародних стандартів та технологій.
4. Перелік обов'язкових демонстраційних матеріалів: 16 слайдів.

5. Календарний план-графік:

№ пор.	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Термін виконання	Позначка про виконання
1.	Отримання завдання на кваліфікаційну роботу	02.10.2023р.	<i>виконано</i>
2.	Огляд літератури за темою	05.10.2023р.	<i>виконано</i>
3.	Дослідження поняття «торговельно-економічне співробітництво», «міжнародний ринок», класифікація міжнародного ринку. Аналіз поточного стану міжнародного ринку товарів та послуг.	10.10.2023р.	<i>виконано</i>
4.	Написання 1 розділу кваліфікаційної роботи	15.10.2023р.	<i>виконано</i>
5.	Написання 2 розділу кваліфікаційної роботи	20.10.2023р.	<i>виконано</i>
6.	Написання 3 розділу кваліфікаційної роботи	25.10.2023р.	<i>виконано</i>
7.	Підбивання підсумків, формування висновку кваліфікаційної роботи	30.10.2023р.	<i>виконано</i>
8.	Оформлення кваліфікаційної роботи згідно стандартів	10.11.2023	<i>виконано</i>
9.	Аналіз отриманих результатів	20.11.2023р.	<i>виконано</i>
10.	Розробка слайдів та написання доповіді	01.12.2023р.	<i>виконано</i>
11.	Попередній захист кваліфікаційної роботи	21.12.2023р.	<i>виконано</i>
12.	Корегування роботи за результатами попереднього захисту	21.12.2023р.	<i>виконано</i>
13.	Остаточне оформлення кваліфікаційної роботи та слайдів	21.12.2023р.	<i>виконано</i>
14.	Підписання відгуку та рецензії	22.12.2023р.	<i>виконано</i>
15.	Захист кваліфікаційної роботи у ДЕК	27.12.2023р.	<i>виконано</i>

6. Дата видачі завдання: «02» жовтня 2023 р.

Керівник кваліфікаційної роботи \_\_\_\_\_ Наталія КАСЬЯНОВА

Завдання прийняв до виконання \_\_\_\_\_ Наталя ХОРОЩАК

## РЕФЕРАТ

**Хорощак Наталя. «Ринок легкої промисловості України в контексті міжнародної інтеграції».** – Кваліфікаційна робота зі спеціальності 051 «Економіка», ОПП «Міжнародна економіка». Національний авіаційний університет Міністерства освіти і науки України, м. Київ, 2023р.

Кваліфікаційна робота містить 106 сторінки, 14 таблиць, та 23 рисунка.

Об'єктом дослідження є процеси аналізу ринку легкої промисловості в Україні та його взаємодія з процесами міжнародної інтеграції.

Предметом дослідження є теоретичні, методологічні та методичні засади формування та функціонування легкої промисловості в Україні, які взаємодіють із процесами міжнародної інтеграції.

Мета дослідження – аналіз формування ринку легкої промисловості України в контексті її міжнародної інтеграції.

Наукова новизна кваліфікаційної роботи полягає у визначенні проблем розвитку легкої промисловості України в контексті сучасних міжнародних економічних та політичних подій, формуванні шляхів покращення її становища на міжнародному ринку.

При написанні роботи використовувалися методи описативного аналізу, порівняльного аналізу торговельно-економічних показників України та країн Європейського союзу.

Ключові слова: легка промисловість України, обсяги виробництва, експорт, імпорт, структура галузі, міжнародна інтеграція, міжнародні торговельні угоди, конкурентоспроможність, економічні відносини.

## **ABSTRACT**

Natalia Khoroshchak. "Light Industry Market of Ukraine in the Context of International Integration". - Qualification work in the specialty 051 "Economics", Educational Program "International Economics". National Aviation University of the Ministry of Education and Science of Ukraine, Kyiv, 2023.

The qualification work consists of 106 pages, 14 tables, and 23 figures.

The object of the research is the processes of analyzing the light industry market in Ukraine and its interaction with the processes of international integration.

The subject of the research is the theoretical, methodological, and methodical principles of the formation and functioning of the light industry in Ukraine, which interact with the processes of international integration.

The purpose of the research is to analyze the formation of the light industry market in Ukraine in the context of its international integration.

The scientific novelty of the qualification work lies in identifying the problems of the development of Ukraine's light industry in the context of contemporary international economic and political events, as well as in formulating ways to improve its position in the international market.

Descriptive analysis and comparative analysis of trade and economic indicators of Ukraine and European Union countries were used in writing the work.

Keywords: light industry of Ukraine, production volumes, export, import, industry structure, international integration, international trade agreements, competitiveness, economic relations.

## ЗМІСТ

ВСТУП .....	7
РОЗДІЛ 1 .....	10
ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ РИНКІВ СПОЖИВЧИХ ТОВАРІВ	10
1.1. Структура та особливості ринків споживчих товарів .....	10
1.2. Генезис основних підходів до дослідження ринку споживчих товарів ...	15
1.3. Роль міжнародних організацій у розвитку ринку легкої промисловості. .	23
РОЗДІЛ 2 .....	31
АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ РИНКУ ЛЕГКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ В УКРАЇНІ.....	31
2.1. Аналіз основних тенденцій ринку легкої промисловості в Україні .....	31
2.2. Місце легкої промисловості України на світовому ринку .....	46
2.3. Участь України в міжнародних угодах, які стосуються легкої промисловості.....	54
РОЗДІЛ 3 .....	63
УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ ЛЕГКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ НА СВІТОВОМУ РИНКУ .....	63
3.1. Аналіз конкурентоспроможності українських підприємств легкої промисловості.....	63
3.2. Світовий досвід покращення конкурентної позиції підприємств легкої промисловості.....	70
3.3. Політика підтримки вітчизняного виробника на ринку продукції легкої промисловості.....	86
ВИСНОВОК.....	95
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	97
ДОДАТКИ.....	103

## ВСТУП

Міжнародна інтеграція відкриває нові можливості для українських виробників легкої промисловості, але також ставить перед ними виклики і конкуренцію з боку іноземних компаній. Україна має значний потенціал у галузі легкої промисловості, включаючи високу кваліфікацію робочої сили, традиції у виробництві текстилю, взуття та інших товарів. Проте, для ефективної конкуренції на міжнародному ринку необхідно вдосконалювати якість продукції, дизайн та інноваційність.

Міжнародна інтеграція відкриває нові можливості та виклики для ринку легкої промисловості України, впливаючи на його конкурентоспроможність, експортні можливості, інновації та структуру імпорту. Розгляд цієї проблеми важливий для ефективного вирішення завдань розвитку галузі в умовах глобалізації.

Мета дослідження – аналіз формування ринку легкої промисловості України в контексті її міжнародної інтеграції.

Для досягнення мети кваліфікаційної роботи передбачається вирішення таких завдань:

- аналіз поточного стану ринку легкої промисловості в Україні,
- дослідження основних напрямків міжнародної інтеграції, що впливають на галузь,
- оцінка впливу міжнародної конкуренції на конкурентоспроможність українських підприємств,
- визначення можливостей для розширення експортних ринків для українських товарів легкої промисловості, аналіз ступеня адаптації галузі до міжнародних стандартів та технологій.

Об'єктом дослідження є процеси аналізу ринку легкої промисловості в Україні та його взаємодія з процесами міжнародної інтеграції. В рамках цього дослідження можуть розглядатися наступні аспекти: стан ринку легкої

промисловості в Україні, міжнародна інтеграція та торгівля, конкурентоспроможність, інновації та розвиток.

Предметом дослідження є теоретичні, методологічні та методичні засади формування та функціонування легкої промисловості в Україні, які взаємодіють із процесами міжнародної інтеграції.

Методологія дослідження: аналіз сучасного стану ринку легкої промисловості в Україні, управління конкурентоспроможністю українських підприємств легкої промисловості на світовому ринку.

Наукова новизна кваліфікаційної роботи полягає у визначенні проблем розвитку легкої промисловості України в контексті сучасних міжнародних економічних та політичних подій, формуванні шляхів покращення її становища на міжнародному ринку.

При написанні роботи використовувалися методи описового аналізу, порівняльного аналізу торговельно-економічних показників України та країн Європейського союзу, а також літературні та статистичні джерела.

Ключові слова: легка промисловість України, Україна, обсяги виробництва, експорт, імпорт, структура галузі, міжнародна інтеграція, міжнародні торговельні угоди, конкурентоспроможність, інновації, якість продукту, торгівля, економічні відносини.

Уряд України повинен відігравати активну роль у створенні сприятливих умов для розвитку галузі. Це може включати заохочення інвестицій, створення спеціалізованих фінансових та консультаційних програм, спрощення процедур експорту та імпорту, а також захист прав інтелектуальної власності. Окрім цього, важливо звернути увагу на сталість розвитку галузі легкої промисловості, зокрема враховувати екологічні аспекти та забезпечувати етичне виробництво. Легка промисловість України є важливим сектором економіки, особливо в контексті міжнародної інтеграції.

Деяка інформація про цю тему включає наступні аспекти: Значення легкої промисловості в Україні: Легка промисловість включає галузі, такі як текстиль, одяг, взуття, аксесуари та інші товари, які використовуються в побуті



та модній індустрії. Цей сектор забезпечує значний обсяг робочих місць і внесок до економіки країни. Участь в міжнародних торговельних угодах: Україна активно бере участь у міжнародних торговельних угодах, зокрема з ЄС, ВТО та іншими країнами.

Це відкриває нові можливості для експорту легкої промисловості, але також ставить виклики перед внутрішніми виробниками у зв'язку з зростанням конкуренції. Зміни в тарифних бар'єрах та митних правилах: Заключення міжнародних торговельних угод впливає на тарифні бар'єри та митні правила, що стосуються імпорту та експорту легкої промисловості. Це може мати як 3 позитивний, так і негативний вплив на внутрішніх виробників та конкурентоспроможність їхньої продукції. Конкуренція на світовому ринку: Зі зростанням міжнародної торгівлі легкою промисловістю збільшується конкуренція на світовому ринку. Імпортні товари з інших країн можуть конкурувати з внутрішньою продукцією, що ставить виклик перед українськими виробниками.

Виклики та можливості для розвитку: легка промисловість України стикається з рядом викликів, таких як низька конкурентоспроможність, технологічна відсталість та проблеми з якістю продукції. Однак, міжнародна інтеграція також створює можливості для розвитку шляхом доступу до нових ринків, співпраці з іноземними партнерами та впровадження сучасних технологій. Це лише загальна інформація, яка може бути включена в аналіз легкої промисловості України в умовах міжнародної інтеграції.

Основні положення та результати роботи оприлюднені на міжнародних і науково-практичних конференціях, серед яких: VIII Міжнародна науково-практична конференція «Сучасний менеджмент: тенденції, проблеми та перспективи розвитку», II Міжнародна науково-практична конференція «Розвиток економіки та бізнес-адміністрування: наукові течії та рішення», III Міжнародна науково-практична конференція «Розвиток економіки та бізнес-адміністрування: наукові течії та рішення».

# РОЗДІЛ 1

## ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ РИНКІВ СПОЖИВЧИХ ТОВАРІВ

### 1.1. Структура та особливості ринків споживчих товарів

Ринки споживчих товарів в сучасному світі є справжнім економічним майданчиком, де взаємодія між виробниками та споживачами визначає не лише економічні тенденції, але і культурні та соціальні динаміки. Ця тема вивчається у широкому спектрі літературних джерел, які розкривають різні аспекти ринків споживчих товарів.

Формування ринкової економіки в Україні відбувається шляхом відтворення ринкових інституцій, які у початковому стані існували в країні. Цей процес розглядається з урахуванням економічних, політичних, історичних та психологічних особливостей, характерних для України.

Важливо відзначити, що в Україні ніколи не існувало розвинутих товарно-грошових відносин. Становлення цих відносин розпочалося після скасування кріпацтва у 1861 році та відбувалося в умовах значних феодалських залишків та втручання держави в економіку.

Протягом практично 70 років після 1917 року країна пройшла шлях розвитку економіки, який ігнорував ринок, розглядаючи його як рудимент, що має відсутні у світі. Це призвело до створення суспільства з низькою ефективністю виробництва, відсталим рівнем життя та монополізованою економікою.

Україна не має відповідного місця в міжнародному поділі праці через відсутність ключової ринкової інституції – економічної самостійності господарюючих суб'єктів. Більшість підприємств належали державі, що призводило до високого ступеня монополізму.

Процес відтворення інституцій багатосуб'єктних власників полягає в роздержавленні власності та її трансформації у різні форми – колективну та

приватну. Це сприяє розвитку різноманітних форм господарювання та створенню конкурентного середовища.

Приватизація та акціонування підприємств, розвиток фермерства та інших форм господарювання визначають значущу роль недержавного сектора економіки. Ринкові умови сприяють еквівалентному обміну товарами та реалізації інтересів продавців і покупців через вільні ціни.

Усі ці зміни покликані створити сталі умови для стабільності та розвитку ринку легкої промисловості в Україні, але важливо враховувати відсутність деяких передумов для повного застосування класичних економічних теорій.

Лібералізація цін при високому рівні монополізму необов'язково призводить до зростання їх, і вона не створює стимулів для виробництва. В умовах монополії немає сенсу виробляти додаткову продукцію, оскільки прибуток залежить від зменшення її обсягу. Отже, теоретично правильна схема, яка діє у ринкових умовах у багатьох країнах, може бути неефективною для економіки, де відсутні відповідні ринкові інституції.

Для функціонування конкуренції та вільного ціноутворення, як необхідних ринкових інститутів, необхідна наявність ринкової інфраструктури, такої як біржі, інформаційно-комерційні, оптові та постачальницькі організації, пункти прокату. Культура ведення ринкової економіки також є важливою умовою.

Для того щоб суб'єкти національного ринку мали не лише ринкову інфраструктуру та право власності на засоби виробництва і продукцію, а й могли реалізувати це право, потрібні економічні та правові умови. Проте в Україні цей процес йде повільно, і часто в прийнятих законах вносяться суттєві зміни, що гальмують ринкові перетворення. Узгодженість законодавчих актів є проблемою, яка впливає на розвиток ринку.

Формування ринкових інституцій потребує уваги до психологічного настрою суспільства. Якщо громадяни не розуміють ринку і відчують себе залишеними державою, це може ускладнити ринкові трансформації.

Психологічний стан населення важливий, і вибір моделі ринку має враховувати ці складнощі.

Розглядаючи світовий досвід, слід враховувати, що країна має свої унікальні особливості, і модель ринкової економіки має враховувати національні ресурси, історію, географію та інші фактори. Україна переходить від адміністративно-командної системи, тому важливо вибрати оптимальний шлях розвитку з урахуванням своїх можливостей і потреб.

Завершуючи, реформи в Україні мають спрямовуватися на створення конкурентоспроможного середовища через демонополізацію, роздержавлення, приватизацію, залучення інвестицій та розвиток малого та середнього бізнесу. Урахування психологічного настрою суспільства і обрання оптимального шляху перетворень важливі для успіху економічної стратегії.

Почнемо з розгляду видів ринків споживчих товарів, які є ключовими для розуміння їхнього функціоналу та впливу на економіку. У своїх дослідженнях автори вказують на ринок товарів споживання, де основний акцент робиться на товарами повсякденного вжитку. Також визначається ринок товарів невитратного споживання, де підсумовуються товари, які споживач придбує рідше, але які мають великий вплив на його життя. Ринок спеціальних товарів, в свою чергу, охоплює сферу товарів, що виготовляються за індивідуальними замовленнями або мають ексклюзивний характер.

Однак найцікавішим виявляється розгляд галузей ринків споживчих товарів, що стають джерелом глибокого аналізу і дискусій. Література виокремлює галузі харчових товарів, де важливе значення має якість та безпека, а також зміни в споживчих уподобаннях. Галузь товарів побутової техніки привертає увагу завдяки стрімкому темпу інновацій та високому рівню конкуренції. Мода та текстильна галузь, в свою чергу, визначають новітні тенденції та взаємодію з культурними аспектами.

Одним із ключових напрямків досліджень є вивчення особливостей ринків споживчих товарів. Ці особливості визначаються різноманітністю

споживчих потреб та вподобань, що може бути важливим фактором для розробки ефективних стратегій маркетингу та реклами. В табл. 1.1 наведено структуру та особливості ринків споживачів.

Таблиця 1.1

## Структура та особливості ринку споживачів

Елемент	Опис
Структура ринку	Сегментація за видами товарів
	- Товари для щоденного споживання (харчові продукти, товари для особистої гігієни)
	- Товари довгострокового використання (електроніка, меблі, одяг)
	Географічна сегментація
	- Місцеві ринки
	- Регіональні ринки
Особливості ринку споживчих товарів	- Міжнародні ринки
	Поведінка споживачів
	- Потреби та бажання
	- Процес прийняття рішень при покупці
	Конкуренція на ринку
	- Багато виробників та брендів
	- Значний рівень реклами та маркетингу
	-Сезонні аспекти
	- Зміна попиту в залежності від сезону
	-Ціноутворення
- Знижки, розпродажі та інші стратегії ціноутворення	
Тенденції розвитку ринку	Вплив технологічних інновацій
	- Зростання електронної комерції
	- Використання інтернету для маркетингу та продажів
	-Сталість та екологічна усвідомленість
	- Зростання попиту на сталі та екологічно відповідальні товари
	- Розвиток програм з утилізації та вторинної переробки
-Зміни у споживчому підході	

Джерело: складено автором на основі [6]

Табл. 1.1 може бути використана як основа для подальших досліджень та аналізу ринків споживчих товарів. Аналіз психології споживача та його мотивацій є важливим елементом успішного підходу до споживчого ринку.

У великій кількості досліджень наголошується на важливості розуміння культурних та соціальних аспектів, які впливають на споживчі уподобання. Адже в сучасному світі споживачі не просто купують товари, вони обирають бренди та цінності, що відображають їхні переконання та ідентичність.

У світлі цього огляд літератури є важливим джерелом для розуміння динаміки ринків споживчих товарів, визначення трендів та розробки стратегій для підприємств. Це також стимулює подальші дослідження в цій області, щоб відповісти на виклики, які ставлять сучасні ринки перед виробниками та підприємствами. Ринки споживчих товарів – це не лише майданчик для комерції, але і джерело інновацій та розвитку, яке об'єднує економічні, культурні та соціальні виміри сучасного суспільства.

Літературний огляд ринків споживчих товарів охоплює різноманітні галузі та особливості, які визначають взаємодію між виробниками та споживачами в цих секторах. Ось короткий огляд деяких ключових питань та аспектів цієї теми:

#### 1. Продовольчий сектор:

- харчові продукти та напої: охоплює всі види продуктів, від сільськогосподарської продукції до готових для споживання товарів;
- тренди здорового харчування: зростає попит на здорову, органічну та функціональну їжу.

#### 2. Непродовольчий сектор:

- одяг та взуття: ринок моди, який піддавався значним змінам через вплив виробництва, маркетингу та етикетки;
- товари для дому та побутові прилади: охоплює вироби для дому, електроніку, меблі та інші товари для зручного життя.

#### 3. Електроніка та технології:

- споживча електроніка: включає в себе смартфони, комп'ютери, планшети та інші електронні пристрої;

- технологічні інновації: розвиток штучного інтелекту, інтернету речей та інших технологічних тенденцій.

#### 4. Косметичний та парфумерний ринок:

- декоративна та доглядова косметика: розвиток тенденцій у вигляді, екологічності та індивідуалізації;

- парфуми та ароматерапія: попит на натуральні та унікальні аромати.

#### 5. Галузь розваг та відпочинку:

- туризм та подорожі: зростає попит на експерієнції та нестандартні маршрути;

- розважальна індустрія: кіно, музика, ігри, які визначають культурні та розважальні тенденції.

Огляд літератури щодо ринків споживчих товарів висвітлює динаміку розвитку, тенденції споживання, вплив технологічних інновацій та фактори, які формують споживчі прагнення в різних галузях цього ринку.

## **1.2. Генезис основних підходів до дослідження ринку споживчих товарів**

Визначення терміну “економічна інтеграція” вперше з'явилося у 1930-х роках ХХ століття у працях німецьких та шведських економістів. Науковці 70-80-х років ХІХ століття, теоретично обґрунтували необхідність економічної інтеграції.

У 1940-х роках ХХ століття американець Дж. Вайнер [1] розробив концепцію митного союзу, базуючись на ідеї порівняльних переваг Д. Рікардо [2]. Він вперше ввів поняття «потокостворюючого» і «потоківідвертаючого» ефектів інтеграції та прослідкував їх вплив на добробут країн.

Головною ідеєю праці Дж. Вайнера [1] було обґрунтування створення зони вільної торгівлі для безтарифного переміщення товарів та аргументація впровадження спільного тарифу щодо третіх країн. Вчений також вказав на

зменшення споживання внутрішнього виробництва після створення митного союзу.

Пізніше вчені розширили концепцію інтеграції, введенням понять виробничого та споживацького ефектів митного союзу. Вони зазначили, що добробут країни залежить від конкретного випадку і відзначили важливість транспортних витрат.

Крім того, в середині XIX століття вчені підкреслили важливість «виховного протекціонізму» при вирівнюванні рівнів розвитку країн для створення загальносвітової спільноти.

Концепція Б. Баласси [3] дала оцінку формуванню та відхиленню торгівлі в контексті Європейського Союзу, підкреслюючи важливість вирівнювання умов для економічної діяльності суб'єктів ринку.

В цілому, різні науковці внесли свій внесок у розвиток теорії економічної інтеграції, висвітлюючи її різні аспекти та вплив на добробут країн.

У своїй праці «Wealth of Nations» (1976), Адам Сміт [4] аргументує, що вилучення всіх обмежень у сфері торгівлі неминує призводити до підвищення загального добробуту. Його дослідження базується на теорії абсолютних переваг, проте слабкістю цієї теорії є невідомість причин, з яких країни продовжують торгувати навіть у відсутність абсолютних переваг.

Пізніше у своїй роботі Аріел Панагарія (1999) [4] розглядав наслідки формування митного союзу із зовнішнім тарифом, припускаючи незмінний обсяг торгівлі між країнами. Висновок Панагарії полягає в тому, що при незмінних товарних потоках країни-учасниці зазнають підвищення добробуту в рамках інтеграційного об'єднання.

Дещо пізніше на основі існуючих підходів була розроблена концепція, відповідно до якої держави прагнуть інтегрувати свої економіки для подолання «факторів обмеження». Очевидно, що для країн вигідно закуповувати обмежені ресурси та запозичувати новітні технології в інтегрованих країнах-членах.



Наступним етапом в концептуальному розвитку міжнародної економічної інтеграції були ринково-інституціональні теорії, які розглядали інтеграцію як процес і стан економіки та господарської політики.

Явище міжнародної економічної інтеграції на макрорівні ґрунтується на теорії інтернаціоналізації. Макрорівень міжнародної економічної інтеграції детально описано як вченими вітчизняного і зарубіжного економічного напрямку, а сам процес інтеграції прослідковується у різних формах, таких як зони преференційної та вільної торгівлі, митні союзи, спільні ринки та економічні та політичні союзи.

Ліберальний напрямок розвивався у 60-ті роки, коли почалися процеси європейської інтеграції. Його концепція передбачала відміну кількісних та митних обмежень.

Ліберал Альфред Маршал (1890) [5] розглядав економічну інтеграцію як процес, що базується на статичних порівняльних перевагах, виступаючи за структурну економічну інтеграцію.

З часом з'явилися нові теорії, серед яких першою була теорія неолібералізму. Економісти неоліберального напрямку, сприймали інтеграцію як створення єдиного ринкового простору на території кількох держав, де забезпечується вільні ринкові сили. Згідно з їхнім підходом, для досягнення інтеграції необхідно заборонити будь-яке державне втручання в зовнішньо-торгівельну і валютну сфери, що, в їхньому розумінні, призведе до оптимального функціонування розширеного ринку відповідно до принципу порівняльних витрат. Критики цього напрямку вважають, що на практиці в інтеграційному угрупованні важко забезпечити узгодженість поглядів всіх держав-членів, що призводить до менших економічних вигід від інтеграції.

Провідні експоненти структурної школи, встановили основи моделі інтеграції, де ключову роль відводять суб'єктивним факторам. Ця школа акцентує увагу на політичних чинниках та структурних аспектах інтеграційних процесів, включаючи національні та міжнаціональні заходи та інтеграційну політику. Їх концепція передбачає, що інтеграція можлива при етапі

економічного союзу і веде до кардинальних змін у структурі національної економіки та досягнення оптимальної збалансованості суспільно-економічного розвитку.

У 50-60-х роках ХХ ст. теоретики світової економіки розглядали інтеграцію як складову частину ефективності зовнішньої торгівлі та державного регулювання зовнішньоекономічних процесів. Писали, що політична інтеграція неможлива без економічної єдності, а повна інтеграція вимагає поєднання “позитивної” та “негативної” інтеграції, тобто виключення всіх торговельних бар'єрів разом із спільною політикою держав-учасниць.

Представники іншого підходу, пов'язують інтеграцію з вільним переміщенням товарів, робочої сили, капіталу та технологій в межах інтеграційного об'єднання. Вони вбачають розвиток інтеграції в нерівномірному розподілі в різних секторах. На відміну від неокласичної теорії, вони вважають, що для регулювання інтеграційного об'єднання слід використовувати систему централізованого розподілу фінансів.

Сучасне розуміння міжнародної економічної інтеграції відображає розвиток традиційної теорії, яка розглядає інтеграційний процес як створення нових потоків товарів між країнами-членами інтеграційного угруповання, призначених для витіснення виробництва дорогих аналогічних товарів в межах країни. Товари, виготовлені в країнах-членах угруповання, замінюють імпорتنі, що призводить до зростання внутрішнього виробництва та підвищення добробуту країн угруповання через збільшення рівня міжнародної спеціалізації. Поступово було висунуто припущення, що країни інтегруються через «фактор обмеженості» для забезпечення доступу до природних ресурсів та сировини.

Важливо відзначити, що на сьогодні не існує однієї універсальної теорії, яка б враховувала всі внутрішні та зовнішні фактори формування інтеграційного об'єднання, а також не враховувала б фактор часу.

На сучасному етапі найбільш чітко визначені дві школи західноєвропейської інтеграції – «реалістична» та «ідеалістична». Реалісти вважають, що основним завданням суверенної держави є збереження власного

впливу та розширення його на міжнародному рівні. Прихильники ідеалістичної школи вважають, що традиційна національна політика втрачає свою актуальність в умовах зростаючої залежності промислових держав, зокрема в економіці, технологіях та екології. У рамках системного підходу до інтеграційної взаємодії держав виділяються реальна, функціональна та інституціональна інтеграції, які відбуваються одночасно та взаємодіють між собою. Реальна інтеграція втілюється через інтенсивність формування та поглиблення економічних зв'язків національних економічних систем, функціональна інтеграція враховує механізми взаємодії в економічній, політичній, інституціонально-правовій, соціальній та інших сферах, а інституціональна інтеграція – процес створення та розширення інституціональних зв'язків, правового оформлення поглибленої взаємодії держав.

Інша теоретична концепція, що існує у сучасності, - це «економічна інтеграційна модель». Основна ідея полягає в реалізації зовнішньоекономічної політики, спрямованої на створення вільної торгівлі. За думкою вчених скасування митних тарифів у Європі може призвести до ефекту відкритості, що сприяє економічному росту та підвищенню добробуту загалом. Створення митного союзу мало б принести ряд економічних інтеграційних переваг.

Модель міжурядового співробітництва передбачає поступове об'єднання держав угруповання і відноситься до «реалістичної» школи. Інша модель, відома як «європейська держава», передбачає створення федеративної спільної держави. Дві інші моделі – «європейська державна федерація» та «європейська держава» – ґрунтуються переважно на правових, а не економічних принципах.

Прихильники функціоналізму вказують на необхідність функціонального зв'язку між державами, тоді як інші вчені вважають модель ринкової інтеграції більш прийнятною, зокрема на початку 80-х років ХХ століття. Ця модель передбачає контроль за всіма сферами економічної діяльності без втручання держави, забезпечуючи конкурентоспроможність.

Інтеграційний процес може бути прямим, що пов'язано з політичними змінами, або непрямим, враховуючи соціоекономічні чинники.

Модель «поступової інтеграції» може бути виявлена у сучасному ЄС, де держави-учасниці здійснюють заходи для поліпшення своєї економічної ситуації, сприяючи економічному вирівнюванню в усіх країнах-членах.

Модель «часткової участі» передбачає участь країн в окремих сферах взаємодії, таких як зовнішня або оборонна політика.

Принципово важливою є проблема співвідношення економіки та політики у розумінні феномену інтеграції. Розглянемо три можливі підходи до цього питання: перший підхід визнає політичні причини як основні для інтеграційних процесів, другий вважає, що економічні фактори грають ключову роль, але слідкують і політичні цілі, третій розглядає інтеграційні процеси як об'єктивну економічну закономірність.

Теорія міжнародної економічної інтеграції ґрунтується на концепції переваг великого господарського простору, і початок її розвитку був супроводжений протиріччями між прихильниками та противниками економічного лібералізму. Перші бачили інтеграцію держав як процес злиття ринків за умови вільного ціноутворення та конкуренції, а другі вірили, що економічні переваги можуть бути незначними порівняно із значенням політичної єдності.

Міжнародна інтеграція стала ключовим фактором розвитку сучасної глобальної економіки. У цьому контексті важливе значення має аналіз впливу міжнародної інтеграції на ринки споживчих товарів, зокрема на ринок легкої промисловості.

Міжнародна інтеграція визначається як процес об'єднання країн або регіонів для досягнення спільних цілей у сфері економіки, політики та інших сфер. Цей процес може приймати різні форми, такі як митний союз, зона вільної торгівлі, спільний ринок чи економічний союз. Метою міжнародної інтеграції є створення сприятливого середовища для обміну товарами та

послугами, розвиток інфраструктури, підвищення конкурентоспроможності та зниження торговельних бар'єрів між учасниками.

Міжнародна інтеграція суттєво перетворює ринки споживчих товарів, відкриваючи нові можливості та створюючи виклики для учасників. Зниження мит та інших торговельних бар'єрів сприяє вільній торгівлі та введенню іноземних товарів на внутрішні ринки. Це може вплинути на конкурентну боротьбу, як внутрішню, так і з іноземними виробниками.

Створення спільних стандартів та регуляцій також важливо для ринків споживчих товарів. Це забезпечує вищу якість та безпеку товарів, стимулює інновації та сприяє взаємодії між компаніями різних країн. З іншого боку, виробники можуть стикатися з викликами адаптації до нових норм та стандартів.

Участь у міжнародних торговельних угодах дозволяє розвивати нові експортні напрямки та розширювати асортимент споживчих товарів на внутрішньому ринку. Зміни в умовах торгівлі можуть також впливати на цінову динаміку, що важливо для споживчого попиту.

Для розуміння впливу міжнародної інтеграції на ринок легкої промисловості слід враховувати різні теоретичні підходи. Зокрема, теорія компаративних переваг розглядає переваги країн у виробництві тих товарів, де вони мають найвищі відносні переваги, що може впливати на структуру виробництва в легкій промисловості.

Теорія «нового торгового реалізму» підкреслює роль компаній та їх стратегій у міжнародній торгівлі. У контексті легкої промисловості це означає, що аналіз повинен враховувати такі аспекти, як гнучкість виробництва, маркетингові стратегії та інноваційні рішення.

Міжнародна інтеграція – це процес, який передбачає взаємодію країн з метою створення спільних економічних, політичних та соціокультурних платформ. Ця концепція ґрунтується на ідеї об'єднання ресурсів та можливостей для досягнення спільних цілей та підвищення загального ефекту від міждержавної кооперації.

Вплив міжнародної інтеграції на ринки споживчих товарів. Розширення ринків збуту. Інтеграція відкриває нові можливості для експорту та імпорту споживчих товарів. Підвищує конкурентоспроможність виробників на світовому ринку.

Гармонізація стандартів. Спрощення торгівлі завдяки уніфікації стандартів та вирівнюванню вимог до якості товарів. Забезпечення відповідності внутрішнім і міжнародним стандартам. Технологічні та інноваційні зміни - Спільний доступ до технологій та наукових розробок відкриває нові можливості для розвитку споживчих товарів. Стимулює інновації в сфері дизайну, виробництва та маркетингу.

Аналіз основних теоретичних підходів:

1. Теорія компаративних переваг – заснована на ідеї, що кожна країна повинна спеціалізуватися на виробництві тих товарів, в яких вона має переваги, що призводить до ефективнішого розподілу ресурсів на світовому ринку.

2. Теорія імперіалізму – висуває тезу, що міжнародна інтеграція може служити інтересам сильних країн, які використовують економічний вплив для збільшення своєї влади.

3. Теорія глобалізації – акцентує увагу на посиленні зв'язків та взаємозалежності між країнами у всіх аспектах, включаючи ринки споживчих товарів.

Концепція міжнародної інтеграції визначає новий контекст для ринків споживчих товарів, сприяючи їхньому розвитку та адаптації під впливом глобальних тенденцій. Аналіз теоретичних підходів надає можливість краще розуміти механізми взаємодії міжнародної інтеграції та ринків споживчих товарів, що є важливим для прогнозування та прийняття стратегічних рішень у сучасному глобальному економічному середовищі.

### 1.3. Роль міжнародних організацій у розвитку ринку легкої промисловості.

У контексті сучасної глобалізації з'явилися та розвиваються нові учасники соціально-економічної діяльності, серед яких виділяються міжнародні організації. Міжнародна організація – це спільне об'єднання держав, установ, та фізичних осіб, які спільно реалізують програми чи мети, дотримуючись конкретних правил та процедур, і їхня діяльність виходить за межі національних кордонів. Однак, на відміну від національних органів, міжнародні організації впливають на розвиток економіки на наднаціональному рівні.

Ці суб'єкти сучасної глобальної економіки відзначаються тим, що, крім державних органів, вони є активними регуляторами світової економіки. Міжнародні організації, об'єднуючи економічний, політичний та науковий потенціал різних держав-членів, можуть значно впливати на розвиток глобальної економіки і, отже, можна визнати їх стратегічно важливими суб'єктами економічного розвитку.

Основною ідеєю є те, що міжнародні організації можуть реалізовувати стратегічні напрями розвитку, впливаючи на довгострокове планування та розвиток економіки різних країн. При цьому вони виступають як регулятори економічного співробітництва, надаючи кредити, сприяючи фінансовому розвитку та здійснюючи інші функції на світовому рівні.

Таблиця 1.3.

Роль міжнародних організацій у розвитку ринку легкої промисловості

Організація	Роль у розвитку ринку легкої промисловості
Світова Торговельна Організація (СТО)	Забезпечення вільної та справедливої торгівлі легкою промисловістю між країнами.
	Розробка та впровадження міжнародних стандартів та правил для підтримки розвитку легкої промисловості.
Європейська Банк реконструкції та розвитку (ЄБРР)	Надання фінансової підтримки для модернізації та розвитку підприємств легкої промисловості.
	Сприяння впровадженню інновацій та підвищенню конкурентоспроможності.
Міжнародна організація	Захист прав працівників у сфері легкої промисловості, включаючи умови праці та соціальні стандарти.

праці (МОП)	Розробка і реалізація програм з покращення умов праці та підвищення кваліфікації робочої сили.
Об'єднання націй (ООН)	Розробка та впровадження проектів сталого розвитку в галузі легкої промисловості для досягнення Цілей сталого розвитку.

*Джерело: складено автором на основі [6]*

Серед міжнародних організацій, Організація Об'єднаних Націй (ООН) займає особливе місце. Як глобальна, універсальна, багатофункціональна міждержавна організація, вона впливає на формування стратегій розвитку глобальної економіки. Програми, комісії та фонди ООН спрямовані на регулювання економічного співробітництва між її членами.

Окрім того, міжнародні фінансові організації, зокрема Світовий банк та Міжнародний валютний фонд (МВФ), відіграють важливу роль у глобальному економічному розвитку. Їхні філії і програми спрямовані на надання фінансової підтримки, стимулювання приватного бізнесу та зміцнення міжнародного співробітництва.

Таким чином, міжнародні організації, що об'єднують різні держави, виступають важливими гравцями в формуванні економічних стратегій на світовому рівні, враховуючи інтереси та потреби різних країн для досягнення сталого розвитку.

Сучасну інституціональну валютно-кредитну систему визначають Світовий банк і Міжнародний валютний фонд. Інші інституції, включаючи регіональні, піддані їх впливу і економічній політиці. Така залежність пояснюється тим, що країни, що входять до регіональних організацій, також є членами Світового банку та МВФ. Це підкреслює важливу роль цих міжнародних фінансових організацій у формуванні міжнародних стратегій економічного розвитку.

МФО взаємодіє з державами, що є важливим шляхом впливу на міжнародні економічні стратегії. Наприклад, Україна, стаючи членом МВФ у 1992 році, тим самим ввійшла до Світового банку. Співпраця оформлена в Стратегії партнерства з Україною (2012–2016), спрямованій на підтримку уряду в реалізації економічних реформ. МБРР, частина Світового банку, реалізує



спільні проекти в Україні, такі як розвиток міської інфраструктури та проекти з енергоефективності.

Україна, враховуючи євроінтеграційний напрямок зовнішньоекономічної політики, активно співпрацює із європейськими фінансовими інституціями. За даними Міністерства фінансів, станом на 1 січня 2014 року, портфель ЄБРР в Україні включав 337 проектів з фінансуванням на 8,7 млрд. євро.

Отже, міжнародні фінансові організації співпрацюють з державами, сприяючи їх економічному зростанню та формуючи стратегічний вектор розвитку. Світовий банк, МВФ та ЄБРР мають вирішальне значення у міжнародних економічних відносинах та впливають на програми розвитку країн. Загалом, вони сприяють розв'язанню проблем національних економік, надаючи фінансову допомогу, фінансуючи реформи та сприяючи розвитку інноваційних галузей виробництва.

Світова організація торгівлі (СОТ) виступає основним міжнародним регулятором глобальної торгівлі. Основною стратегічною метою організації є сприяння лібералізації світової торгівлі, викриттям дискримінаційних перешкод перед потоками товарів та послуг, і забезпеченням вільного доступу до національних ринків і ресурсів сировини. Спрямованість на досягнення цієї мети визначає функції СОТ:

1. Моніторинг стану світової торгівлі та надання консультацій з управління міжнародною торгівлею.
2. Розроблення та прийняття глобальних стандартів торгівлі.
3. Створення механізмів вирішення міжнародних торговельних спорів.
4. Нагляд за торговельною політикою країн.
5. Обговорення актуальних питань міжнародної торгівлі.

Здійснення цих функцій СОТ базується на ряді принципів:

- Принцип найбільшого сприяння (принцип недискримінації): держави повинні надавати однакові привілеї всім своїм торговельним партнерам.

- Принцип національного режиму: встановлення однакового режиму для товарів на внутрішньому ринку та для партнерів по СОТ.

- Принцип захисту національної промисловості: використання митних тарифів для обмеження імпорту за умови збереження справедливої конкуренції.

Крім того, СОТ активно веде роботу у напрямках митно-тарифного регулювання, антидемпінгового контролю, використання субсидій та компенсацій, та інших аспектів міжнародної торгівлі.

Нещодавно СОТ прийняла багатосторонню Угоду про спрощення процедур торгівлі, спрямовану на зниження вартості транзакцій та бюрократії для торговельних операторів. Це може призвести до значного зростання глобального ВВП та підвищення обсягів світової торгівлі.

Таким чином, узгоджені заходи СОТ сприяють формуванню стратегії для зміцнення світової економіки, прискорення інвестицій, розширення міжнародних торговельних відносин та підвищення рівня зайнятості та доходів на глобальному рівні.

Роль міжнародних організацій. Світова торговельна організація (СТО). Підтримка вільної торгівлі: СТО створює правила для світової торгівлі, що сприяє зменшенню тарифів та торговельних бар'єрів для товарів легкої промисловості.

Розробка стандартів. СТО сприяє створенню міжнародних стандартів та вирівнюванню правил конкуренції.

Європейський союз (ЄС) – Спільний ринок: ЄС реалізує концепцію внутрішнього ринку, що дозволяє виробникам легкої промисловості вільно торгувати та розвиватися в єдиному економічному просторі. Підтримка інновацій: Програми та фонди ЄС сприяють розвитку інновацій та підтримці малих та середніх підприємств.

Організація Об'єднаних Націй (ООН) – соціальні та екологічні стандарти: ООН пропагує впровадження стандартів у сфері соціальної відповідальності та екологічних практик, що впливає на виробництво легкої промисловості.

Економічні аспекти міжнародної інтеграції:

1. Збільшення обсягів торгівлі – вільна торгівля та зменшення митних бар'єрів стимулюють збільшення обсягів експорту та імпорту товарів легкої промисловості.

2. Розподіл ресурсів – міжнародна інтеграція сприяє оптимальному розподілу ресурсів серед країн-учасниць, що сприяє підвищенню ефективності виробництва.

3. Залучення інвестицій – створення спільних економічних зон та ринків підтягує інвестиції в галузь легкої промисловості з боку іноземних партнерів.

Правові аспекти міжнародної інтеграції:

1. Уніфікація правил та стандартів – міжнародні організації визначають загальні правила гри для учасників ринку легкої промисловості, що зменшує юридичні ризики.

2. Вирівнювання прав та обов'язків – розвиваються міжнародні угоди, що вирівнюють права та обов'язки учасників ринку, що сприяє на стабільності та прозорості.

3. Сприяння соціальній відповідальності – заохочення впровадження соціально відповідальних практик у виробництві товарів легкої промисловості.

Глобалізаційні тенденції, що охоплюють різні аспекти суспільних відносин у всьому світі, представляють собою одну з ключових тем у сучасних теоріях та практиці. Запроваджені швидким розвитком інформаційно-комунікаційних технологій, ці процеси об'єднують та розширюють можливості співпраці, яка не обмежується культурними, географічними або національними межами. Інтеграційні процеси є важливим інструментом глобалізації, і їх важливість не перспективно зростає.

В політиці, економіці та праві, інтеграційні процеси почали активно розвиватися ще на початку минулого століття. Для України, починаючи від періоду незалежності, ці процеси залишаються однією з основних цілей державної діяльності. Напрямок до Європейського Союзу та Північноатлантичного альянсу, разом з новими викликами і перешкодами, визначає необхідність перегляду державної політики для забезпечення її

ефективності та швидкої реалізації. Терміни та умови реалізації цієї політики узгоджуються з урахуванням внутрішньої юридичної практики та інтернаціональних наукових здобутків, проте висловлюється різноманітність поглядів на природу та характер явища інтеграції.

Правова інтеграція визначається як систематичний процес правового та соціального розвитку, який, застосовуючи різні правові засоби, формує цілісну правову базу для поступового об'єднання соціальних систем на різних рівнях. Цей процес спрямований на підтримку єдності та цілісності існуючих систем, включаючи соціальні, політичні, економічні, культурні та інші аспекти.

Правова інтеграція може бути внутрішньою чи зовнішньою, зокрема міжнародною, яка виникає внаслідок міжнародного взаємодії на рівні як державних інституцій, так і громадянського суспільства. Оскільки існує різноманіття поглядів на природу та специфіку явища інтеграції, це робить обрану тему дослідження дуже актуальною та важливою.

Зауваженням С.Ю. Кашкіна є той факт, що міжнародна інтеграція не виникає внаслідок свідомого планування. Її виникнення обумовлено об'єктивними процесами розвитку суспільства, яке сьогодні виявляє все менше тенденції зачинятися в межах національних кордонів. Зараз можна розглядати міжнародну інтеграцію як об'єктивний та, до певної міри, спонтанний процес об'єднання країн та народів за рахунок розширення міжнародних зв'язків і зростання інтернаціоналізації суспільного життя. Це може бути сприйнято як міжнародна інтеграція у широкому розумінні. Водночас, цей процес можна розглядати як свідому, цілеспрямовану спільну діяльність держав для подолання їх взаємної відособленості, і така форма інтеграції може розглядатися у вузькому сенсі.

У своїх дослідженнях автор підтверджує, що зараз майже всі країни світу взяли участь у якій-небудь формі інтеграційних структур. Міжнародну інтеграцію можна класифікувати за різними критеріями, такими як кількість і географічне розташування учасників, що дає змогу виділити регіональну, міжрегіональну та глобальну інтеграцію. Регіональна інтеграція охоплює групу

держав, які розташовані в територіально доступній області, зазвичай в межах одного географічного регіону чи континенту, такого як Африканський Союз або Рада Європи.

### **Висновок до розділу 1**

Огляд літератури щодо ринків споживчих товарів висвітлює динаміку розвитку, тенденції споживання, вплив технологічних інновацій та фактори, які формують споживчі прагнення в різних галузях цього ринку.

Концепція міжнародної інтеграції визначає новий контекст для ринків споживчих товарів, сприяючи їхньому розвитку та адаптації під впливом глобальних тенденцій. Аналіз теоретичних підходів надає можливість краще розуміти механізми взаємодії міжнародної інтеграції та ринків споживчих товарів, що є важливим для прогнозування та прийняття стратегічних рішень у сучасному глобальному економічному середовищі.

Міжнародна інтеграція має значний вплив на ринки споживчих товарів, створюючи нові можливості та виклики для учасників глобальної економіки. Теоретичні підходи вказують на різноманітні аспекти цього взаємодії, що слугує базою для розуміння механізмів функціонування ринків та розвитку стратегій підприємств у нових умовах міжнародного економічного співробітництва.

Вплив на ринок легкої промисловості: міжнародна інтеграція та діяльність міжнародних організацій сприяють стабільності та розвитку ринку легкої промисловості, роблячи його більш конкурентоспроможним, прозорим та відповідальним.

Міжнародні організації та процеси міжнародної інтеграції грають ключову роль у підтримці та розвитку ринку легкої промисловості. Економічні та правові аспекти цих процесів сприяють створенню умов для сталого росту, інновацій та високих стандартів у цій важливій галузі економіки.



## РОЗДІЛ 2

### АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ РИНКУ ЛЕГКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ В УКРАЇНІ

#### 2.1. Аналіз основних тенденцій ринку легкої промисловості в Україні

Україна володіє одним із найбільших комплексів підприємств легкої промисловості в Європі, включаючи 17 підгалузей, які об'єднують близько 4,8 тисяч підприємств, зокрема понад 800 великих і середніх. Виробництво легкої промисловості, таке як тканини, швейний і трикотажний одяг, взуття, панчішно-шкарпеткові вироби, хутро, шкіряні товари та інше, визначає соціально-економічний стан та національну безпеку країни.

Проте протягом останніх 18 років легка промисловість України переживає системну кризу. Виробництво основних видів продукції постійно зменшується. Внутрішній ринок майже повністю залитий імпортними товарами та нелегальною продукцією. Тим часом, до 80% виробництва вітчизняних підприємств призначено для експорту на зовнішні ринки, переважно європейські. Зруйновано зв'язки з традиційними постачальниками сировини, а виробництво устаткування для легкої промисловості майже припинено. Інноваційна активність підприємств низька, а можливості для інвестицій обмежені.

Галузь легкої промисловості має потенціал займати більш вагоме місце в економіці України, створюючи нові робочі місця, підвищуючи конкурентоспроможність вітчизняної продукції та забезпечуючи важливі доходи для державного та місцевих бюджетів. Для вирішення цих проблем розроблено Концепцію Державної програми розвитку легкої промисловості до 2011 року, яка спрямована на комплексне вирішення проблем галузі та пов'язаних виробництв. Стратегія розвитку передбачає використання потужностей підприємств усіх форм власності, впровадження сучасного обладнання та технологій, глибоку переробку сировинних ресурсів, а також підвищення продуктивності праці та конкурентоспроможності. Однак

досягнення поставлених завдань стикається з труднощами, пов'язаними з фінансуванням, політичною та економічною нестабільністю, а також неефективним управлінням підприємствами галузі. Для вирішення цих проблем пропонується розробка довгострокової Програми розвитку легкої промисловості України з використанням креативних та інноваційних підходів, залученням науковців та розширенням обсягів досліджень в економічній сфері.

Легка промисловість відіграє ключову роль в українській економіці, і важливість її існування важко переоцінити. Цей сектор не лише є великим джерелом робочих місць для населення, забезпечуючи працю для тисяч людей, але також сприяє стабільності економічної системи країни. Легка промисловість забезпечує виробництво текстильних, взуттєвих та інших товарів, які є важливими для задоволення базових потреб населення. Розвиток легкої промисловості сприяє інноваціям, підвищенню якості продукції та залученню інвестицій, що є важливими факторами для сталого економічного зростання та підтримки соціально-економічного розвитку України.

Легка промисловість відіграє важливу роль в економіці України, також вона є важливою для соціального та економічного розвитку країни. Коротко розглянемо декілька аспектів, щодо важливості української галузі легкої промисловості.

По-перше, ринок легкої промисловості створює велику кількість робочих місць, багато працівників задіяні у виробництві взуття, одягу, текстильних виробів та інших. По-друге, дана галузь сприяє розвитку зовнішньої торгівлі, адже Україна експортує велику кількість товарів на міжнародні ринки. По-третє, легка промисловість сприяє зростанню валового внутрішнього продукту. До аспектів важливості даної промисловості, також можна віднести соціальний розвиток, збільшення інвестицій та диверсифікацію економіки.

Україна має потенціал для подальшого розвитку легкої промисловості, проте важливо вирішувати проблеми, такі як екологічна стійкість, підвищення якості та інновації, щоб галузь продовжувала сприяти сталому економічному розвитку країни.



Розглянемо більш детально структуру ринку легкої промисловості України. На сьогоднішній день, структура легкої промисловості України охоплює 23 різновиди економічної діяльності, які згруповані в 3 основні категорії: текстильне виробництво, виробництво одягу, виробництво шкіри, виробів з неї та інших матеріалів. До цієї галузі також відноситься виробництво іграшок, фурнітури, посуду та інших подібних товарів, але їх частка у загальному обсязі галузі є невеликою.

Ця різноманітна структура легкої промисловості в Україні є важливим складовим сектором економіки, який сприяє створенню робочих місць, забезпечує виробництво товарів для внутрішнього і зовнішнього ринків, а також відіграє роль у збереженні культурної спадщини та розвитку різних галузей господарства.

Важливо розглянути індекси промислової продукції за видами діяльності та основними промисловими групами, а саме індекси виробництва легкої промисловості (табл. 2.1).

Таблиця 2.1

Індекси виробництва продукції за сегментами легкої промисловості  
протягом 2019-2022 рр., %

Сегменти	2019	2020	2021	2022	2022/2019
Текстильне виробництво, виробництво одягу, шкіри та інших матеріалів	88,5	93,9	102,3	99,8	11,3
Текстильне виробництво	91,1	98,3	113,8	91,9	0,8
Ткацьке виробництво	85,3	91,9	94,7	111,3	26,0
Виробництво інших текстильних виробів	89,9	99,6	116,5	87,6	-2,3
Виробництво одягу	90,6	89,6	90,4	106,9	16,3
Виробництво одягу, крім хутряного	91,2	89,9	89,1	108,7	17,5
Виробництво шкіри, виробів зі шкіри та інших матеріалів	82,3	97,0	109,9	97,7	15,4
Дублення шкір і оздоблення шкіри; виробництво дорожніх виробів, сумок, лимарно-сідельних виробів; вичинка та фарбування хутра	83,5	121,7	119,3	86,2	2,7
Виробництво взуття	81,4	80,4	100,3	113,0	31,6

*Джерело: складено автором на основі [6]*

Війна, як конфлікт збройних сил, має значний вплив на різні сфери економіки України, включаючи легку промисловість. Серед основних проблем, з якими стикнулася дана промисловість під час війни – це перерви в постачанні сировини, втрати робочої сили, обмеження в міжнародній торгівлі, зміна та обмеження логістичних маршрутів, зміни валютного курсу, вимушений виїзд великої кількості населення за кордон.

Не дивлячись на вищеперераховані аспекти, більшість сегментів легкої промисловості в Україні мають позитивний приріст, особливо виробництво взуття (+31,6%) та ткацьке виробництво (+26,0%).

Основним у 2022 році став напрям внутрішнього ринку із забезпечення речовим майном ЗСУ, при цьому іноземні замовлення стали невпинно скорочуватися. Навіть в умовах воєнного часу, сектор довів свою життєздатність, можливість швидкого перелаштування та освоєння випуску нових видів продукції, релокації та відновлення на деокупованих територіях, навчання/перекваліфікації на виробництвах та забезпечення роботою населення, ВПО тощо. Розглянемо більш детально обсяг реалізованої продукції за останні чотири роки (табл. 2.2).

Таблиця 2.2

Обсяг реалізованої продукції за видами діяльності  
за 2019-2022рр., млн. грн

Промисловість	2019	2020	2021	2022	Відносне відхилення 2022/2019 %
Текстильне виробництво, виробництво одягу, шкіри, виробів зі шкіри та інших матеріалів	24714,2	23834,1	28260,9	30713,8	19,53
Текстильне виробництво	8438,9	9254,4	11443,2	11692,7	27,83
Ткацьке виробництво	924,0	683,3	830,8	1653,1	44,11
Виробництво інших текстильних виробів	7186,3	8268,3	10263,8	9767,2	26,42
Виробництво одягу	10006,4	9577,2	9857,9	11170,7	10,42
Виробництво одягу, крім хутряного	8925,2	8500,7	8643,7	9643,4	7,45
Виробництво трикотажного та в'язаного одягу	1069,3	1072,3	944,15	1527,3	29,99

Продовження таблиці 2.2

Промисловість	2019	2020	2021	2022	Відносне відхилення 2022/2019 %
Виробництво шкіри, виробів зі шкіри та інших матеріалів	6268,9	5002,5	6959,8	7850,4	20,15
Дублення шкір і оздоблення шкіри; виробництво дорожніх виробів, сумок, лимарно-сідельних виробів; вичинка та фарбування хутра	2339,0	2360,5	2860,4	2568,2	8,92
Виробництво взуття	3929,9	2642,0	4099,4	5282,2	25,60

*Джерело: складено автором на основі [6]*

З табл. 2.2 видно, що у період з 2019 по 2022 рік легка промисловість України демонструвала різну динаміку в різних сегментах, всі сегменти показали позитивну динаміку у 2022 році у порівнянні з 2019 роком.

Загальна тенденція позитивного зростання виробництва в легкій промисловості свідчить про потенціал цього сектору в економіці України. Проте важливо враховувати, що конкретні фактори, такі як зміни в споживчому попиті, зовнішній торгівлі і економічному стані країни, можуть вплинути на подальший розвиток цього сектору. Структура реалізованої продукції легкої промисловості у 2022 році мала такий вигляд:

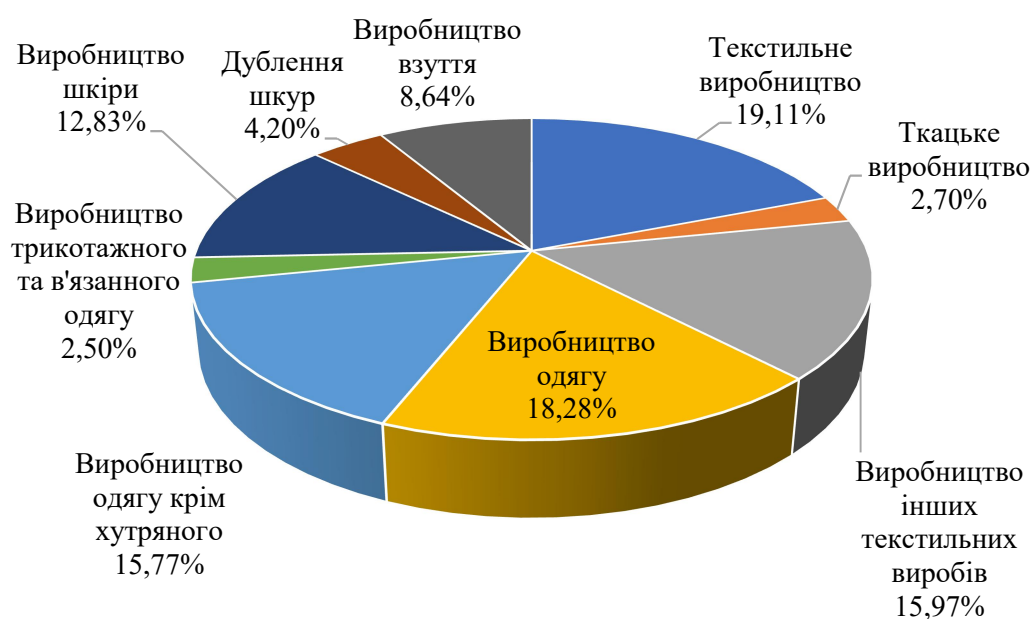


Рис. 2.1. Структура реалізованої продукції легкої промисловості у 2022 році, %

На підставі відсоткової структури легкої промисловості України на 2022 рік можна зробити наступні висновки:

1. Текстильне виробництво є найбільшим сегментом: текстильне виробництво становить близько 20,12% від загального виробництва легкої промисловості. Це свідчить про важливість текстильного сектору в економіці країни.

2. Виробництво одягу та взуття також вагомі сегменти: виробництво одягу складає 19,24%, а виробництво взуття – 9,10% від загальної структури. Це вказує на значний обсяг виробництва одягу та взуття в Україні.

3. Виробництво інших текстильних виробів та виробництво шкіри також важливі: виробництво інших текстильних виробів складає 16,81%, а виробництво шкіри та виробів з неї – 13,51%. Ці сегменти вказують на різноманітність та значний обсяг виробництва інших текстильних товарів та шкіряних виробів.

4. Дублення шкур і оздоблення шкіри, виробництво сумок та інших товарів зі шкіри є меншим сегментом, але важливим для шкіряної промисловості.

5. Ткацьке виробництво та виробництво трикотажного одягу є меншими сегментами з відсотковою часткою менше 3%, що свідчить про їхню меншу важливість у порівнянні з іншими сегментами.

Загалом, структура легкої промисловості України відображає різноманітність виробництва та підкреслює важливість текстильного, одягового та шкіряного секторів у формуванні економіки країни. Така структура галузі сприяє розширенню економічних можливостей та робочих місць в Україні.

Для подальшого аналізу, важливо розглянути структуру експорту та імпорту продуктів легкої промисловості. Сектор легкої промисловості зазнав падіння обсягів експорту. Аналізуючи результати за декілька останніх років, можна прийти до висновку, що через постійно негативну динаміку виробництва товарів легкої промисловості, Україна відстає від інших розвинених країн. Зокрема, від Польщі у 6 разів, від Німеччини – у 21 раз, а від Італії – у 73 рази.

У структурі українського імпорту одягу та взуття в 2018 році частка вживаних товарів становила 13,8%, що менше, ніж у 2017 році (17,8%) та 2013 році (6,6%). Для порівняння, у Польщі цей показник склав лише 3,29%, а в Пакистані, який є світовим лідером з імпорту вживаного одягу, – 51,12%. Отже, навіть при відносній близькості України і Польщі у світовому рейтингу імпортерів вживаних товарів у 2018 році, частка цих товарів у структурі українського імпорту продукції легкої промисловості була на 10,51 відсоткових пунктів вищою, ніж у структурі польського імпорту.

Розглянемо детальніше структуру експорту товарів легкої промисловості за останні три роки (табл. 2.3).

Аналізуючи таблицю зі структурою експорту української продукції легкої промисловості враховуючи події 2022 року, такі як війна, можна зробити наступні висновки:

1. Загальний спад виробництва: Більшість сегментів виробництва відзначилися негативними тенденціями в 2022 році, що може бути пов'язано зі складними економічними та політичними умовами, спричиненими війною.

2. Зменшення виробництва шкіри та хутра: Спад виробництва шкіри та шкур свідчить про можливий вплив війни на торгівлю і обробку цих матеріалів.

3. Текстиль та матеріали: Текстильні матеріали та вироби також відзначилися зменшенням виробництва, що може бути пов'язано з обмеженими можливостями виробництва та експорту через війну.

4. Спад виробництва синтетичних матеріалів та волокон: Синтетичні матеріали і волокна також зазнали суттєвого спаду. Це може бути наслідком складних умов для виробництва та експорту.

5. Ріст виробництва головних уборів: Незважаючи на загальний спад, головні убори відзначилися значним ростом виробництва, що може свідчити про попит на цей вид продукції в умовах війни.

6. Зменшення виробництва одягу та текстильних виробів: Виробництво одягу та текстильних виробів зазнало суттєвого спаду, що може бути наслідком обмежень у виробництві та експорту через війну.

Таблиця 2.3

Структура експорту товарів легкої промисловості за 2020-2022 рр., тис. дол

Товари	2020	2021	2022	Відносне відхилення 2022/2020 %
Шкури необроблені, шкіра вичинена	134656,7	165539,7	104483,1	-28,88
<i>шкури</i>	73548,3	83811,8	50607,1	-45,33
<i>вироби із шкіри</i>	39132,0	53426,6	32782,1	-19,37
<i>натуральне та штучне хутро</i>	21976,4	28301,3	21093,9	-4,18
Текстильні матеріали та текстильні вироби	778247,7	864984,6	671517,5	-15,89
<i>шовк</i>	8,5	1,1	16,1	47,20
<i>вовна</i>	3299,7	4190,0	3607,3	8,53
<i>бавовна</i>	2402,1	2763,4	3201,7	24,97
<i>інші текстильні волокна</i>	489,3	333,2	898,4	45,54
<i>нитки синтетичні або штучні</i>	9917,9	10700,3	5679,0	-74,64
<i>синтетичні або штучні штапельні волокна</i>	14923,4	22708,4	12575,0	-18,68
<i>вата</i>	93169,4	104759,7	55137,4	-68,98
<i>килими</i>	21131,9	28131,1	17250,6	-22,50
<i>спеціальні тканини</i>	4130,0	4921,1	5124,6	19,41
<i>текстильні матеріали</i>	10034,4	11255,1	9722,1	-3,21
<i>трикотажні полотна</i>	5426,2	8446,1	8835,1	38,58
<i>одяг та додаткові речі до одягу, трикотажні</i>	109632,2	135320,2	121883,9	10,05
<i>одяг та додаткові речі до одягу, текстильні</i>	338557,3	332358,5	286868,4	-18,02
<i>інші готові текстильні вироби</i>	165125,4	199096,6	140717,8	-17,35
Взуття, головні убори, парасольки	165474,4	189860,9	175073,1	5,48
<i>взуття</i>	152501,1	173080,1	149637,4	-1,91
<i>головні убори</i>	6857,7	9024,6	20187,5	66,03
<i>парасольки</i>	5538,3	7101,2	4499,0	-23,10
<i>оброблені пір'я та пух</i>	577,4	654,9	749,1	22,92

Джерело: складено автором на основі [6]

У цілому, табл. 2.3 свідчить про важкість української легкої промисловості у 2022 році, що обумовлено складними економічними та політичними умовами, викликаними війною. Більшість сегментів відзначилися зменшенням виробництва, але деякі види продукції, такі як головні убори, показали позитивну динаміку, можливо, через зміни в споживчому попиті в умовах конфлікту.

Також розглянемо структуру імпорту товарів легкої промисловості, адже імпорт теж зазнав суттєвих змін через війну (табл. 2.4).

Таблиця 2.4

Структура імпорту товарів легкої промисловості за 2020-2022 рр., тис. дол

Товари	2020	2021	2022	Відносне відхилення 2022/2020 %
Шкури необроблені, шкіра вичинена	242977,1	300241,8	240496,5	-1,03
<i>шкури</i>	141867,3	150359,9	102313,3	-38,66
<i>вироби із шкіри</i>	97273,4	146313,4	136218,2	28,59
<i>натуральне та штучне хутро</i>	3836,3	3568,5	1965,1	-49,1
Текстильні матеріали та текстильні вироби	2291123,0	2661509,8	2483735,7	7,75
<i>шовк</i>	835,0	855,6	251,0	-70,0
<i>вовна</i>	33504,3	30991,0	30062,8	-11,45
<i>бавовна</i>	132280,6	147947,5	122504,6	-7,98
<i>інші текстильні волокна</i>	11421,0	17637,9	9789,1	-14,3
<i>нитки синтетичні або штучні</i>	175215,8	237267,3	163933,7	-6,88
<i>синтетичні або штучні штапельні волокна</i>	200365,1	202939,5	161403,1	-24,14
<i>вата</i>	180552,6	186842,4	117913,2	-34,71
<i>килими</i>	39081,9	48876,8	20054,9	-48,7
<i>спеціальні тканини</i>	59800,8	78591,1	64584,8	7,5
<i>текстильні матеріали</i>	159629,4	193623,4	157194,3	-1,55
<i>трикотажні полотна</i>	223481,6	296223,7	247219,6	9,60
<i>одяг та додаткові речі до одягу, трикотажні</i>	358557,4	461946,5	402141,5	10,84
<i>одяг та додаткові речі до одягу, текстильні</i>	349154,4	401463,5	704211,2	50,42
<i>інші готові текстильні вироби</i>	367243,0	356303,7	282471,7	-30,01
Взуття, головні убори, парасольки	435971,0	576345,9	570936,2	23,64
<i>взуття</i>	403504,1	534901,0	359161,3	-12,35
<i>головні убори</i>	16836,5	23300,4	201839,3	91,66
<i>парасольки</i>	6881,7	9142,7	4425,7	-35,7
<i>оброблені пір'я та пух</i>	8748,6	9001,8	5509,9	-37,1

Джерело: складено автором на основі [1]

У 2022 році структура імпорту української продукції легкої промисловості відзначилася зниженням загального обсягу імпорту, зокрема шкір, хутра та синтетичних волокон. Проте відбулося збільшення імпорту текстильних матеріалів, одягу та головних уборів. Це може свідчити про спроби

компенсувати втрати внутрішнього виробництва в умовах конфлікту, а також збільшений попит на спеціалізовані товари.

В даний момент фіксується розгортання галузевого розвитку, яке передусім проявляється в наповненні внутрішнього ринку, обсяг якого складає принаймні 200 млрд грн щорічно. До 2022 року присутність вітчизняних виробів на цьому ринку не перевищувала 15-25% в різних групах споживання через нерівні конкурентні умови. Воєнні виклики ще більше змінили ситуацію: якщо у 2021 році імпорт перевищував галузевий експорт в 3 рази, то з початку 2023 року перевищення імпорту зросло до 4,5 разів, а експорт зменшився майже на 40%.

Однак завдяки неймовірним зусиллям та самопожертві підприємств легкої промисловості вдалося стабілізувати зовнішньоекономічну діяльність на контрольованих Україні територіях, скоротивши спад експорту до 22% та зменшивши негативний сальдо галузі з 4,5 до 3,5 разів. У 2022 році обсяг реалізованої продукції легкої промисловості становив 30,7 млрд грн (без ПДВ), а експорт перевищував майже мільярд доларів США.

Отже, можна підсумувати, що впродовж останніх років імпорт перевищує експорт по всіх сегментах легкої промисловості в Україні. Така ситуація викликає зниження конкурентоспроможності вітчизняної продукції легкої промисловості на внутрішньому споживчому ринку, що призводить до скорочення виробництва цієї продукції.

Розглянемо основних гравців ринку легкої промисловості. На сьогоднішній день легка промисловість України представлена близько трьох тисячами підприємств, і варто відзначити різноманітність їхнього розміру та важливу роль у структурі зайнятості. Приблизно 11,7% цих підприємств відносяться до середніх за розміром, 25,4% - до малих, і залишок, а саме 62,9%, становлять мікропідприємства. За чисельністю працівників лідирують середні підприємства, на яких працює близько 75% працездатного населення галузі. Малі підприємства забезпечують роботу майже 20% робочої сили, тоді як мікропідприємства займають всього 6% працівників легкої промисловості.



Характерними рисами середніх підприємств є середня кількість працівників у розмірі від 180 до 250 осіб. Малі підприємства в середньому мають від 7 до 12 працівників, тоді як мікропідприємства обмежені лише 3 особами на підприємство.

Підприємства легкої промисловості розташовані практично в усіх регіонах України, проте найбільші з них сконцентровані у таких областях, як Київ та область, Львівська, Дніпропетровська, Харківська та Закарпатська області. Ці регіони відомі своєю високою активністю у легкій промисловості та виробництві текстильних, шкіряних та взуттєвих товарів.

У структурі галузі виділяються три основні підгалузі: текстильне виробництво, виробництво одягу та виробництво шкіри, виробів з неї та інших матеріалів. Найбільша частина працівників (приблизно 57%) зайнята у виробництві одягу. У виготовленні шкіри та взуття працює близько 23% працівників, а решта 20% зайняті в текстильному виробництві.

Таким чином, легка промисловість України представлена різними за розміром підприємствами, що забезпечують роботу значної кількості працівників та знаходяться по всій країні. Різноманітність видів економічної діяльності в галузі робить її важливим сегментом національної економіки.

На сьогоднішній день текстильна промисловість України розділяється на дев'ять ключових підгалузей, кожна з яких відзначається своєю специфікою та виробництвом. Серед них розрізняють бавовняну, лляну, коноплевидну, вовняну, шовкову галузі, а також сектор виробництва нетканих матеріалів, валяльно-повстяних виробів, трикотажної та текстильно-галантерейної промисловості.

Бавовняна галузь України спеціалізується на виробництві бавовняних тканин, бавовняної пряжі для ткацької промисловості, а також на створенні нетканих матеріалів для швейного виробництва, виробів взуттєвої та інших галузей народного господарства, а також на виробництві медичної вати та санітарно-гігієнічних виробів. Важливо зазначити, що бавовняна галузь України зазвичай працює на імпортованій сировині, яка надходить переважно з

країн, таких як Узбекистан, Туреччина і Туркменістан. Деякі з найбільших підприємств у цій галузі включають Тернопільське об'єднане підприємство «Текстерно», ПАТ «Стеблівська бавовняна прядильно-ткацька фабрика» у Черкаській області, ПрАТ «Технофільтр» Фабрика технічних тканин у Києві, та ПрАТ «Кортекс» у місті Коростишів Житомирської області.

Ляна та конопляна галузі виробляють широкий асортимент продукції, включаючи лляні тканини для постільної і столової білизни, плаття та костюми, декоративні, меблеві та технічні текстильні матеріали, а також канати, мотузки та шпагати. Деякі з провідних підприємств у цій галузі включають ТОВ «Linen of Desna» у Сумській області, ПрАТ «Новоград-Волинський льонозавод», та ПАТ «Харківський канатний завод».

Вовняна та валяльно-повстяна галузі виготовляють різноманітну продукцію, включаючи камвольні та суконні тканини, вовняну та напіввовняну пряжу для трикотажної промисловості, а також вироби, такі як ковдри, пледи, килими та інші текстильні вироби. Деякі з найпотужніших підприємств у цих підгалузях включають ПАТ «Камвольно-суконна компанія «Чексіл» у Чернігові, «Богуславську суконну фабрику», ТОВ «Березанська суконна фабрика» та «Сумикамволь», ПрАТ «Vladi» у Харкові, «Карат» у Хмельницькому, а також приватні підприємства «Харківська прядильно-ткацька фабрика» та «Ярослав» у Києві.

Спеціалізація шовкової промисловості полягає у виробництві різних видів шовкових тканин та тканин технічного призначення. Найбільш відомі підприємства в цій галузі включають ПрАТ «Черкаський шовковий комбінат», ТОВ «Науково-виробниче підприємство «Темп-3000» у Київській області та АТ «Київтехнофільтр».

Виробництво нетканих матеріалів, які використовуються в швейній та інших галузях промисловості, здійснюється на ПАТ «Рівненська фабрика нетканих матеріалів» та ТОВ «Нікотекс», ТОВ «Велам» у місті Миколаїв, «Промтекссервіс» у Луцьку, «Енія» у Івано-Франківській області, «Едельвейс» у Харківській області, «Одетекс» в Одесі та інших.

Трикотажна промисловість стає все більш популярною завдяки своєму різноманітному асортименту, високій якості і привабливому зовнішньому вигляду продукції. Вона об'єднує чотири основні самостійні виробництва, включаючи виробництво трикотажних полотен та штучного хутра.

Найбільш відомі підприємства у цій галузі включають ПАТ «Київська трикотажна фабрика «Роза» та дочірнє підприємство «Роза-Хутро» у Києві, ТОВ «Жовтоводська фабрика штучного хутра «ФІМ» у Дніпропетровській області, компанію «Хутро» у Закарпатській області та інші.

Трикотажні вироби, включаючи текстильні вироби для спорту, а також виготовлення одягу, займають важливе місце в галузі моди та текстилю. Підприємства цієї сфери, які виробляють трикотажні вироби, панчішно-шкарпеткові вироби, рукавички та інші текстильні вироби, включають ПАТ «Житомирська панчішна фабрика «Україна», «Червоноградська панчішно-шкарпеткова фабрика «Дюна-Веста» у Львівській області, «Українська панчішна компанія» у Львові, «Геркурій-2» у Тернополі і багато інших.

Україна також має понад 20 підприємств, які спеціалізуються на виробництві натуральної шкіри, такі як «Світанок» у Львові, «Чинбар» у Києві, ТОВ «Слава» у Київській області, «Возко», «В-центр», «Кременчуцький шкірзавод», «Велес» і багато інших. Штучну шкіру та матеріали для взуття виробляють на таких підприємствах, як «ПрАТ «Іскож-2000», українсько-польське спільне підприємство ТОВ «Вінісан» у Тернополі, приватне підприємство «Волвест» у Луцьку, ТОВ «Вулкан-Правекс» у Києві.

Технічний рівень підприємств взуттєвої промисловості в Україні дозволяє виготовляти конкурентоздатне взуття з натуральної та штучної шкіри, а також з верхом з текстильних матеріалів. Завдяки цьому потенціалу щорічно виробляється велика кількість пар взуття, і Україна має власні підприємства, які забезпечують сировиною та матеріалами для цієї галузі.

Найбільш відомі підприємства взуттєвої промисловості в Україні включають ПрАТ «Чернігівська взуттєва фабрика «Берегиня», українсько-італійське спільне підприємство ТОВ «Ріф-1» у Києві, ТОВ «Прогрес» у Львові,

«Буковинська взуттєва фабрика «Кайрос» у Чернівцях, «Салама» у місті Первомайськ Луганської області, науково-виробничу фірму «Міда» у Запоріжжі та багато інших підприємств.

У галузі шкіргалантерейного виробництва виготовляють різноманітні товари з натуральної та штучної шкіри, а також спортивні товари. Тут варто відзначити колективне підприємство «КІКО» у Києві, ТОВ «Шкіргалантерея» та ТОВ «Імідж-Галантерея» у Вінниці, інші компанії.

У фурнітурній галузі фокусуються на виробництві комплектуючих для взуття, гудзиків, застібок та інших аксесуарів. Основні підприємства цієї сфери включають колективне підприємство «Молнія» у селищі Баришівка Київської області, ПАТ «Київське метало фурнітурне підприємство «Текстемп», українсько-швейцарське спільне підприємство ТОВ «Тема» у Києві та інші компанії.

Загалом, текстильна та шкіряна промисловість в Україні представлена різноманітними підприємствами, які виготовляють різні текстильні та шкіряні продукти високої якості.

Далі необхідно визначити основні тенденції та проблеми на ринку легкої промисловості України. Спочатку згрупуємо наявні проблеми даного сектору у таблицю, враховуючи вже проаналізовані вище фактори (табл. 2.5).

Таблиця 2.5

### Проблеми ринку легкої промисловості України

Проблема	Опис
Застарілі технології	Застарілі методи виробництва та застосування застарілого обладнання в галузі, недостатня автоматизація процесів, що веде до великого споживання робочої сили та підвищених витрат
Переважає імпорту над експортом	Значна присутність імпортованих товарів на ринку легкої промисловості, особливо через вигідне співвідношення ціни та якості. Така ситуація викликає зниження конкурентоспроможності вітчизняної продукції легкої промисловості на внутрішньому споживчому ринку.
Сильна залежність від імпорту сировини, матеріалів і комплектуючих	Легка промисловість України має високу залежність від імпортованих сировинних матеріалів, таких як тканини, шкіра, вовна тощо. Велика частина сировини закуповується за кордоном. Залежність від імпорту призводить до коливань у вартості сировини, що впливає на вартість виробництва. Крім того, економічні кризи та політичні конфлікти можуть призвести до зупинок у постачанні сировини, що загрожує стабільності виробництва.

## Продовження таблиці 2.5

Проблема	Опис
Низька цінова конкурентоспроможність вітчизняної продукції на внутрішньому ринку	Умови для офіційного та сірого імпорту вживаного одягу та взуття, а також нелегального виробництва, дозволяють імпортній продукції конкурувати за ціною з вітчизняними виробниками. Зниження продажів внутрішньої продукції та втрата ринкових позицій в Україні, що загрожує стабільності легкої промисловості.
Зосередження виробництва на споживчій сировині	Велика частина виробництва в Україні фокусується на створенні продукції із споживчої сировини, що обмежує диверсифікацію галузі. Обмежена різноманітність продукції та втрата можливостей для розширення та інновацій.
Посилення конкуренції всередині галузі через нерівні умови конкуренції та доступ до цільових сегментів ринку	Внутрішньогалузева конкуренція у легкій промисловості підсилюється через різницю у ресурсах та можливостях між підприємствами. Деякі компанії можуть мати переваги у доступі до фінансування, ресурсів або технологічних інновацій. Зростає тиск на менш конкурентоздатні підприємства, що може призвести до їхньої банкрутства або скорочення виробництва. Також це може обмежувати можливості розвитку новаторських підприємств і призводити до втрати ринкової частки на користь сильних гравців.
Наявність численних підприємств у тіньовій економіці галузі	Багато підприємств у легкій промисловості функціонують у тіньовій економіці, уникаючи сплати податків та порушуючи законодавство. Це створює недостатню конкурентну середу та втрату доходів для держави.
Нестабільність у забезпеченні стандартів якості продукції та контролю за нею	Відсутність стабільної системи контролю та забезпечення якості продукції призводить до різноманітності якості на ринку. Наявність продукції низької якості може псувати репутацію галузі. Зменшення довіри споживачів до продукції легкої промисловості з України, що обмежує можливості експорту та розширення ринків збуту. Також це може призвести до втрати покупців та зменшення конкурентоспроможності на міжнародному ринку.
Початок повномасштабного вторгнення в Україні	Збитки та знищення інфраструктури, порушення логістичних ланцюгів, втрата ринків збуту, економічна нестабільність, зростання вартості енергоресурсів, міграція робочої сили

*Джерело: складено автором*

Сучасний ринок товарів легкої промисловості України характеризується кількома важливими тенденціями, які мають значний вплив на галузь:

1. Стійка негативна динаміка виробництва товарів легкої промисловості у натуральному вираженні свідчить про складнощі, які переживає галузь.

2. Переважання імпорту над експортом товарів легкої промисловості свідчить про імпортозалежність галузі та невпевненість на зовнішніх ринках.

3. Незабезпеченість внутрішньої потреби в товарах легкої промисловості за рахунок власного виробництва може впливати на рівень забезпечення населення товарами цієї галузі.

4. Низька кількість власних відомих брендів, що випускають товари легкої промисловості, свідчить про потребу у підвищенні конкурентоспроможності та рекламі продукції.

5. Низька частка інноваційної та високотехнологічної продукції у структурі виробництва легкої промисловості України вказує на потребу у сучасних технологіях та інноваціях для розвитку галузі.

Ці тенденції є важливими викликами для легкої промисловості України і вимагають комплексних заходів та стратегічних рішень для подолання їх та підвищення конкурентоспроможності галузі на ринках.

## **2.2. Місце легкої промисловості України на світовому ринку**

Україна є важливим виробником текстильних виробів, одягу та взуття, і експортує ці товари на зовнішні ринки. Проте вона конкурує з іншими країнами, такими як Китай, Бангладеш, В'єтнам та інші, де витрати на працю нижчі. Тому місце України на світовому ринку цих товарів є обмеженим, але все ж важливим. Загалом, місце легкої промисловості України на світовому ринку визначається її здатністю конкурувати за цими факторами. Для підвищення конкурентоспроможності та розширення місця на світовому ринку, Україна повинна вдосконалювати якість продукції, інвестувати в інновації та забезпечити стабільність та ефективність виробництва.

У 2022 році експорт легкої промисловості від загального українського експорту склав 2,2%, що є дуже не значною частиною (рис. 2.2).

У 2022 році загальний експорт товарів скоротився на 35,1% у порівнянні з 2021 роком, в свою чергу, обсяг експорту легкої промисловості скоротився на 22,1% (-269,3 млн. дол) у порівнянні з 2021 роком. Також раніше в роботі зазначалося, що у 2022 році обсяг експорту товарів легкої промисловості

зменшився за такими сегментами, як шкури необроблені та текстильні матеріали, а експорт взуття навпаки показав у 2022 році позитивний приріст.

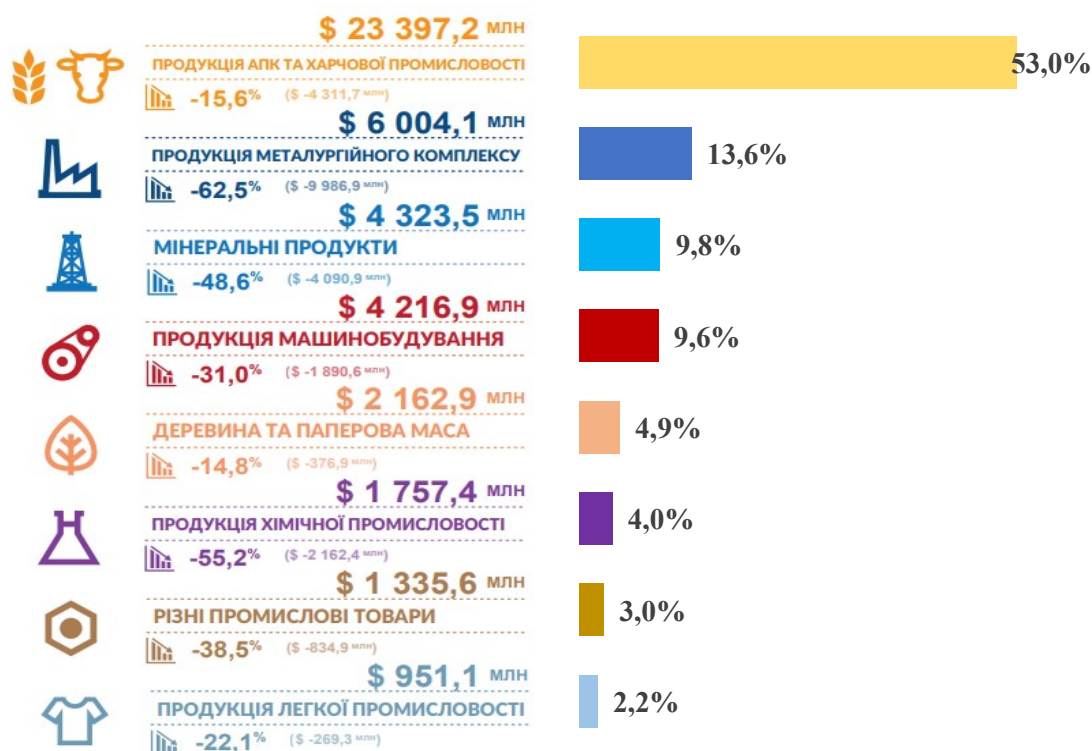


Рис. 2.2. Структура експорту товарів України у 2022 році, %

Джерело: складено на основі [1]

Доцільно розглянути структуру експорту та імпорту товарів легкої промисловості в динаміці за останні декілька років, а також дослідити їх сальдо. Спочатку розглянемо динаміку зовнішньо-економічної торгівлі необробленими шкурами (рис. 2.3).

На основі наданих даних про динаміку експорту та імпорту шкури необробленої та шкіри вичиненої за 2020-2022 роки можна зробити висновок, що експорт та імпорт у 2021 році показали позитивний приріст, натомість сальдо продовжувало показувати негативну динаміку, а імпорт продовжував перевищувати експорт. Така ситуація свідчить про наявність дефіциту на українському ринку легкої промисловості.

У 2022 році обсяг експорту значно знизився, імпорт також показав динаміку зниження, в той же час тенденція збільшення негативного сальдо

зберігається. Загальна динаміка свідчить про значний внутрішній попит на ці товари, що призвело до високого рівня імпорту і дефіциту внутрішнього виробництва. Зміна динаміки у 2022 році пов'язана з різними факторами, такими як війна в країні, важка економічна та політична ситуація.

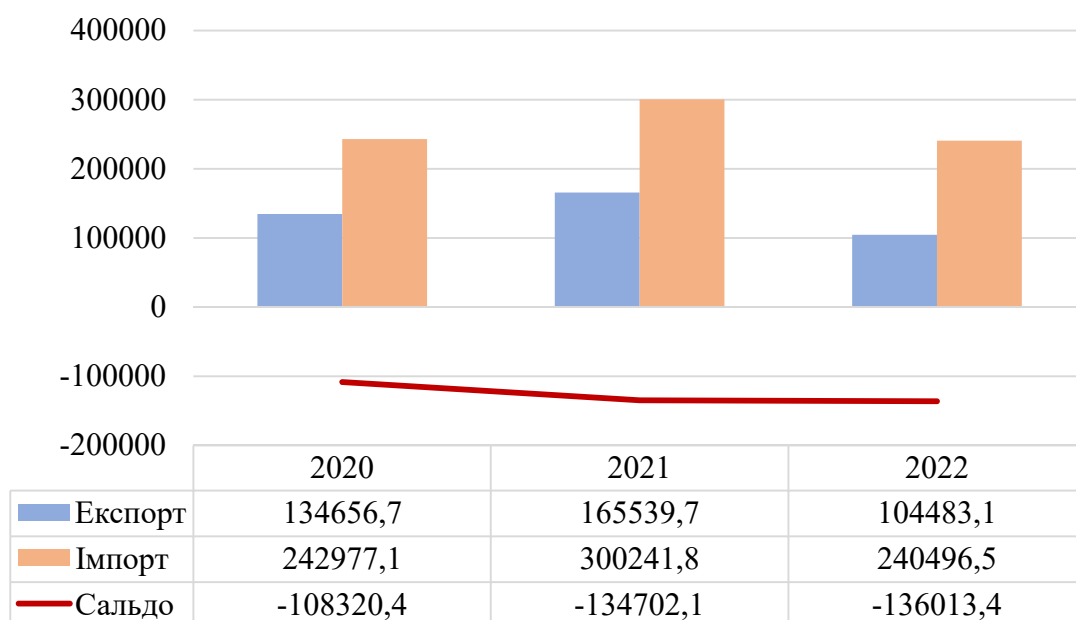


Рис. 2.3. Динаміка експорту та імпорту шкіри необробленої, шкіри вичиненої за 2020-2022 рр., тис. доларів

*Джерело: складено автором на основі [6]*

Далі розглянемо динаміку експорту та імпорту текстильних матеріалів та текстильних виробів за останні декілька років (рис. 2.4).

Ситуація з торгівлею текстильними матеріалами склалася така ж сама, як зі шкірою, сальдо є від'ємним і за останні три роки продовжувало знижуватися. Динаміка експорту та імпорту у 2022 році також має негативну тенденцію через воєнні дії.

У період з 2020 по 2022 роки відбулися значущі зміни в зовнішньоекономічній діяльності України. За цей час спостерігалось стійке зростання обсягів експорту, що свідчить про підтримку та конкурентоспроможність українських товарів на світовому ринку. З іншого боку, імпорт також збільшився, вказуючи на зростання внутрішнього попиту та потреб споживачів у зарубіжних товарах.



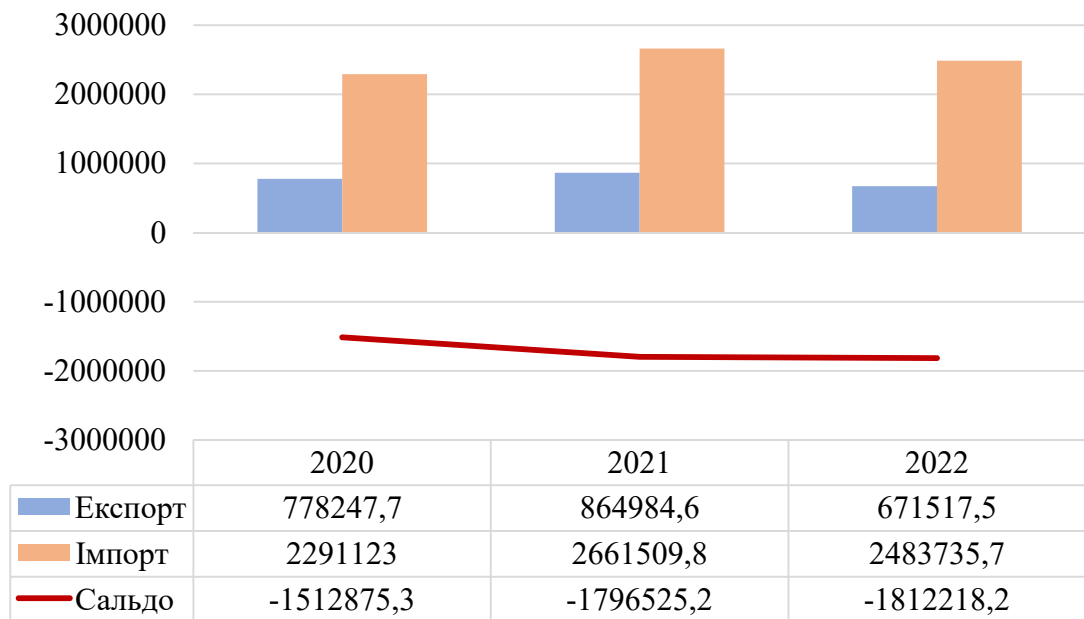


Рис. 2.4. Динаміка експорту та імпорту текстильних матеріалів та текстильних виробів за 2020-2022 рр., тис. доларів

*Джерело: складено автором на основі [6]*

Нещодавній позитивний розвиток експортно-імпортних операцій, однак, супроводжується негативним сальдо торгівельного балансу, яке зросло протягом зазначеного періоду. Спостережене значне від'ємне сальдо свідчить про те, що витрати на імпорт перевищують прибутки від експорту, що може стати предметом уваги для економічної стратегії та політики з метою забезпечення стійкої та збалансованої торговельної діяльності країни.

З рис. 2.5 видно, що як із іншими сегментами легкої промисловості, імпорт перевищує експорт взуття, головних уборів та парасольок. У 2022 році імпорт хоч має тенденцію до зниження, але вона є незначною, з експортом склалася така ж ситуація.

За три роки спостерігається загальний позитивний тренд у збільшенні обсягів експорту та імпорту України. Це свідчить про певне зростання зовнішньоторговельних операцій країни. Зокрема, обсяги експорту збільшилися на близько 6% у 2021 році порівняно з попереднім роком, але знову знизилися у 2022 році до рівня під 2020 рік. Що стосується імпорту, тут спостерігається схожа динаміка: зростання у 2021 році, але потім знову відмітне зниження у 2022 році.

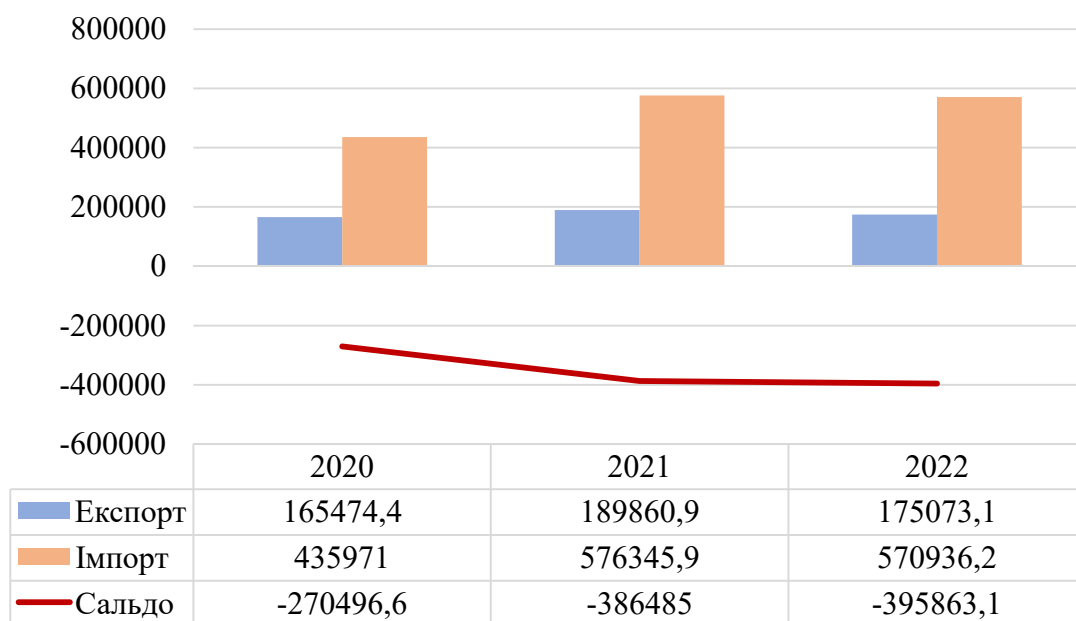


Рис. 2.5. Динаміка експорту та імпорту взуття, головних уборів, парасольок за 2020-2022 рр., тис. доларів

*Джерело: складено автором на основі [6]*

Незважаючи на цей позитивний розвиток, сальдо торгівельного балансу залишається від'ємним протягом усього періоду спостережень. Це свідчить про те, що вартість імпортованих товарів перевищує прибутки від експорту, що може стати викликом для економічної стійкості країни в майбутньому. Збалансування торгівельного балансу може виявитися ключовим завданням для стабільності зовнішньої торгівлі та економічного зростання України.

Розглянемо товарну структуру зовнішньої торгівлі продукцією легкої промисловості у 2022 році (рис. 2.6).

З аналізу структури експорту України у 2022 році видно, що основними складовими є текстильні матеріали та текстильні вироби, які складають 72,12% від усього обсягу експорту. Це свідчить про значущий внесок текстильної промисловості в зовнішньоторговельну діяльність країни. До того ж, взуття, головні убори та парасольки також представлені на ринках зовнішньої торгівлі значною мірою, але вже з меншою часткою - 16,65%.

У структурі імпорту подібна тенденція зберігається, проте із невеликими відмінностями. Текстильні матеріали та текстильні вироби, а також взуття, головні убори та парасольки займають вагомий частку українського імпорту -

відповідно 75,37% та 17,32%. Збереження подібної структури експорту та імпорту може свідчити про сталість попиту на текстильні товари та взуття на міжнародних ринках, а також вказувати на спеціалізацію України у виробництві та обробці цих товарів.

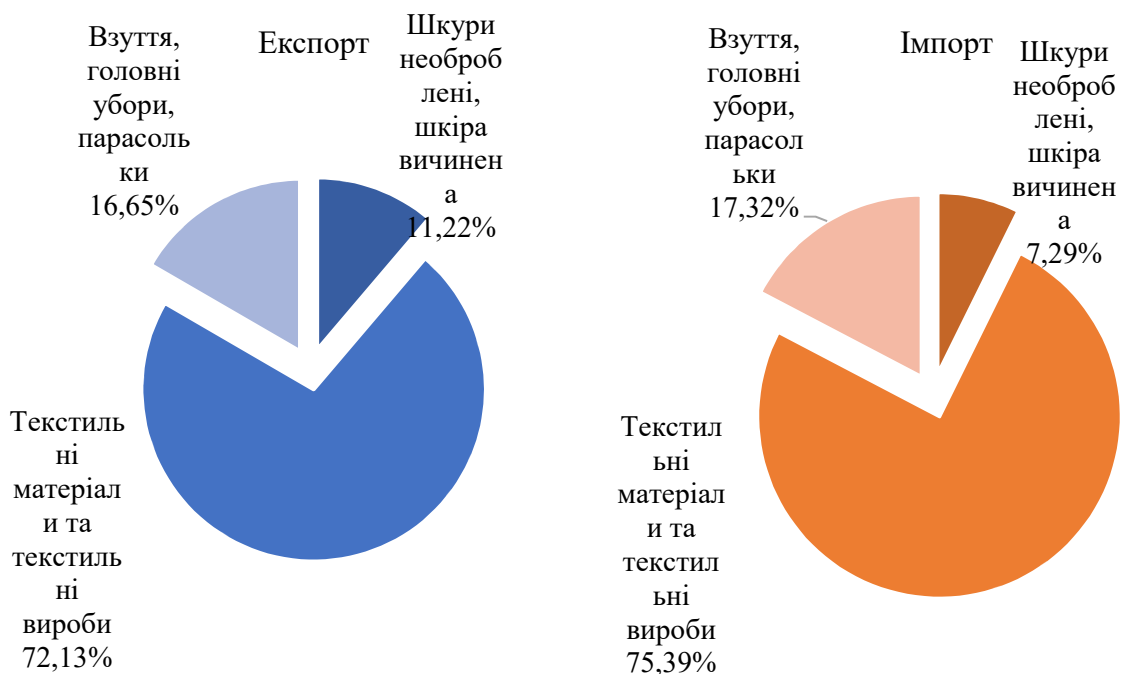


Рис. 2.6. Товарна структура зовнішньої торгівлі продукцією легкої промисловості у 2022 році, %

*Джерело: складено автором на основі [6]*

Розглянемо більш детально структуру експорту легкої промисловості у 2021 році за країнами (рис. 2.7).

З рис. 2.7 можна зробити висновки, що Польща (201,7 тис. дол) та Німеччина (183,3 тис. дол) є найбільшими імпортерами українських товарів, з значними обсягами імпорту (рис. 2.8). Це свідчить про важливість цих країн як ключових партнерів для України у торговельних відносинах. Румунія також має великий обсяг імпорту товарів з України (114,2 тис. дол).

Більша частина експорту української продукції легкої промисловості, безумовно, припадає на країни Європейського Союзу (ЄС). Це свідчить про важливість європейського ринку для українських виробників у цій галузі. Близькі торговельні відносини між Україною та країнами ЄС сприяють зростанню обсягів експорту та сприяють розвитку української легкої

промисловості. Постійна увага до якості, інновацій та відповідність міжнародним стандартам дозволяє українським виробникам зберігати конкурентну перевагу на цьому важливому ринку.

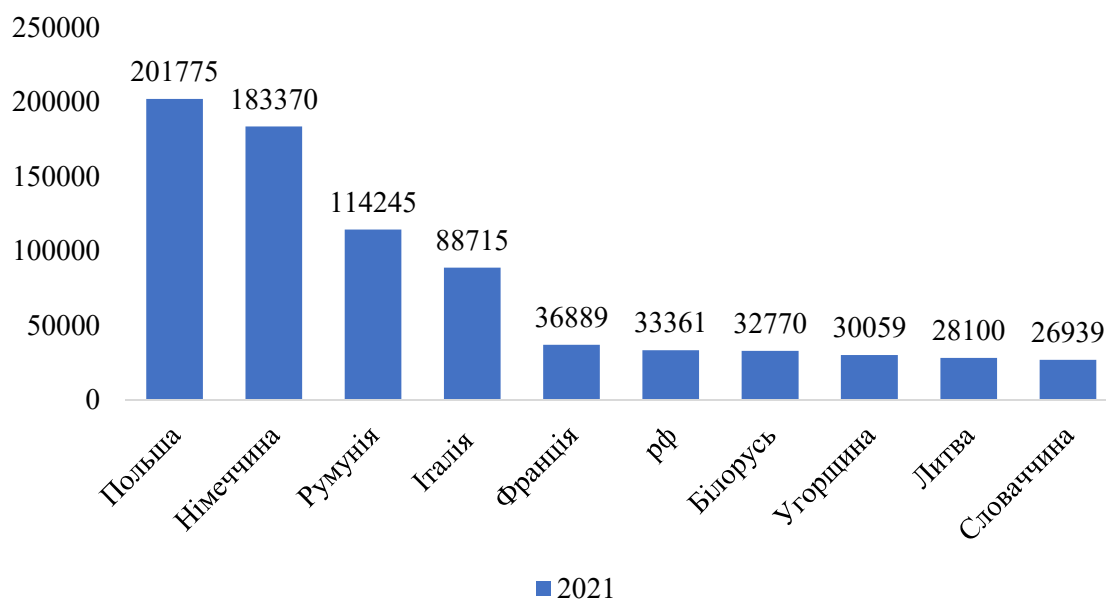


Рис. 2.7. Структура експорту товарів легкої промисловості за країнами у 2021 році, тис. дол. США

*Джерело: складено автором на основі [6]*

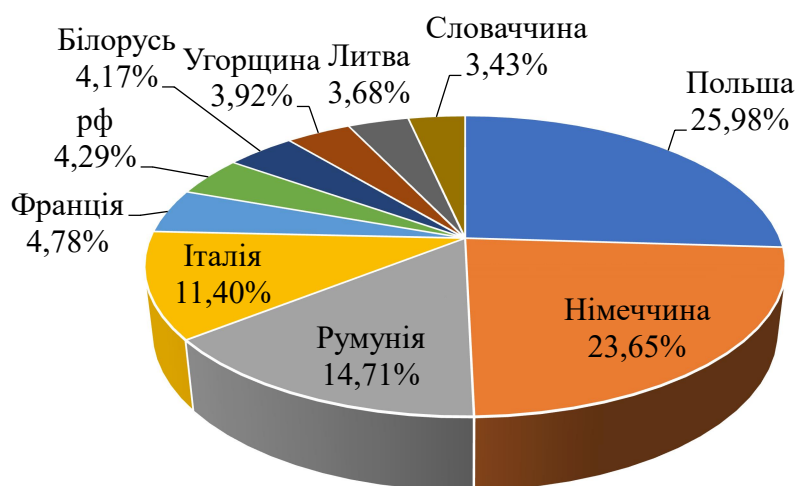


Рис. 2.8. Структура експорту товарів легкої промисловості за країнами у 2021 році, %

*Джерело: складено автором на основі [6]*

Загальний обсяг експорту легкої промисловості у 2021 році склав 951073,7 тис. дол. Найбільша частина припадає на експорт легкої промисловості до Польщі (25,98%), а саме на експорт шкур, взуття та одягу. Також велику частину займає експорт до Німеччини (23,65%), а саме експорт текстильного одягу та додаткових речей до нього. До Румунії найбільше екпортується взуття та текстильного одягу, а до Італії – виробів зі шкіри.

Серед загальної кількості підприємств текстильної промисловості понад 140 займаються зовнішньоекономічною діяльністю, екпортуючи свою продукцію до країн Європи і СНД.

Як вже зазначалося, головними європейськими імпортерами українського одягу є Німеччина, Польща, Італія, Румунія та Франція. Ці країни разом зумовлювали майже 57% експорту з України у 2021 році. Наприклад, вітчизняний бренд «Agents Clothes» екпортує одяг в Угорщину, США і Китай, спеціалізуючись на авіаційній тематиці. Український дім моди RITO, один з найбільших експортерів вітчизняного одягу, продає 10% своєї продукції в ЄС, зокрема до Литви, Чехії та Данії. Україна також є місцем виробництва для відомих світових брендів, таких як Zara, Next, Mexx, Benetton, Esprit, Newlook, TopShop, Max Mara і Dolce&Gabbana.

Найбільш перспективними ринками для українських виробників одягу є європейські країни не тільки з великими обсягами імпорту, але й зі значними темпами зростання попиту на імпортні товари. Серед таких перспективних ринків можна виділити Люксембург (20,0% річного зростання), Польщу (+15,4%), Латвію (+12,9%), Литву (+12,4%), Словаччину (+12,6%), Литву (+12,5%), Іспанію (+9,1%). У 2021 році зовнішньоторговельні операції Україна проводила з партнерами з 198 країн світу.

Отже, можемо зробити висновки, щодо місця легкої промисловості України на міжнародному ринку, а також щодо проблем, з якими стикаються українські імпортери:

1. Легка промисловість України стикається з численними проблемами, такими як застаріле виробництво, нестача інновацій, низька якість продукції,

високі енергетичні та виробничі витрати. Ці чинники обмежують конкурентоспроможність на світовому ринку.

2. Залежність від імпорту: Легка промисловість України, зокрема текстильна і виробництво одягу, великою мірою залежить від імпорту сировини та обладнання. Це робить галузь вразливою до змін на світових ринках.

3. Наявність потенціалу для росту: Україна має потенціал для розвитку легкої промисловості завдяки великій кількості кваліфікованої робочої сили та доступу до ринків Європи. Якщо реформи та інвестиції сприятимуть модернізації та підвищенню якості продукції, це може допомогти підвищити конкурентоспроможність.

4. Експортна спрямованість: Україна активно експортує текстильну продукцію та одяг до різних країн світу, зокрема до країн Європейського Союзу. Це свідчить про певний рівень інтересу та попиту на українську продукцію на зовнішніх ринках.

5. Потенційні перспективи: З розвитком сталої моди та підвищенням уваги до екологічних питань можуть з'явитися нові можливості для українських виробників в області легкої промисловості, які створюють екологічно чисті та сталі товари.

Отже, хоча легка промисловість України має свої виклики, вона також має потенціал для подальшого розвитку та розширення на світових ринках, зокрема завдяки доступу до ринків Європи та можливості модернізації галузі.

### **2.3. Участь України в міжнародних угодах, які стосуються легкої промисловості**

Україна активно бере участь у міжнародних угодах та ініціативах, які стосуються легкої промисловості. Укладання торговельних міжнародних угод є важливою складовою економічної політики будь-якої країни, включаючи Україну. Ці угоди мають велике значення і можуть надавати велику кількість переваг для українських підприємств та країни загалом.

По-перше, укладання торговельних угод дозволить українським компаніям розширювати свої можливості на зовнішніх ринках. Це дозволяє їм збільшити обсяги продажів та підвищити доходи.

По-друге, торговельні угоди можуть передбачати зниження митних тарифів і інших торговельних бар'єрів, що сприяє збільшенню експорту українських товарів та послуг. Це зробить їх конкурентоспроможними на міжнародних ринках.

Також, торговельні угоди можуть створювати більше сприятливого клімату для іноземних інвесторів, що може призвести до збільшення обсягів іноземних інвестицій в Україну. Це, в свою чергу, сприяє розвитку економіки.

Розглянемо декілька ключових моментів та угод, в яких Україна брала або бере участь.

Угода про асоціацію між Україною та Європейським Союзом, яка включає в себе і Угоду про глибоку та всебічну зону вільної торгівлі (DCFTA), є ключовим документом, який регулює економічні та торговельні відносини між Україною та ЄС. DCFTA була укладена в 2014 році і вступила в силу 1 січня 2016 року. Основні положення та характеристики цієї угоди включають таке:

1. Зона вільної торгівлі: DCFTA створює зону вільної торгівлі між Україною та ЄС, що передбачає зниження митних тарифів і торговельних бар'єрів між сторонами. Це сприяє підвищенню обсягів торгівлі та розвитку експорту України до країн ЄС.

2. Гармонізація стандартів і правил: Угода вимагає гармонізації стандартів і правил української промисловості з європейськими, що допомагає підвищити якість українських товарів і послуг, а також забезпечує їх відповідність європейським нормам.

3. Лібералізація послуг: Угода включає розділ про лібералізацію послуг, що дозволяє українським компаніям надавати різноманітні послуги на ринках ЄС та навпаки.

4. Захист прав інвесторів: DCFTA містить заходи для захисту прав інвесторів і сприяє залученню іноземних інвестицій в Україну.

5. Управління та співробітництво: Угода передбачає створення механізмів співробітництва та управління, які дозволяють сторонам розвивати та вдосконалювати торгові відносини.

6. Сприяння сталому розвитку: DCFTA сприяє спільним заходам у сферах сталого розвитку, екології та соціальної політики.

Угода про асоціацію та DCFTA є важливими кроками для України на шляху до поглиблення її інтеграції з Європейським Союзом. Вони сприяють розвитку економіки, підвищенню якості товарів та послуг, а також підвищенню конкурентоспроможності українських компаній на міжнародних ринках.

Під час дії Повного та всебічного зонного угоду про вільну торгівлю (ПВЗВТ) між Україною та Європейським Союзом відбулося видатне зростання темпів експорту товарів з України до країн ЄС порівняно з іншими світовими ринками. Аналізуючи результати 2021 року, виявлено, що обсяг експорту товарів до інших країн світу (за винятком Російської Федерації) перевищив попередні показники до кризи на 21,1%, в той час як в Європейському Союзі цей показник вражає своєю динамікою і збільшився на 65,3%.

З іншого боку, щодо імпорту товарів з різних країн світу (за винятком Росії) варто відзначити, що він відзначився дещо швидшим зростанням порівняно з ЄС-27. Підсумки 2021 року свідчать про те, що імпорт товарів з інших країн світу перевищив рівень до кризи на 40,9%, у той час як імпорт з країн Європейського Союзу зріс на 11,7%.

Це свідчить про важливість та вигоди, які принесла Україні ПВЗВТ з ЄС, і вказує на позитивний вплив цієї угоди на зовнішньоекономічну діяльність країни. Україна продовжує розвивати та поглиблювати свої торгові відносини з Європейським Союзом, що має велике значення для її економічного зростання та стійкості.

Внаслідок взаємної лібералізації доступу на ринок, яка стала можливою завдяки ПВЗВТ між Україною та Європейським Союзом, відбулася значна



трансформація структури торгівлі України. Спостерігається істотне зростання частки Європейського Союзу в обсягах як експорту, так і імпорту товарів країни. Зокрема, частка ЄС-27 в загальному експорті товарів України значно зросла. У період з 2013 по 2015 роки вона складала приблизно 29,9%, але в останні роки (2019-2021) вже становила вражаючі 38,7%.

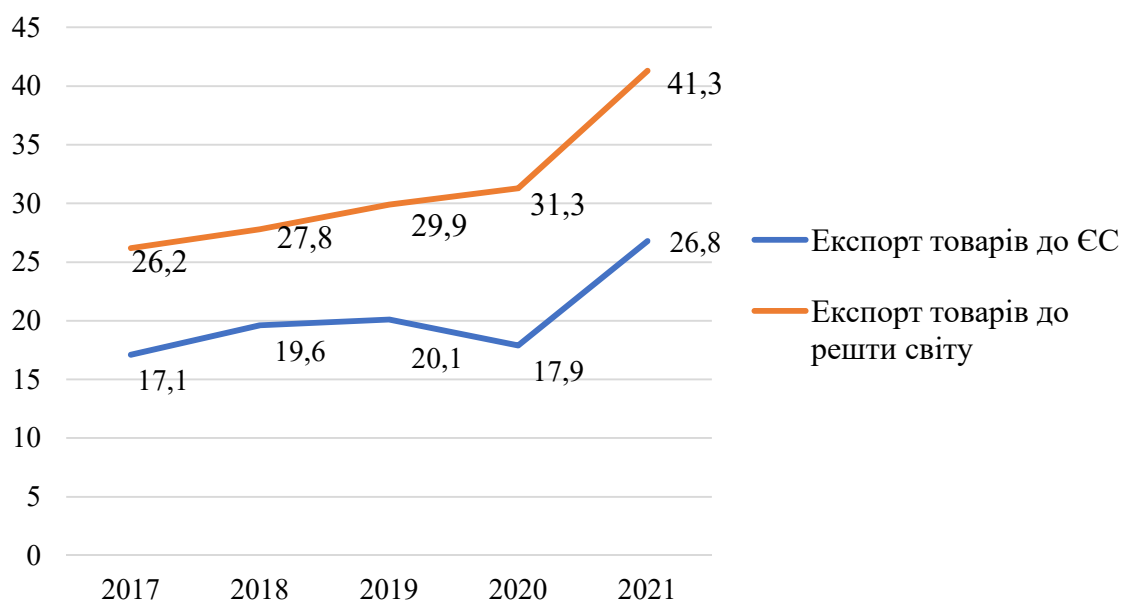


Рис. 2.9. Експорт товарів України до ЄС та решти світу протягом 2017-2021 років, млрд дол. США

Також варто зазначити, що частка ЄС-27 в імпорті товарів також демонструє позитивну динаміку. За аналогічними періодами, з 2013 по 2015 роки вона становила близько 37%, а вже в останні роки (2019-2021) зросла до 40,7%. Це свідчить про те, що Україна успішно інтегрується на європейський ринок та зміцнює свої торгові зв'язки з ЄС, що може мати значний вплив на її економічний розвиток і перспективи на міжнародному рівні.

В рамках дії ПВЗВТ український експорт до ЄС став більш диверсифікованим, зменшилася концентрація експорту до ЄС. Експорт усіх широких товарних груп з України до ЄС-27 продемонстрував зростання станом на 2021 рік порівняно з докризовим періодом 2013 року. При цьому темпи зростання різних секторів значно відрізнялися. Якщо казати про зрушення

експорту товарів легкої промисловості після підписання ПВЗВТ, то він зріс на 22% у порівнянні з 2015 роком. Найбільше зростання експорту припадають на вату та інші текстильні товари.

Спільна угода про зону вільної торгівлі Україна-Канада (CUFTA) є важливим міжнародним документом, спрямованим на сприяння розвитку торгівлі та економічному співробітництву між Україною та Канадою. Вона була підписана в 2016 році і набула чинності в 2017 році. CUFTA включає в себе різні аспекти торгівлі товарами та послугами, включаючи продукцію легкої промисловості.

Основні положення CUFTA, які сприяють українському експорту продукції легкої промисловості:

1. Зниження мит: Угода передбачає зниження або повне усунення митних бар'єрів на багато видів товарів, включаючи товари легкої промисловості. Це дозволяє українським виробникам легкої промисловості експортувати свою продукцію до Канади за більш вигідними умовами і конкурувати на цьому ринку.

2. Захист прав інтелектуальної власності: CUFTA містить положення про захист прав інтелектуальної власності, включаючи авторські права, патенти і товарні знаки. Це допомагає українським виробникам легкої промисловості захищати свої технології та дизайн від незаконного використання в Канаді.

3. Доступ до ринку послуг: CUFTA також регулює торгівлю послугами, що створює можливості для українських компаній легкої промисловості, які надають послуги (наприклад, дизайн або логістичні послуги), розширювати свою діяльність на канадському ринку.

4. Зменшення технічних бар'єрів: Угода містить положення про спрощення процедур сертифікації та стандартизації, що спрощує доступ українських товарів легкої промисловості на канадський ринок.

5. Сприяння інвестиціям: CUFTA сприяє створенню сприятливого інвестиційного клімату між країнами, що може привести до збільшення інвестицій у виробництво та розвиток української легкої промисловості.

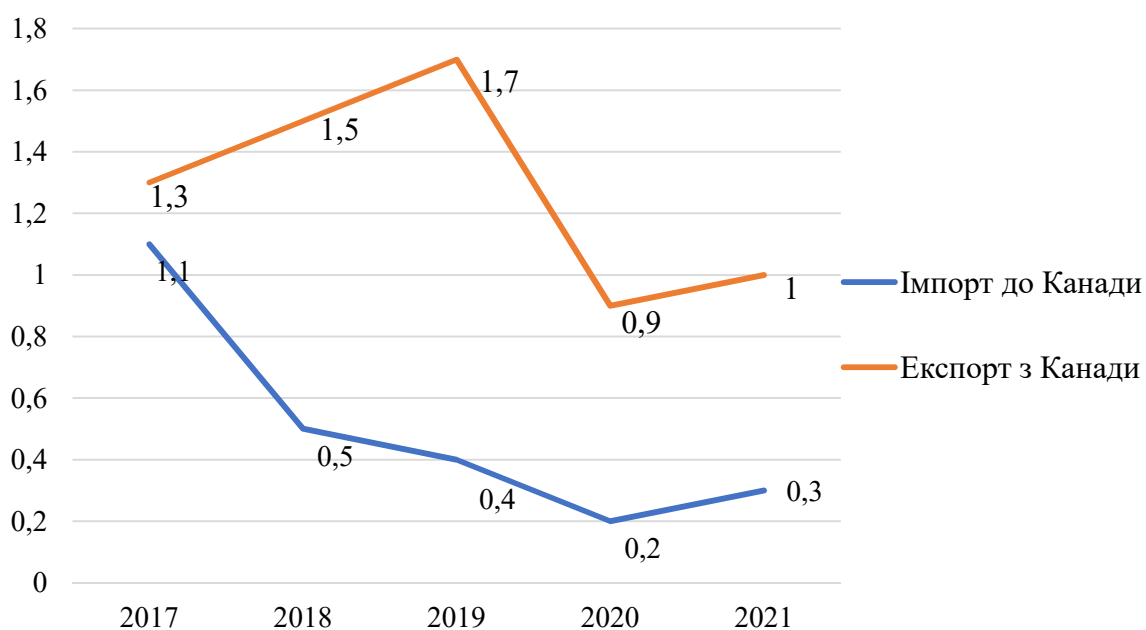


Рис. 2.10. Експорт та імпорт товарів легкої промисловості України до Канади протягом 2017-2021 років, млн дол. США

Найбільшу частку українського експорту в 2021 р. займають продукція машинобудування (11,5 млн. дол.), товари АПК і харчової промисловості (4,9 млн. дол.), продукції хімічної промисловості (4,2 млн. дол.). Легка промисловість у 2021 році в експорті до Канади склала 1,0 млн. дол.

Також 16 травня 2008 року Україна стала 152-м членом СОТ після складних переговорів, які тривали з 1993 року. Законодавче та нормативне поле України суттєво змінилось ще під час підготовки до членства в СОТ і змінюється досі відповідно до взятих Україною зобов'язань.

Членство України в СОТ забезпечить такі потенційні вигоди для легкої промисловості, як зменшення тарифних і нетарифних обмежень доступу українських товарів практично на всі найважливіші товарні ринки світу за одночасного збільшення іноземних інвестицій у галузь, що дасть змогу оновити обладнання та технології виробництва товарів легкої промисловості.

Членство України в СОТ (Світова організація торгівлі) є надзвичайно важливим для української легкої промисловості з кількох ключових причин:

1. Зменшення торговельних бар'єрів: Україна, як член СОТ, має можливість домовлятися про зниження мит та інших торговельних обмежень з

іншими членами організації. Це сприяє полегшенню доступу українських товарів легкої промисловості на міжнародні ринки.

2. Захист інтелектуальної власності: СОТ встановлює стандарти та правила щодо захисту прав інтелектуальної власності. Це особливо важливо для легкої промисловості, де дизайн, бренди та патенти грають велику роль. Членство в СОТ допомагає захищати права українських виробників.

3. Регуляторна узгодженість: членство в СОТ змушує Україну гармонізувати свої закони та норми з міжнародними стандартами. Це полегшує взаємодію з іншими країнами та сприяє довірі споживачів іноземних ринків до української продукції.

4. Залучення інвестицій: членство в СОТ робить Україну більш привабливою для іноземних інвесторів. Вони більш схильні вкладати кошти в країну, де є стабільні правила гри та доступ до світових ринків.

5. Можливості експорту: СОТ відкриває для української легкої промисловості нові можливості експорту. Українські товари отримують безмитний доступ до ринків інших членів організації, що сприяє збільшенню обсягів експорту.

Узагальнюючи, членство України в СОТ робить її легку промисловість більш конкурентоспроможною, забезпечує захист прав інтелектуальної власності, сприяє розвитку міжнародної торгівлі та відкриває нові можливості для експорту, що є важливими для розвитку цієї галузі.

Аналіз участі України в міжнародних угодах, що стосуються легкої промисловості, свідчить про важливість інтеграції України в глобальні торгові відносини та зміцнення її позицій на світовому ринку. Підписання та ратифікація угод, таких як Угода про асоціацію з Європейським Союзом (Угода про Асоціацію), Спільна угода про зону вільної торгівлі Україна-Канада (CUFTA) та інші, відкривають нові можливості для української легкої промисловості.

Угода про Асоціацію з ЄС надає можливість збільшити експорт українських товарів легкої промисловості на ринок Європейського Союзу.

Зниження митних бар'єрів, захист прав інтелектуальної власності та інші положення угоди сприяють розвитку та конкурентоспроможності українських виробників. CUFTA розширює можливості експорту в Канаду, допомагає у захисті прав інтелектуальної власності та спрощує торгівельні процедури для українських підприємств легкої промисловості. Важливою є також участь України в СОТ, що відкриває доступ до багатьох світових ринків і сприяє розвитку міжнародної торгівлі.

Висновок полягає в тому, що активна участь України в міжнародних торговельних угодах є ключовим чинником розвитку легкої промисловості країни. Ці угоди допомагають збільшити обсяги експорту, розширюють ринки збуту та сприяють підвищенню конкурентоспроможності українських виробників на світовій арені.

## **Висновки до розділу 2**

У другому розділі проаналізовано структуру українського ринку легкої промисловості, а також його основні тенденції та проблеми. Визначили, що легка промисловість України стикається з рядом серйозних проблем, які обмежують її конкурентоспроможність. Застарілі технології, низька якість у порівнянні з імпортними аналогами, залежність від імпортової сировини та нерівномірна конкуренція всередині галузі - це лише деякі з труднощів. Важливим є вирішення цих питань для відновлення та розвитку легкої промисловості, зокрема шляхом модернізації виробництва, стимулювання інновацій та покращення умов конкуренції. Також враховуючи вплив війни в Україні, важливо враховувати потребу відновлення інфраструктури та ринків збуту для стабільного функціонування галузі.

Щодо місця української легкої промисловості на міжнародних ринках, то визначили, що українська легка промисловість стикається з численними викликами, такими як застарілі технології та залежність від імпорту сировини. Проте, вона має потенціал для росту та розвитку, з урахуванням доступу до ринків Європи. Перспективи включають можливість експорту та виготовлення

екологічно чистих товарів. Реформи та інвестиції можуть сприяти модернізації галузі та підвищенню її конкурентоспроможності на міжнародному рівні.

Варто зазначити, що Україна активно бере участь у торгівельних угодах, які також стосуються легкої промисловості, укладення таких угод про зони вільної торгівлі надають українським підприємствам велику кількість переваг. Важливою точкою в участі України в міжнародних торговельних угодах є відкриття нових можливостей для українських виробників легкої промисловості. Зниження митних бар'єрів, захист інтелектуальної власності та спрощення торговельних процедур допомагають розвивати і вдосконалювати виробництво. Загалом, ці торговельні угоди грають ключову роль у створенні сприятливого середовища для розвитку та зміцнення позицій української легкої промисловості на глобальній арені.

## РОЗДІЛ 3

### УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ ЛЕГКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ НА СВІТОВОМУ РИНКУ

#### **3.1. Аналіз конкурентоспроможності українських підприємств легкої промисловості**

Аналіз конкурентоспроможності українських підприємств легкої промисловості на світовому ринку включає ряд важливих аспектів, що визначають їхню успішність і можливості на міжнародній арені.

Якість та інновації продукції: ключовим фактором конкурентоспроможності є якість виробів та здатність підприємств до впровадження інновацій. Українські компанії повинні активно працювати над підвищенням якості своєї продукції, впроваджувати нові технології та дизайн, щоб відповідати сучасним тенденціям та вимогам споживачів.

Цінова конкурентоспроможність: одним із важливих чинників є конкурентоспроможність цін. Українські підприємства повинні знаходити баланс між високою якістю продукції та конкурентоспроможністю цін, щоб привертати клієнтів та забезпечувати стабільний експорт.

Розвиток екологічної та соціальної відповідальності: світова спільнота все більше звертає увагу на екологічні та соціальні аспекти виробництва. Українські підприємства, вдосконалюючи свої виробничі процеси та впроваджуючи соціально відповідальні практики, можуть підвищити свою привабливість для світових партнерів.

Гнучкість та швидкість реагування на зміни: ринкова ситуація постійно змінюється, тому підприємства повинні бути гнучкими та швидко реагувати на нові тенденції та вимоги ринку.

Загалом, успішний виступ українських підприємств легкої промисловості на світовому ринку залежить від комплексного підходу до управління якістю, інновацій, цін, екологічної та соціальної відповідальності, а також від здатності адаптуватися до швидко змінних умов ринку.

Визначимо обсяг іноземних замовлень на українську текстильну продукцію, щоб далі оцінити конкурентоспроможність українських підприємств легкої промисловості. Наразі Державна служба статистики публікує дані обсягу нових замовлень включаючи 2019 рік (табл. 3.1).

Таблиця 3.1

Обсяг нових замовлень на виробництво продукції легкої промисловості за 2016-2019 роки, млн грн

Рік	Обсяг нових замовлень на виробництво текстильної продукції	З нього обсяг іноземних замовлень	
	млн. грн	млн. грн	у % до всього обсягу
2016	5099,8	1595,2	31,3
2017	6130,1	1912,2	31,2
2018	6823,3	2128,6	31,2
2019	5363,5	1813,9	33,8

*Джерело: складено на основі [1]*

За результатами аналізу табл. 3.1 про обсяг нових замовлень на виробництво текстильної продукції в Україні можна визначити, що галузь переживає коливання у попиті. Зазначений спад у 2019 році може бути пов'язаний з різними факторами, такими як економічні умови чи зміни в міжнародних торговельних відносинах. Однак важливо відзначити, що високий відсоток іноземних замовлень свідчить про відносний успіх української текстильної продукції на світовому ринку. Це може бути результатом якісної продукції, конкурентоспроможних цін або інших конкурентних переваг, що сприяють залученню міжнародних замовлень.

На конкурентоспроможність будь-якої продукції на міжнародних ринках, впливає загальна конкурентоспроможність країни, це впливає на відношення контрагентів до продукції країни, тому розглянемо, конкурентоспроможність України за рейтингом WEF. Рейтинг WEF (World Economic Forum) - це рейтинг, який складається за індексом конкурентоспроможності, що визначається Всесвітнім економічним форумом. Цей індекс враховує різні аспекти економічної конкурентоспроможності країн та регіонів світу.

Рейтинг WEF включає в себе ряд показників, таких як інфраструктура, макроекономічна стабільність, якість вищої освіти та інші. Він призначений для



оцінки готовності країн до конкуренції на глобальному ринку та їхньої здатності до сталого економічного зростання.

Рейтинг WEF надає комплексний погляд на конкурентоспроможність країн і використовується як інструмент для порівняння економічних можливостей різних регіонів та для розробки стратегій поліпшення конкурентоспроможності.

Загалом у 2021 році, Україна посіла 57 місце у загальному рейтингу конкурентоспроможності (всього оцінювалося 64 країни), для порівняння у 2018 році Україна займала 83 місце (оцінювалося 141 країна).

Також рейтинг визначає конкурентоспроможність країни за окремими сферами, наприклад, за ринком товарів – 57 місце України в рейтингу серед усіх країн. За рівнем впровадження технологій – 78 місце, за обсягом ринку – 47 місце, за здатністю інновацій – 60 місце, за динамікою бізнесу – 85 місце (рис. 3.1).

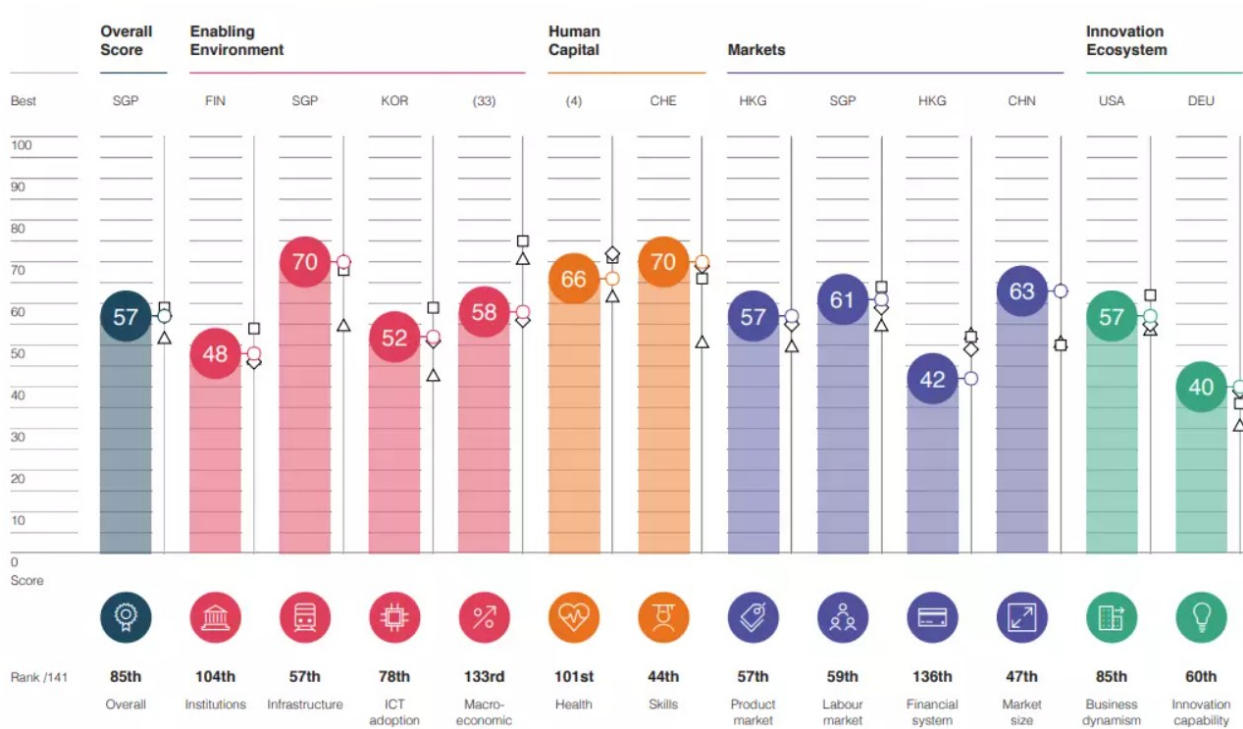


Рис. 3.1. Звіт WEF за 2021 рік за основними показниками конкурентоспроможності України

*Джерело: складено на основі [8]*

Незважаючи на деякі покращення в певних сферах, таких як рівень освіти та інфраструктура, деякі індикатори, такі як макроекономічна стабільність та фінансова система, відзначаються менш задовільними результатами. За останні кілька років країна продемонструвала певний прогрес у покращенні конкурентоспроможності, але є потреба в системних зусиллях для подальшого розвитку та збереження цього позитивного тренду.

Позиція України за світовим рейтингом конкурентоспроможності має прямий вплив на конкурентоспроможність легкої промисловості на міжнародних ринках. Зокрема, аспекти, такі як ринок праці, рівень державних інститутів та інфраструктура, можуть визначати привабливість України для іноземних інвесторів та сприяти експортному потенціалу легкої промисловості. Для покращення конкурентоспроможності цього сектору необхідно продовжувати реформи в зазначених напрямках та активно залучати іноземні інвестиції для модернізації та підвищення якості виробництва.

Доцільно проаналізувати конкурентоспроможність вітчизняних підприємств легкої промисловості на міжнародних ринках, оцінити можемо використовуючи індикативний метод. Підхід, описаний як індикативний, для визначення конкурентоспроможності використовує комплексний метод, який ґрунтується на створенні інтегрального показника. Об'єктивна оцінка конкурентоспроможності за цим підходом передбачає розробку відповідного списку факторів, що впливають на цей показник, і вирішення завдання визначення та кількісної оцінки цих факторів.

Для ідентифікації ключових факторів конкурентоспроможності підприємств легкої промисловості було проведено опитування серед керівників та фахівців з 5 підприємств цієї галузі. Результати опитування дозволили скласти список із дванадцяти основних факторів, які мають найбільший вплив, і які, взяті в сукупність, формують уявлення керівництва про конкурентоспроможність їхніх підприємств. За найвищу оцінку фактору було визначено 10 балів, а найнижчою – 1 бал. (табл. 3.2).

Оцінка конкурентоспроможності українських підприємств легкої промисловості методом семантичного диференціалу

Критерії	Неконкурентоспроможне	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Конкурентоспроможне
Асортимент продукції підприємств	Вузкий						+					Широкий
Відомість українських торгових марок	Невідомі							+				Відомі
Імідж українських підприємств	Негативний імідж							+				Позитивний імідж
Цінова політика підприємств	Недоцільна та неефективна					+						Доцільна та ефективна
Збутова політика підприємств	Недоцільна та неефективна				+							Доцільна та ефективна
Якість продукції	Низька якість продукції						+					Висока якість продукції
Відповідність міжнародним стандартам	Низька відповідність					+						Висока відповідність
Гарантії на продукції легкої промисловості	Незначні гарантії							+				Велика кількість гарантій
Кваліфікація персоналу	Низька кваліфікація					+						Висока кваліфікація
Фінансові ресурси підприємств	Низький рівень					+						Високий рівень
Матеріально-технічна база підприємств	Низький рівень				+							Високий рівень
Інноваційна діяльність українських підприємств	Низький рівень						+					Високий рівень
Оцінка конкурентоспроможності підприємства	0 – 39 балів низька конкурентоспроможність	Загальна оцінка: 67										80 – 120 балів висока конкурентоспроможність
		40 – 79 балів середня конкурентоспроможність										

*Джерело: складено автором*

Загальна оцінка конкурентоспроможності складається із суми балів за окремими критеріями. За висновками таблиці, підприємства з асортиментом

продукції та торговими марками, що відомі на міжнародному рівні, позитивним іміджем та високою якістю продукції мають високий рівень конкурентоспроможності.

Також важливими факторами є доцільна цінова та збутова політика, відповідність міжнародним стандартам, наявність гарантій та висока кваліфікація персоналу. У той час як фактори, такі як низька якість продукції, низька відповідність міжнародним стандартам та обмежені фінансові ресурси, можуть впливати на загальний рівень конкурентоспроможності. Оцінка у 67 балів вказує на середній рівень конкурентоспроможності українських підприємств на міжнародному ринку. Це може свідчити про те, що підприємства мають певні сильні сторони, які сприяють їхній конкурентоспроможності, але, ймовірно, також є області, де можна вдосконалити діяльність для покращення позицій на світовому ринку.

Зазвичай рівень конкурентоспроможності визначається за певною шкалою і може класифікуватися як низький, середній або високий. У цьому випадку рівень у 67 балів свідчить про те, що підприємства перебувають у середньому діапазоні конкурентоспроможності, і їм може бути важливо вдосконалити певні аспекти своєї діяльності для досягнення вищого рівня конкурентоспроможності на міжнародному ринку. В результаті визначимо основні проблеми українських підприємств легкої промисловості на міжнародному ринку (табл. 3.3).

Проаналізувавши проблеми українських підприємств легкої промисловості, можна зазначити, що застарілі основні активи, недостатні фінансові ресурси, відсутність інвестиційної привабливості, низька відповідність міжнародним стандартам та нестача кваліфікованих працівників впливають негативно на конкурентоспроможність.

З метою поліпшення ситуації, необхідно впроваджувати стимулюючі заходи для інвестицій, сприяти модернізації технологічної бази, вдосконалювати якість продукції та сприяти розвитку кваліфікованої робочої

сили. Такі заходи сприятимуть збільшенню конкурентоспроможності українських підприємств легкої промисловості на міжнародному ринку.

Таблиця 3.3

### Основні проблеми конкурентоспроможності підприємств легкої промисловості

Проблема	Характеристика
Застарілі основні активи українських підприємств легкої промисловості	Проблема застарілих активів призводить до низької ефективності виробництва та відстаючої технологічної бази. Це впливає на конкурентоспроможність, оскільки сучасні технології є ключовим чинником у легкій промисловості. Рекомендації включають стимулювання інвестицій через фінансові стимули, податкові пільги та сприяння партнерству з високотехнологічними компаніями.
Низький рівень фінансових ресурсів	Обмежений доступ до фінансування обмежує можливості модернізації та інновацій. Урядові заходи можуть включати створення фінансових програм для підтримки легкої промисловості та створення умов для розвитку високотехнологічних галузей.
Низька інвестиційна привабливість	Відсутність достатніх інвестицій обмежує здатність підприємства до впровадження новітніх технологій, модернізації виробничих процесів та покращення якості продукції. Відсутність інвестицій може ускладнити розширення виробничих масштабів та здатність задовольняти зростаючий попит. Необхідно сприяти створенню сприятливого інвестиційного клімату та залучення зовнішніх інвесторів через створення конкурентоспроможного бізнес-середовища.
Низька конкурентоспроможність продукції та відповідність міжнародним стандартам	Продукція, яка не відповідає високим стандартам якості та ефективності, має обмежені шанси залучити споживачів та конкурувати з іншими виробниками. Відсутність відповідності до міжнародних норм та стандартів призводить до обмеженого доступу до міжнародних ринків. Необхідно впроваджувати системи управління якістю, що відповідає міжнародним стандартам, а також інвестувати у дослідження та розвиток для вдосконалення технологій та якості продукції.
Низький рівень конкурентоспроможності економіки України	Широкомасштабні реформи для поліпшення бізнес-середовища, зменшення бюрократії та стимулювання економічного зростання можуть позитивно позначитися на конкурентоспроможності легкої промисловості в цілому. Важливо створити сприятливі умови для підприємництва та інвестицій.
Недостатня кількість кваліфікованих працівників	Відсутність кваліфікованого персоналу обмежує можливості впровадження новітніх технологій та виробничої ефективності. Необхідно розвивати системи професійної підготовки та підвищення кваліфікації працівників у співпраці з освітніми установами.

### **3.2. Світовий досвід покращення конкурентної позиції підприємств легкої промисловості**

На сучасному етапі розвитку вітчизняної машинобудівної галузі виявляються вагомий низькі показники, що свідчать про її нестабільність на внутрішньому та міжнародному ринках, а також використання неефективних та ресурсовитратних технологій. Головною причиною цього є низька конкурентоспроможність більшості підприємств та їхньої продукції. Особливо яскраво це проявилось під час фінансово-економічної кризи 2008-2010 рр., коли частина підприємств втратила свої ринкові позиції, призвело до їхньої ліквідації або суттєвого зменшення обсягів виробничо-господарської діяльності. Зокрема, деякі машинобудівні підприємства, хоча мають застаріле технічне та технологічне обладнання та недорозвинену систему менеджменту та маркетингу, проте їхні продукти є унікальними та користуються попитом на ринку.

В даному контексті виникає необхідність у чіткому визначенні поняття «конкурентоспроможність підприємства» та розрізненні його від «конкурентоспроможності продукції». Сучасна термінологічна однозначність є важливою для наукових досліджень у будь-якій галузі. Як стверджує вчений, понятійно-термінологічний апарат науки повинен бути точним, однозначним, дефінітивним та системним. У випадку з конкурентоспроможністю підприємства, важливо враховувати багатогранність та багаторівневість цього поняття, оскільки в ринкових умовах воно виступає як інтегральна характеристика господарюючого суб'єкта в контексті його відповідності об'єктивним економічним умовам.

Зазначається, що конкурентоспроможність є відносним поняттям і може бути виявлена тільки порівнюючи об'єкти серед групи підприємств, що виробляють аналогічні товари чи послуги. Отже, важливо враховувати показники порівнянності та динамічності, оскільки конкурентоспроможність підприємства не може бути розглянута як сталий показник незалежно від ефективності його діяльності.

Легка промисловість є ключовим елементом економіки будь-якої країни. Цей сектор включає в себе виробництво текстилю, одягу, взуття, текстильних матеріалів та інших пов'язаних товарів. Збереження та підтримка легкої промисловості дозволяє країні зменшити свою залежність від окремих галузей, розширюючи палітру економічних можливостей.

Конкурентоспроможність підприємства представляє собою складну та многогранну концепцію, яка відображає сукупність переваг у різних сферах (економічній, технологічній, кадровій, товарній, ринковій і ін.). Ця комбінація факторів формує стійкі позиції підприємства на ринку протягом визначеного періоду порівняно з іншими конкурентами. Спроможність конкуренції визначається ефективним використанням різноманітного потенціалу, такого як виробничий, маркетинговий, фінансовий, науково-технічний, інноваційний, кадровий та майновий, а також гнучким пристосуванням до змін оточуючого середовища, а часто – випередженням цих змін.

У значній мірі конкурентоспроможність підприємства залежить від конкурентоспроможності галузі, регіону та економіки в цілому, що формує конкурентне середовище. Останнє, в свою чергу, визначає умови, взаємодію та характер конкуренції між суб'єктами підприємницької діяльності.

Важливо зауважити, що формування конкурентоспроможності підприємства відбувається в конкретному середовищі функціонування. З цієї причини, перспективним напрямком подальших досліджень є ідентифікація пріоритетних факторів, які забезпечують конкурентоспроможність машинобудівних підприємств, з метою їхнього цілеспрямованого формування та регулювання.

Легка промисловість є великим джерелом зайнятості, особливо в країнах з економікою, що розвивається. Широкий спектр підприємств, від малих сімейних виробників до великих корпорацій, створює велику кількість робочих місць. Це важливо для соціальної стабільності та підтримки економічного зростання.

Підтримка легкої промисловості сприяє впровадженню інноваційних технологій та підвищенню конкурентоспроможності. Інвестиції в модернізацію технологічних процесів та розвиток власних брендів роблять цей сектор більш привабливим на світовому ринку і збільшують його можливості пристосування до змін в глобальному економічному середовищі.

Легка промисловість часто є ключовим гравцем на міжнародному ринку. Виробництво текстилю, одягу та інших товарів цього сектору сприяє експортному потенціалу країни, що може приносити значні доходи. Водночас, розвиток цієї галузі дозволяє країні зменшити залежність від імпорту в цих сферах, забезпечуючи економічну стійкість та контроль над власним ринком.

Саме тому доцільно розглянути міжнародний досвід покращення конкурентної позиції підприємств легкої промисловості. Спочатку розглянемо тенденції світового ринку легкої промисловості, щоб визначити лідерів даної галузі та познайомитися з їх досвідом підтримки підприємств легкої промисловості.

Доцільно розглянути основні показники світового ринку легкої промисловості (табл. 3.4). Обсяг світового ринку текстилю в 2022 році склав 1695,13 млрд доларів США, і очікується, що з 2023 до 2030 року він зростатиме на 7,6% з точки зору прибутку.

Таблиця 3.4

#### Основні показники світового ринку легкої промисловості

Показник	2022	2023*	Приріст
Обсяг ринку, млрд доларів	1695,13	1837,27	7,73%
Дохід на ринку, трлн доларів	1,53	1,74	12,06%
Чисельність компаній, млн	153,2	154,7	0,96%
Інвестування, млрд доларів	8,117	9,969	18,57%
Експорт, млрд доларів	339,12	324,47	-4,51%

*Джерело: складено автором на основі [1]*

Постійно зростаючий попит на одяг з боку індустрії моди у поєднанні зі стрімким зростанням платформ електронної комерції, сприятиме зростанню ринку протягом прогнозованого періоду. Текстильна промисловість працює за



трьома основними принципами, а саме дизайном, виробництвом і розповсюдженням різних гнучких матеріалів, таких як пряжа та одяг.

Розширення світового експорту одягу помітно уповільнилося у 2022 році, переважно через економічний спад. Тим часом експорт текстилю світу зменшився порівняно з попереднім роком, під впливом зменшеного попиту на сировину для виробництва засобів індивідуального захисту (ЗІЗ) в умовах згасання пандемії.

Загальний обсяг світового експорту одягу становив 576 млрд доларів у 2022 році, зростанням на 5 відсотків порівняно з попереднім роком, що значно повільніше вражаючого зростання на 20 % у 2021 році. Уповільнення економічного зростання плюс надзвичайна висока інфляція в основних ринках імпорту одягу, зокрема у Сполучених Штатах і країнах Західної Європи, негативно вплинули на бюджет споживачів для витрат на розкішні покупки, включаючи придбання одягу.

Експорт текстилю в світу зменшився на 4,2% у 2022 році у порівнянні з 2021 роком, склавши 339 млрд доларів, відстаючи від більшості промислових секторів. Такий вектор розвитку був зрозумілим, оскільки попит на ЗІЗ та відповідні сировини для текстилю значно зменшився з закінченням пандемії.

З таблиці видно, що у 2023 році спостерігається загальний позитивний тренд у розвитку даного ринку. Обсяг ринку зріс на 7,73%, доходи компаній збільшилися на 12,06%, інвестування в галузь зросли на 18,5%. Ці показники свідчать про стійкий розвиток і підсилення економічної активності у відповідній галузі.

Однак важливо відзначити, що існує деякий зворотний рух в експортних показниках, де спостерігається зменшення на 4,51%. Це може свідчити про тимчасові труднощі чи зміни у зовнішньому економічному середовищі, які вплинули на здатність компаній ефективно виводити свою продукцію на зовнішні ринки. Усе ж таки, загальний позитивний розвиток ринку і зростання внутрішнього споживання є позитивними сигналами для подальшого сталого розвитку даного сектору.

Також доцільно більш детально визначити найбільших виробників товарів легкої промисловості, найбільших експортерів в світі, щоб в подальшому дослідити досвід регулювання держав-лідерів даної галузі. Розглянемо найбільших виробників текстилю у 2022 році (рис. 3.2).

	Exporters	Value of exports (\$bn)	Growth rate (2021-2022)	Market shares
1	China	147.8	1.5%	43.6%
2	European Union	71.5	-2.9%	21.1%
3	India	19.4	-12.5%	7.4%
4	Turkey	14.6	-3.8%	5.7%
5	USA	13.8	5.0%	4.3%
6	Vietnam	10.8	-5.7%	4.1%
7	Pakistan	8.7	-5.4%	3.2%
8	Taiwan	8.3	-2.4%	2.6%
9	South Korea	8.3	-4.6%	2.5%
10	Japan	6.0	-3.9%	2.4%

Рис. 3.2. Топ найбільших країн експортерів текстилю у 2022 році, %

*Джерело: [9]*

У 2022 році Китай, Європейський Союз (ЄС-27) та Індія залишилися трьома лідерами-експортерами текстилю. Загалом на цю трійку припало 72,1% світового експорту текстилю в 2022 році, що є новим рекордом з 2011 року. Зокрема, Китай і ЄС у 2022 році також спостерігалось зростання експорту швидше, ніж у середньому у світі, на 7,9% і 6,9% відповідно. До того ж четверте місце найбільшого експортера займає Туреччина, яка у 2020 році обігнала Сполучені Штати. На неї припадає 5,7% ринку, що більше за 2021 рік на 1,4%. США теж показала зростання у 2022 році на 0,7% порівнюючи з 2021 роком. Додаючи, масштабних змін серед виробників на ринку легкої промисловості у 2022 році не відбулось, можемо лише зазначити, що Тайвань

обігнавши Південну Корею, опинився на 8 місці світового рейтингу з часткою ринку 2,6%.

Доцільно розглянути найбільших виробників одягу (рис. 3.3).

	Exporters	Value of exports (\$bn)	Growth rate (2021-2022)	Market shares
1	China	182.4	3.6%	31.7%
2	European Union	156.4	3.6%	27.1%
3	Bangladesh	45.3	26.6%	7.9%
4	Viet Nam	35.3	13.1%	6.1%
5	Türkiye	19.9	6.3%	3.5%
6	India	17.7	9.7%	3.1%
7	Indonesia	10.1	7.8%	1.7%
8	Cambodia	9.1	12.1%	1.6%
9	Pakistan	8.9	4.9%	1.5%
10	USA	7.2	16.7%	1.2%

Рис. 3.3. Топ найбільших країн експортерів одягу у 2022 році,%

Джерело: [9]

Китай і надалі втрачає світову частку ринку у експорті одягу, що призвело до вигод для інших провідних експортерів одягу в Азії. Зокрема, вперше Бангладеш випередив В'єтнам і посів друге місце серед найбільших експортерів одягу у світі у 2022 році.

За обсягом Китай залишався найбільшим експортером одягу у світі у 2022 році. Однак експорт одягу Китаю зріс лише на 3,6%, що менше глобального середнього в 5,0%, розмістивши Китай на останньому місці серед десяти найбільших експортерів по зростанню частки.

Світова частка Китаю в експорті одягу зменшилася до 31,7% у 2022 році, досягнувши свого найнижчого рівня з часів пандемії та значного зниження порівняно з приблизно 38%, зафіксованими з 2015 по 2018 рік. Насправді, Китай втратив частку ринку практично в усіх основних ринках імпорту одягу,

включаючи США, ЄС, Канаду та Японію. Серед основних факторів, що підштовхнули компанії модного сектору до зменшення їх «експозиції до Китаю», були стурбованість щодо ризиків примусової праці при виробництві в Китаї та погіршення відносин з США.

Отже, можемо підсумувати, що найбільшими виробниками світового ринку легкої промисловості є Китай та ЄС. Тому розглянемо досвід покращення конкурентної позиції підприємств легкої промисловості саме на прикладі країн-лідерів.

Спочатку розглянемо досвід Китаю в посиленні конкурентної позиції у легкій промисловості. Китайська національна рада з питань текстилю та одягу (CNTAC), керівний орган текстильної та швейної промисловості Китаю, нещодавно опублікувала свій 14-й п'ятирічний план, у якому детально описано цілі розвитку, стратегії зростання та пріоритетні завдання для текстильної та швейної промисловості Китаю з 2021 року до 2025 року. На відміну від більшості країн з ринковою економікою, «п'ятирічний план» є основним орієнтиром економічного розвитку Китаю. Тому компанії на мікрорівні вивчають і уважно дотримуються «п'ятирічного» плану, щоб переконатися, що їхні корпоративні бізнес-стратегії відповідають тонам і баченням, визначеним політиками.

Китай диверсифікує свій експорт одягу за межі традиційних західних ринків у відповідь на складне ділове середовище. Наприклад, з 2021 по 2022 рік країни Азії, особливо члени Регіонального всеосяжного економічного партнерства (RCEP), стали відносно більш важливими ринками експорту одягу для Китаю. Тим не менш, оскільки члени RCEP переважно складаються з економік, що розвиваються, і мають амбіції збільшити власне виробництво одягу, довгострокові перспективи зростання імпортного попиту на одяг «Зроблено в Китаї» залишаються невизначеними (рис. 3.4).

З рисунку видно, що Китай продовжує залишатися ключовим гравцем на світовому ринку експорту одягу за обсягом. Основні ринки для китайського експорту включають США, Європейський союз, Велику Британію та Канаду,

які разом складають значну частку в загальному обсязі експорту. За два роки (з 2021 по 2022 рік) ця частка зросла з 46,6% до 48,7%, що свідчить про збільшення впливу Китаю на цих ключових ринках.

### China's Apparel Export Market (by value)

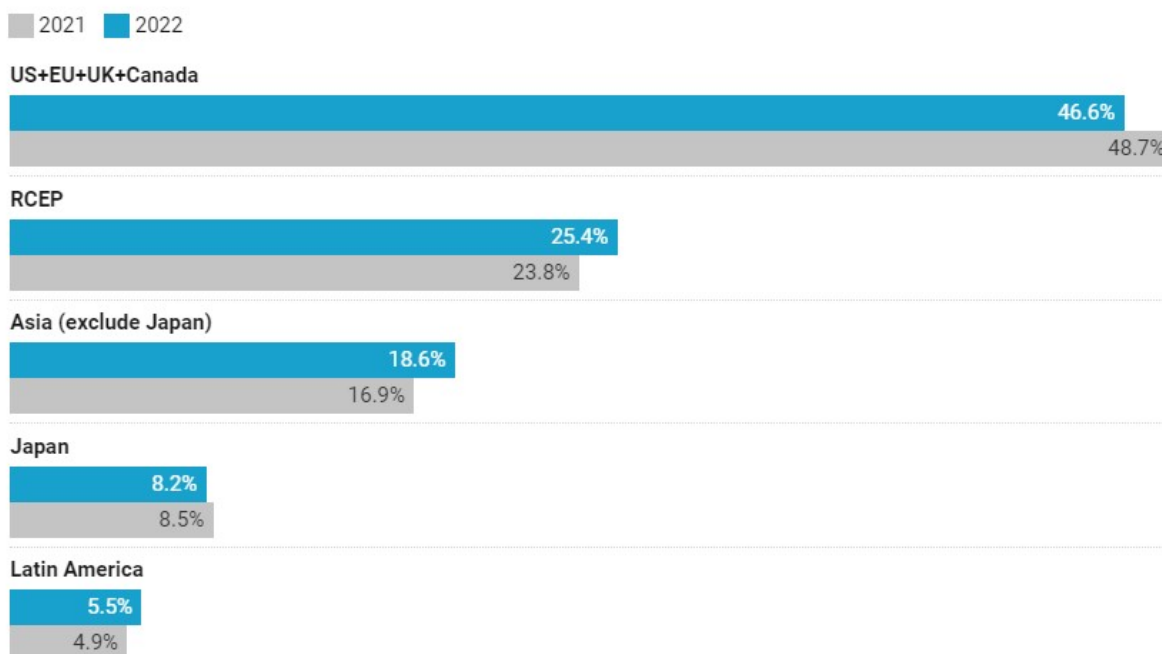


Рис. 3.4. Структура експорту Китаю товарів легкої промисловості за країнами, % [2]

У той же час, Китай також відзначається значимою присутністю в інших регіонах. Угода про регіональне економічне партнерство (RCEP) зазначає значний внесок Китаю в експорт одягу в регіоні, хоча за цей період відбулася невелика зміна (з 25,4% до 23,8%). Також варто відзначити стабільний підсумок на ринках Азії (з винятком Японії) і Японії, де частка експорту Китаю залишалася відносно незмінною. Ці дані підтверджують домінуючий статус Китаю в галузі експорту одягу та його широкий географічний розподіл у різних регіонах світу.

Розглянемо більш детально основні тенденції, щодо розвитку галузі легкої промисловості Китаю (табл. 3.5).

Усі зазначені тенденції свідчать про різноманітний та стратегічно орієнтований підхід Китаю до розвитку легкої промисловості. Країна визнає складність перспектив зростання, змінюючи акцент від масштабного

розширення до вдосконалення високотехнологічних та екологічно стійких аспектів виробництва. Розвиток внутрішнього ринку та вихід на глобальний рівень вказують на стратегію диверсифікації та глобальної конкурентоспроможності. При цьому важливою стає підвищення екологічності виробництва, що відповідає сучасним стандартам сталого розвитку.

Таблиця 3.5

## Тенденції щодо майбутнього ринку легкої промисловості Китаю

Тенденція	Характеристика
Складні перспективи зростання	Ускладнені як економічними, так і неекономічними факторами, перспективи зростання текстильної та швейної промисловості Китаю стикаються з більшою невизначеністю протягом наступних п'яти років.
«Зростання» більше не перший пріоритет	У наступні п'ять років «зростання» вже не буде пріоритетом для китайського текстильного та швейного секторів. Однак Китай не має наміру скорочувати виробничі потужності у сфері легкої промисловості або значно зменшувати їх розмір.
Підвищення високотехнологічності легкої промисловості	Китай має намір розвивати більш складну та високотехнологічну текстильну та швейну промисловість і займатися більшою доданою вартістю функцій у ланцюжку постачання. Примітно, що в останні роки, хоча частка Китаю в загальному світовому експорті одягу знизилася, Китай відіграє більш значну роль як постачальник текстилю для багатьох країн-експортерів одягу, особливо в Азії.
Розвиток внутрішнього ринку	Оскільки експортний ринок погіршився, Китай планує більше покладатися на свій внутрішній ринок для підтримки зростання текстильної та швейної промисловості. Галузеві джерела прогнозують, що річний роздрібний продаж одягу в Китаї може перевищити 415 мільярдів доларів до 2025 року (проти 347 мільярдів доларів у США).
Вихід на глобальний ринок	Китай продовжуватиме свої зусилля щодо «виходу на глобальний рівень», тобто інвестування в текстильні та швейні фабрики за кордоном, головним чином через «Ініціативу «Один пояс, один шлях». За даними СNTAC, вихідні іноземні інвестиції Китаю в текстильний і швейний сектори перевищили \$6,7 млрд з 2015 по 2020 рік. Майже \$1,8 млрд (або 26,6%) пішли в сусідні країни Південно-Східної Азії, включаючи В'єтнам, Камбоджу, Таїланд, Лаос і М'янму.
Підвищення екологічності виробництва	Китай має намір розвивати «зеленішу» та більш стійку текстильну та швейну промисловість. Однак замість того, щоб просто скорочувати забруднювачі та споживання води, Китай планує розробити модель зростання, орієнтовану на сталість, наголошуючи на таких сферах, як циклічна економіка та створення нових продуктів з доданою вартістю на основі перероблених матеріалів.

*Джерело: складено автором на основі [10]*

Підсумовуючи, можемо визначити та згрупувати основні заходи щодо підвищення конкурентоспроможності китайських підприємств легкої промисловості (табл. 3.6).

Таблиця 3.6

Заходи щодо підвищення конкурентоспроможності китайських підприємств легкої промисловості

Захід	Характеристика
Інновації та технологічний розвиток	Китай вкладає значні зусилля в запровадження інноваційних технологій у виробничий процес легкої промисловості. Це включає в себе впровадження новітніх методів виробництва та підтримку науково-дослідних робіт для поліпшення ефективності та якості продукції.
Підтримка доступності та продуктивності	Державна політика спрямована на забезпечення доступності виробничих ресурсів та підвищення продуктивності промислових підприємств. Це може включати створення сприятливих умов для залучення іноземних інвестицій, підтримку створення великих спільних підприємств та зон з пільговим оподаткуванням.
Глобальна конкурентоспроможність	Китай активно працює над збереженням та підвищенням своєї конкурентоспроможності на світовому ринку. Це включає в себе будівництво промислових та переробних заводів, а також розвиток нових ринків експорту.
Впровадження досягнень науково-технічного прогресу	Зазначено, що Китай активно впроваджує досягнення науково-технічного прогресу у виробничий процес. Це може включати автоматизацію виробничих ліній та використання передових технологій для підвищення ефективності.
Диверсифікація виробництва та модернізація	Китай прагне до диверсифікації свого виробництва та модернізації галузей легкої промисловості. Це може включати розширення асортименту виробництва та впровадження нових технологій у виробничий процес.
Розвиток внутрішнього ринку	Оскільки експортний ринок може бути певним чином непередбачуваним, Китай акцентує увагу на розвитку внутрішнього ринку. Це може бути важливим для підтримки стабільності та розвитку легкої промисловості в умовах глобальних змін.

*Джерело: складено автором*

Загалом, Китай вдається створити сприятливі умови для розвитку своєї легкої промисловості через комплексні заходи, спрямовані на підвищення конкурентоспроможності та сталий розвиток.

Далі розглянемо досвід Європейського Союзу та країн учасників у покращенні конкурентної позиції підприємств легкої промисловості. Регіон ЄС

в цілому залишається одним із провідних світових виробників текстилю та одягу (T&A). У 2019 році вартість виробництва T&A в ЄС склала 135,6 млрд євро, що приблизно на 6% менше, ніж рік тому (Примітка: Статистична класифікація економічної діяльності або NACE, сектори C13 і C14). Виробництво T&A в ЄС було розподілено майже порівну між текстильним виробництвом (69,4 млрд євро) та виробництвом одягу (66,2 млрд євро).

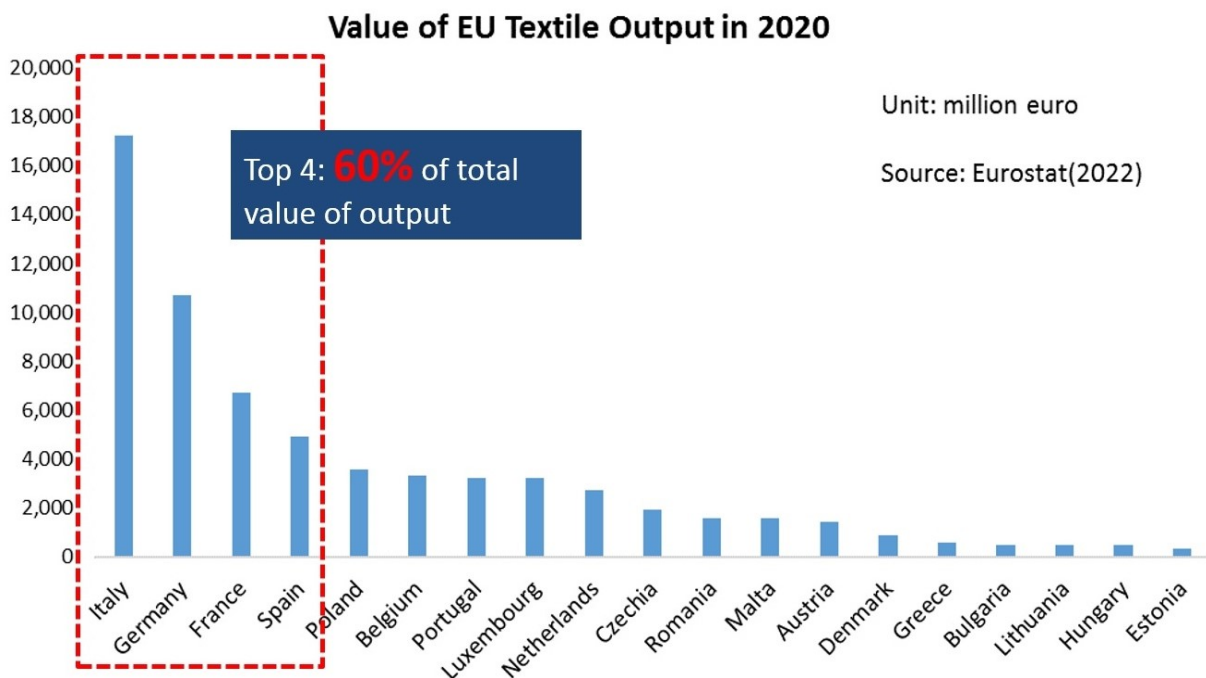


Рис. 3.5. Найбільші виробники товарів легкої промисловості в ЄС за країнами, млн. євро [9]

Щодо текстильного виробництва, на Південний і Західний ЄС, де розташовані найбільш розвинені члени ЄС, такі як Німеччина, Франція та Італія, у 2020 році припадало майже 60% текстильного виробництва ЄС. Крім того, частка загального виробництва текстилю в країнах ЄС нетканих та інших технічних текстильних виробів (сектори NACE C1395 і C1396) зросла з 20,2% у 2011 році до 23,2% у 2019 році, що відображає триваючі структурні зміни в секторі.

Виробництво одягу в ЄС включає два основні сегменти: один – це товари середньої ціни для споживання на масовому ринку, які виробляються в основному в країнах Східної та Південної Європи, що розвиваються, таких як Польща, Угорщина та Румунія, де дешева робоча сила. відносно рясні. Інша



категорія – це одяг класу люкс, який виробляють розвинені західні країни ЄС, такі як Італія, Великобританія, Франція та Німеччина.

Внутрішньорегіональна торгівля є важливою ознакою текстильної та швейної промисловості ЄС. Незважаючи на зростаючий тиск з боку економічно конкурентоспроможних азіатських постачальників, статистика UN Comtrade показує, що із загального імпорту текстилю в ЄС у 2019 році 53,8% належало до категорії внутрішньорегіональної торгівлі. Однак це може бути наслідком збільшення імпорту ЗІЗ з Азії, % внутрішньорегіональної торгівлі текстилем країн ЄС знизився до 40 % у 2020 році.

Водночас приблизно третина імпорту одягу в країни ЄС у 2019-2020 роках надходила з інших членів ЄС. Для порівняння, близько 98% одягу, що споживається в Сполучених Штатах, було імпортовано за той самий період, з яких понад 75% прибуло з Азії (Євростат, 2022; UN Comtrade, 2022).

Щодо торгівлі текстилем і одягом країн ЄС із країнами, що не входять до ЄС (тобто поза регіональна торгівля), Сполучені Штати залишається одним із провідних експортних ринків ЄС і життєво важливим постачальником текстилю (головним чином технічного та промислового текстилю). Тим часом азіатські країни, на чолі з Китаєм і Бангладеш, були домінуючою базою постачальників одягу за межами ЄС для модних брендів і роздрібних торговців ЄС. Туреччина була ще однією важливою базою постачання одягу для модних компаній ЄС. Немає ознак того, що COVID-19 змінив структуру торгівлі.

За даними Європейської федерації одягу та текстилю (Euratex) , текстильна та швейна промисловість ЄС продовжує одужувати від COVID-19. Наприклад, до кінця 2022 року вартість виробництва текстилю та одягу вже досягла свого допандемічного рівня. Однак Euratex попереджає, що текстильна та швейна промисловість ЄС все ще стикається зі значними проблемами через уповільнення економіки, що призводить до зростання витрат на енергію. російсько-української війни та високої інфляції.

Щодо заходів посилення конкурентної позиції підприємств легкої промисловості ЄС, то держава активно приймає участь у цих процесах,

наприклад, фінансує проекти зі створення нових текстильних товарів. Розглянемо більш детально досвід підвищення конкурентоспроможності країн Європейського Союзу (табл. 3.7).

Таблиця 3.7

Заходи щодо підвищення конкурентоспроможності європейських підприємств  
легкої промисловості

Захід	Характеристика
Фінансування проектів створення нових товарів і розширення застосування технічного текстилю	Цей захід передбачає виділення фінансових ресурсів для наукових досліджень і розробок нових текстильних продуктів та технічних рішень. Гроші можуть використовуватися для створення інноваційних матеріалів, які мають нові властивості, або для розширення використання текстилю у виробництві в інших галузях, наприклад, медицині, автомобільній промисловості або будівництві.
Видача грантів на розробку нових технологій і продуктів	Цей захід передбачає надання грантів підприємствам та науковим установам для реалізації проектів з розробки нових технологій та продуктів у галузі легкої промисловості. Гранти можуть використовуватися для вивчення та впровадження новітніх виробничих методів, підвищення якості продукції та розширення асортименту товарів.
Фінансування інфраструктурних проектів у кластерах	Це означає надання фінансової підтримки інфраструктурним проектам, спрямованим на розвиток кластерів легкої промисловості. Це може включати створення центрів колективного доступу для об'єднання ресурсів, розвиток інженерної та транспортної інфраструктури, а також будівництво житлових об'єктів для робочої сили.
Організаційна підтримка	Цей захід полягає в створенні спеціальних організацій чи агентств, які надають консультації та підтримку підприємствам у вирішенні різних організаційних питань, від управління до маркетингу.
Відповідність міжнародним стандартам якості	Цей захід передбачає встановлення високих стандартів якості для виробленої продукції, що сприяє визнанню на міжнародному рівні та підвищує конкурентоспроможність на ринку.
Впровадження досягнень науково-технічного прогресу	Цей захід означає активне впровадження новітніх технологій та інновацій у виробничий процес, що дозволяє підприємствам залишатися на передових позиціях в галузі.
Диверсифікація виробництва та його модернізація з урахуванням екологічних проблем	Це передбачає розширення асортименту виробництва та його адаптацію до сучасних екологічних стандартів для забезпечення сталого розвитку. Екологічне виробництво товарів легкої промисловості - це підхід до виробництва, який ставить за мету зниження негативного впливу промисловості на навколишнє середовище.
Створення інтегрованих текстильних парків	Цей захід спрямований на підтримку малих та середніх підприємств у галузі легкої промисловості. Текстильні парки надають фінансову підтримку та інфраструктуру для спільного

використання, сприяючи розвитку та об'єднанню інвестицій.
---

*Джерело: складено автором*

Отже, можна підсумувати, що заходи, спрямовані на підвищення конкурентоспроможності підприємств легкої промисловості в країнах ЄС, виявляють великий акцент на сталому та екологічно відповідальному виробництві. Фінансування проектів для створення нових товарів і розширення застосування технічного текстилю, видача грантів на розробку нових технологій та продуктів, а також фінансування інфраструктурних проектів в кластерах вказують на важливість інновацій та використання передових технологій.

Такий комплекс заходів не лише сприяє підвищенню конкурентоспроможності підприємств, але й відповідає сучасним вимогам сталого розвитку та збалансованого виробництва.

Також розглянемо досвід США у підтримці підприємств, що працюють на ринку легкої промисловості. Спочатку необхідно описати структуру експорту США, загальний обсяг експорту текстильної і одягової продукції зменшився з 21,734 мільйонів доларів у 2016 році до 18,845 мільйонів доларів у 2020 році. У 2022 році вартість поставок штучного волокна, текстилю та одягу в США склала приблизно 65,8 мільярда доларів США порівняно з 64,04 мільярда доларів США у поставках у 2021 році (рис. 3.6).



Рис. 3.6. Обсяг експорту товарів легкої промисловості в США, млрд доларів

*Джерело: [11]*

Експорт із США також зріс порівняно з 2021 роком. Експорт волокон, текстилю та одягу становив 34 мільярди доларів у 2022 році порівняно з 28,4 мільярдами доларів у 2021 році. Капітальні витрати залишаються високими. Інвестиції у виробництво пряжі, тканин, одягу та швейних виробів у 2021 році - остання доступна цифра - досягли 2,27 мільярда доларів у 2021 році порівняно з 1,85 мільярда доларів у 2020 році.

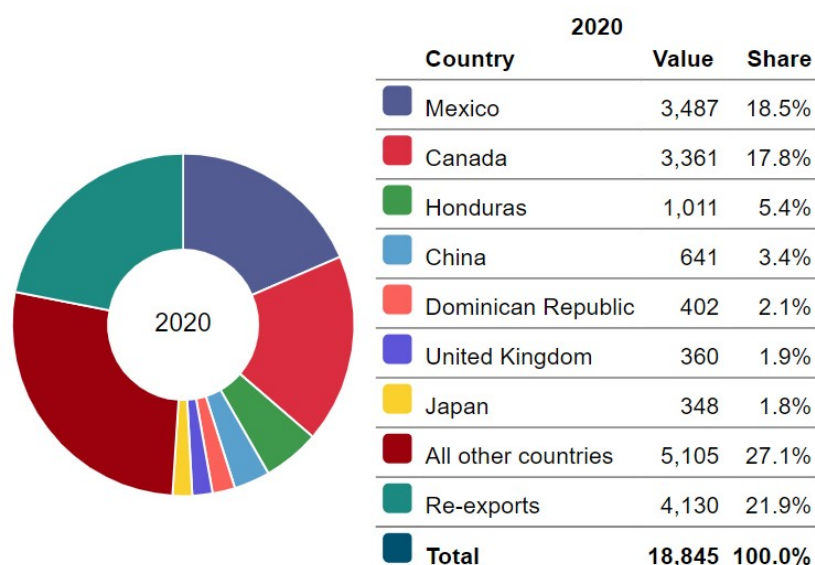


Рис. 3.7. Структура експорту США товарами легкої промисловості за країнами у 2020 році, % [11]

З вищенаведеного рисунку 3.7 видно, що Мексика та Канада є основними торговельними партнерами для США у сфері текстильної і одягової продукції, їхня частка становить відповідно 18,5% та 17,8%, вони складають значну частку експорту зазначених товарів. Також з рисунку видно, що Китай, який традиційно вважається одним з основних гравців у текстильній галузі, відзначається невеликим обсягом експорту, що складає 3,4% від усього обсягу експорту США в 2020 році.

Реекспорт (експорт імпортованих товарів) складає вражаючу частку в обсязі експорту – 21,9%. Це може свідчити про значущий обсяг обробки та відправлення імпортованих текстильних та одягових товарів. Ланцюжок постачання в Західній півкулі залишається ключовим рушієм зростання галузі

та життєво важливим рушієм економіки для текстильного та швейного секторів.

США має річну двосторонню торгівлю із Західною півкулею на 39,8 млрд доларів, що становить 18,4% зростання за останні п'ять років, що підтримує 2 мільйони прямих робочих місць у всьому ланцюжку постачання. Торговельні потоки залишалися позитивними та зростали, незважаючи на три роки збоїв у постачанні через пандемію.

Експорт текстилю та одягу США до Західних країн світу зріс на 14,9% до 18 мільярдів доларів у 2022 році порівняно з п'ятьма роками тому, у 2017 році. Так само продовжує зростати імпорт одягу та текстилю до Сполучених Штатів із Західної півкулі. Цей імпорт із усього регіону до Сполучених Штатів зріс на 21,4% до 21,8 млрд доларів за той самий період часу.

Щодо політики підтримки США галузі легкої промисловості, то в США існують різні програми та ініціативи з підтримки підприємств легкої промисловості. Деякі з них використовуються для стимулювання інвестицій, модернізації та підтримки експорту в цьому секторі:

1. Manufacturing Extension Partnership (MEP): MEP – це програма, яка надає консультації та підтримку малому та середньому бізнесу у галузі виробництва, включаючи легку промисловість. Вона допомагає підприємствам вдосконалити свої виробничі процеси, збільшити ефективність та конкурентоспроможність.

2. Export-Import Bank of the United States (EXIM): EXIM надає фінансову підтримку американським підприємствам для розвитку їхнього експортного потенціалу. Вони можуть забезпечити страхування та фінансування для експортних угод.

3. Advanced Technology Program (ATP): Ця програма сприяє розвитку та впровадженню передових технологій у виробництві, включаючи легку промисловість. Вона фінансує дослідження та розробки, спрямовані на підвищення конкурентоспроможності підприємств.

4. Small Business Administration (SBA): SBA надає різні програми для підтримки малого бізнесу, включаючи ті, що можуть бути корисні для підприємств легкої промисловості. Це може включати гранти, кредити та консультаційну підтримку.

5. National Institute of Standards and Technology (NIST) Manufacturing USA: NIST сприяє створенню та підтримці інноваційних інститутів, в яких підприємства можуть співпрацювати з університетами та дослідницькими установами для розвитку нових технологій та процесів виробництва.

Ці програми спрямовані на різні аспекти розвитку та підтримки підприємств легкої промисловості в США. Підприємства можуть користуватися цими ресурсами для збільшення ефективності свого виробництва, розширення експортних можливостей та підвищення конкурентоспроможності.

Українські підприємства можуть взяти на увагу досвід країн ЄС, Китаю та США для підвищення своєї конкурентоспроможності в легкій промисловості на міжнародних ринках. Заходи, які успішно застосовуються в країнах ЄС, такі як фінансування інновацій, підтримка технічного розвитку та врахування сталості та екологічних питань, можуть бути корисними для українських підприємств.

З китайського досвіду важливими можуть бути стратегії розвитку високотехнологічного виробництва, розширення експортних ринків і вихід на глобальну арену, а також увага до інновацій та виробництва продукції з високою доданою вартістю.

### **3.3. Політика підтримки вітчизняного виробника на ринку продукції легкої промисловості**

Доцільно розглянути, які заходи вживає український уряд для підтримки галузі легкої промисловості. 16 лютого 2022 року Кабінетом Міністрів України було затверджено план заходів з підтримки легкої промисловості України на 2022-2024 роки, але війна повністю змінила назначений план дій. Розглянемо, що включав в себе план заходів щодо підтримки легкої:

- податкова стимуляція для легкої промисловості;
- локалізація для публічних закупівель;
- фінансування модернізації підприємств легкої промисловості;
- фінансування імпорту обладнання;
- експортне фінансування галузі легкої промисловості;
- детінізація товарообігу;
- підтримка купівельної спроможності українських домогосподарств;
- участь у виставках та торговельних делегаціях українськими підприємствами легкої промисловості;
- ефективне використання коштів державного бюджету у сфері підготовки та перепідготовки кадрів для легкої промисловості;
- державна підтримка купівлі обладнання;
- митний контроль товарів легкої промисловості.

За планом затвердженим Кабінетом Міністрів з підтримки української легкої промисловості планували включати податкову стимуляцію, локалізацію для публічних закупівель, фінансування модернізації та імпорту обладнання. Очікувалося тимчасове звільнення від податків на імпорт устаткування та спорядження, а також спрямування податку на прибуток на розвиток. Щодо публічних закупівель, планувалося розширення вимог до локалізації, що сприятиме виробництву в Україні.

Додатково, вивчалася можливість фінансування модифікації та модернізації підприємств через державні гарантії на кредити, сприяючи підвищенню конкурентоспроможності. Також розглядалося питання обмеження на фінансування імпорту обладнання для легкої та текстильної промисловості з метою збільшення виробництва.

З метою підтримки експорту, розроблялася програма кредитування для підприємств, що виробляють товари легкої та текстильної промисловості. Зменшення тіньового товарообігу, у тому числі роздрібною торгівлю та імпорту «секонд-хенд», є ще однією важливою метою заходів, спрямованих на детінізацію товарообігу.

Проведення тестової програми підтримки купівельної спроможності українських підприємств та домогосподарств повинна стати стимулом для реалізації виробів легкої промисловості вітчизняного виробництва на внутрішньому ринку. Участь у міжнародних торговельних виставках та делегаціях допоможе збільшити експорт текстильної продукції та надання послуг з переробки текстильної сировини. Також була визначена необхідність ефективного використання коштів державного бюджету для підготовки та перепідготовки кадрів передбачає пріоритетне впровадження дуальної професійної освіти, що сприятиме якісній підготовці робітничих кадрів та збільшенню пропозиції на ринку праці. Запровадження програми державної підтримки для купівлі обладнання має на меті створення нових виробництв за рахунок придбання сучасного обладнання.

Напрямок митного контролю на товари легкої промисловості є ключовим для забезпечення чесної конкуренції на внутрішньому ринку. Загалом, цей комплекс заходів спрямований на стимулювання розвитку та підтримку легкої промисловості в Україні, збільшення її конкурентоспроможності та розвитку експортної діяльності.

На початку 2022 року в Україні розпочалася повномасштабна війна, що суттєво вплинула на виконання плану заходів з підтримки легкої промисловості, затвердженого Кабінетом Міністрів на період 2022-2024 років. За таких надзвичайних умов військового конфлікту економічний і промисловий сектор країни стикається з рядом викликів та труднощів. Війна призвела до значних обмежень в економічних можливостях, втрати людських ресурсів і інфраструктури, а також змін у зовнішньоекономічних відносинах. Зокрема, можливість виконання плану заходів, спрямованих на підтримку легкої промисловості, стала надзвичайно обмеженою через фінансові, соціальні та інші труднощі, пов'язані з веденням війни. Українські підприємства, зокрема ті, що спеціалізуються на легкій промисловості, змушені адаптуватися до складної ситуації та шукати нові шляхи для виживання в умовах воєнного конфлікту.



Але варто зазначити, що текстильна промисловість, з початком повномасштабної війни в країні, постраждала найменше серед інших галузей – всього 2,1 млн доларів збитків. Наприклад, нафтопереробна галузь отримала збитків на 43,6% (3548,5 млн дол) від загального обсягу збитків. Галузь виробництва металів отримала збитків – 27,1% (2204,5 млн дол) від всього обсягу збитків промисловості.

Для визначення подальших рекомендацій для уряду та бізнесу щодо політики підтримки ринку легкої промисловості, розглянемо стратегію ЄС щодо текстильної промисловості, оскільки найбільша частка українського експорту товарів легкої промисловості припадає саме на країни ЄС.

Зустріч української делегації Асоціації «Укрлегпром» з представниками Єврокомісії в Брюсселі та обговорення стратегії «EU Strategy for Sustainable and Circular Textiles» свідчать про важливість співпраці між Україною та Європейським Союзом у текстильній галузі. Стратегія, визначена Єврокомісією, враховує виклики, з якими стикається сучасна текстильна промисловість, включаючи агресію Росії проти України.

Стратегія має на меті зробити текстильну продукцію, що постачається на ринок ЄС, довговічною, придатною для вторинної переробки, та виготовленою з дотриманням екологічних та соціальних стандартів. Зокрема, вона спрямована на зменшення впливу текстильної індустрії на клімат, споживання води, енергії та навколишнє середовище.

Для текстильної промисловості України важливо враховувати ці стратегічні зміни, щоб адаптувати свої практики до сучасних вимог щодо сталості та циркулярності. Співпраця з Європейським Союзом може стати ключовим чинником в побудові стійкої текстильної індустрії та розвитку екологічно відповідальних підходів до виробництва.

Запровадження стратегії «EU Strategy for Sustainable and Circular Textiles» є ключовим для забезпечення сталого розвитку текстильної промисловості в Європейському Союзі. Стратегія орієнтована на зменшення впливу текстильного виробництва на навколишнє середовище та сприяння стійкості та

прозорості в ланцюжку створення вартості. Незважаючи на цільові переваги, важливо враховувати економічні реалії та конкурентоспроможність підприємств, зокрема в умовах зростання цін на енергоресурси та глобальні торговельні труднощі.

У зв'язку з війною в Україні та іншими геополітичними факторами, викликами стають не лише екологічні та соціальні аспекти, але й гнучкість підприємств у змінних умовах. Важливо, щоб впровадження стратегії враховувало ці реальності та надавало підтримку компаніям для адаптації до нових вимог.

Необхідно розробити реалістичний графік та уважно розглянути кожен законодавчий акт, щоб мінімізувати витрати для малого та середнього бізнесу. Ключовою є також інформування та підтримка текстильних компаній для виконання нових стандартів, включаючи фінансування для інновацій, цифрової трансформації та розвитку навичок працівників. Зазначається, що успіх стратегії залежить від створення попиту на стійкі та високоякісні текстильні вироби, яке може бути забезпечено за умови реальних стимулів для споживачів та державних закупівель. Глобальний вимір текстильної промисловості також повинен бути врахований, особливо у контексті розвитку онлайн-продажів та регулювання ринку.

Отже, проаналізувавши конкурентоспроможність українських підприємств легкої промисловості на міжнародних ринках, розглянувши досвід провідних світових виробників в галузі легкої промисловості, розглянувши наявні українські плани, щодо підтримки ринку легкої промисловості, можемо розробити деякі рекомендації для українського уряду (табл. 3.8).

Таблиця 3.8

Рекомендації для уряду та бізнесу щодо політики підтримки ринку легкої промисловості

Рекомендації	Деталі
Стимулювання інвестицій та модернізація	Стимулювання інвестицій та модернізація є ключовими аспектами стратегії для підвищення конкурентоспроможності українських підприємств легкої промисловості. Для ефективної реалізації цих цілей рекомендується наступні заходи.

	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Впровадження фінансових стимулів, таких як субсидії чи дотації на модернізацію та впровадження передових технологій. Застосування податкових пільг для підприємств, які інвестують у вдосконалення виробничих процесів та технологій.</li> <li>2. Стимулювання партнерства та співпраці між українськими підприємствами легкої промисловості та високотехнологічними компаніями для обміну досвідом та доступу до передових технологій.</li> <li>3. Виділення бюджетних коштів для досліджень та розробок в легкій промисловості з метою створення інноваційних продуктів та виробничих методів.</li> <li>4. Зменшення бюрократичних бар'єрів та спрощення процедур для залучення інвестицій, щоб зробити інвестиційний клімат більш привабливим для іноземних та внутрішніх інвесторів.</li> </ol>
--	---

## Продовження таблиці 3.8

Рекомендації	Деталі
Використання досвіду провідних світових виробників товарів легкої промисловості	<p>Використання досвіду провідних світових виробників товарів легкої промисловості, таких як Європейський союз (ЄС), Сполучені Штати Америки (США) та Китай, є ключовою рекомендацією для підвищення конкурентоспроможності українських підприємств у цьому секторі. Врахування досвіду цих гравців може сприяти ефективному впровадженню інновацій, підвищенню якості продукції та відповідності міжнародним стандартам.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Удосконалення систем управління якістю відповідно до європейських стандартів дозволить українським підприємствам піднятися на новий рівень конкурентоспроможності.</li> <li>2. Сприяння партнерству між урядом, навчальними закладами та приватним сектором, що є однією з особливостей американського досвіду, сприятиме розвитку кваліфікованої робочої сили та стимулюванню інновацій.</li> <li>3. Вивчення китайського досвіду в масовому виробництві та оптимізації ланцюга постачання може допомогти українським підприємствам збільшити виробничі масштаби та покращити ефективність.</li> </ol> <p>Узагальнюючи, перенесення досвіду провідних гравців легкої промисловості дозволить Україні піднятися на вищий рівень конкурентоспроможності, адаптувати передові технології та стандарти, забезпечити стійке виробництво та відповідати вимогам світового ринку.</p>
Розвиток інфраструктури та освіти	<p>Уряд повинен інвестувати у розвиток інфраструктури та освіти, зокрема, в системи професійної підготовки та підвищення кваліфікації працівників. Це сприятиме збільшенню кваліфікованої робочої сили та підвищенню рівня технічної готовності підприємств.</p>
Створення сприятливого економічного клімату	<p>Уряд повинен проводити широкомасштабні реформи для поліпшення бізнес-середовища, зменшення бюрократії та стимулювання економічного зростання. Створення сприятливих умов для підприємництва та інвестицій є ключовим для</p>

	підвищення конкурентоспроможності економіки в цілому.
Перегляд плану підтримки Кабінету Міністрів	Ураховуючи зміну політичної та економічної ситуації, Кабінет Міністрів України повинен переглянути план підтримки легкої промисловості. Новий план повинен враховувати виклики, що виникають у зв'язку з геополітичними та економічними змінами, та спрямовуватися на створення сприятливого бізнес-середовища, інновацій та підтримки малого та середнього бізнесу.
Дотримання стратегії ЄС, як найбільш пріоритетного міжнародного ринку	Оскільки ЄС є найбільш пріоритетним міжнародним ринком, українським підприємствам слід активно враховувати та дотримуватися «EU Strategy for Sustainable and Circular Textiles». Адаптація до стандартів та вимог ЄС може відкрити доступ до нових ринків та сприяти розвитку.
Упровадження за світовими стандартами механізмів захисту прав інтелектуальної власності та авторських прав	Легіслятивні зміни: Рекомендується удосконалення та адаптація внутрішнього законодавства до міжнародних стандартів охорони інтелектуальної власності. Це може включати в себе перегляд і підвищення штрафів за порушення прав власності та активну боротьбу з підробкою. Судова система: Створення ефективної та швидкої судової системи для вирішення справ з порушення інтелектуальної власності, а також надання підтримки інноваційним підприємствам у судових питаннях. Освіта та інформаційна кампанія: Запровадження освітніх програм для підприємців та громадськості щодо важливості інтелектуальної власності, а також проведення інформаційних кампаній з протидії підробці та піратству.
Створення системи співпраці між приватним сектором і державою	Створення Інноваційних Партнерств: Утворення механізмів співпраці між приватними компаніями та урядовими органами для спільного вирішення важливих інноваційних завдань. Фінансова Підтримка: Надання фінансових стимулів, грантів та податкових пільг для підтримки проектів, які сприяють інноваціям та вирішують важливі національні завдання. Створення Інноваційних Центрів: Розвиток та підтримка інноваційних центрів, де б компанії могли співпрацювати з урядовими агенціями для впровадження передових технологій та розвитку новаторських продуктів. Стандарти Інформаційного Обміну: Розробка стандартів та механізмів для обміну інформацією між приватними компаніями та урядовими органами для ефективного вирішення інноваційних завдань.

*Джерело: складено автором*

Запровадження наданих рекомендацій для українських підприємств легкої промисловості є важливим стратегічним кроком для підвищення конкурентоспроможності на міжнародному ринку. Це сприятиме модернізації виробництва, відповідності світовим стандартам, інноваціям та збільшенню якості продукції.

Стимулювання інвестицій, використання досвіду провідних світових гравців, дотримання стратегії ЄС, та підтримка економічного зростання через

створення сприятливого бізнес-середовища та перегляд плану підтримки Кабінету Міністрів стануть ключовими факторами у забезпеченні сталого розвитку та успіху української легкої промисловості.

Отже, підсумовуючи у світлі сучасних викликів та можливостей у легкій промисловості, рекомендації для уряду та бізнесу набувають важливого значення для створення стійкого та конкурентоспроможного сектору.

Запровадження фінансових стимулів для інвестицій та модернізації, використання досвіду провідних гравців галузі, дотримання стратегії ЄС та створення сприятливого економічного клімату є критичними для досягнення високих стандартів виробництва, інновацій та відповідності світовим ринковим тенденціям. При цьому, перегляд плану підтримки та впровадження заходів щодо захисту інтелектуальної власності та співпраці між секторами визначають напрямки для сталого розвитку української легкої промисловості.

Запровадження цих рекомендацій має стратегічне значення для українських підприємств легкої промисловості, оскільки вони сприяють підвищенню конкурентоспроможності, адаптації до світових стандартів та забезпеченню сталого розвитку.

Сприяючи інвестиціям та модернізації, використовуючи досвід світових лідерів та дотримуючись стратегії ЄС, Україна може покращити якість виробництва та забезпечити відповідність екологічним та етичним стандартам. Ключовою точкою є також сприяння інновацій через співпрацю між секторами та створення сприятливого економічного середовища, що визначатиме успіх українського текстильного та одягового ринку в міжнародному контексті.

### **Висновки до розділу 3**

У третьому розділі розглянули конкурентоспроможність українських підприємств легкої промисловості на міжнародному ринку. Визначили, що вказані аспекти, такі як застарілі основні активи, фінансові обмеження, відсутність інвестицій та нестача кваліфікованих кадрів, справді визначають складність ситуації в українській легкій промисловості. Впровадження

стимулюючих заходів для інвестицій, модернізації технологій і підвищення якості продукції є важливими етапами для підвищення конкурентоспроможності на міжнародному ринку. Однак успіх таких ініціатив вимагатиме ретельного управління та співпраці між урядом, підприємствами та освітніми інституціями для забезпечення сталого інноваційного розвитку та привабливості для інвесторів.

Також розглянули світовий досвід покращення конкурентної позиції підприємств легкої промисловості на прикладі Китаю, США та ЄС. Використання досвіду країн ЄС, Китаю та США становить ключовий елемент стратегії підвищення конкурентоспроможності українських підприємств легкої промисловості на міжнародних ринках. Приділення уваги фінансуванню інновацій, технічному розвитку, а також врахування сталості та екологічних аспектів за європейським зразком може сприяти підняттю якості продукції. Зазначений китайський досвід, що включає стратегії високотехнологічного виробництва та розширення експортних ринків, може вдатно використовуватися для підвищення глобальної конкурентоспроможності українських підприємств. Крім того, адаптація програм та ресурсів, які успішно застосовуються в США, може сприяти розвитку виробництва та збільшенню ефективності українських компаній у легкій промисловості.

До того ж, у даному розділі запропонували рекомендації українському уряду щодо політики підтримки ринку легкої промисловості, враховуючи ситуацію в країні, яка склалася через початок повномасштабного вторгнення з боку росії та нестабільності політично-економічної ситуації.

## ВИСНОВОК

За результатами кваліфікаційної роботи можна зробити висновки: теоретичні основи формування ринків споживчих товарів, отримані знання про теоретичні основи формування ринків споживчих товарів виявилися ключовими для розуміння механізмів їхньої структури та функціонування. Огляд літератури надав необхідну базу для подальших аналізів, дозволяючи визначити ключові аспекти формування ринків споживчих товарів.

Аналіз сучасного стану ринку легкої промисловості в Україні розкрив важливі аспекти щодо структури, учасників та тенденцій цієї галузі. Я проаналізувала, які проблеми та перспективи сприятимуть розробці стратегій для підвищення конкурентоспроможності легкої промисловості України на світовому ринку.

Управління конкурентоспроможністю українських підприємств легкої промисловості на світовому ринку розглядає стратегії та інструменти, що допомагають українським підприємствам легкої промисловості пристосовуватися до глобальних тенденцій та підвищувати їхню ефективність на світовому ринку. Висновки роботи слугують основою для розробки конкретних стратегій управління.

Кваліфікаційна робота спрямована на подальшу розробку конкретних стратегій управління. Розуміння та впровадження цих стратегій дозволить українським підприємствам не лише залишатися конкурентоспроможними на глобальному ринку, але і зміцнювати своє становище, впроваджуючи інновації,

підвищуючи якість продукції та забезпечуючи сталий розвиток. Даний аналіз слугує важливим інструментом для визначення оптимальних шляхів розвитку та реалізації потенціалу української легкої промисловості в умовах глобальних викликів та можливостей.

Серед виявлених проблем виділяються питання структури ринку, взаємодії учасників галузі, а також реагування на глобальні тенденції.

Зокрема, аналіз показав, що важливими викликами є нестабільність структури ринку та недостатнє інноваційне розвиток галузі. Проте водночас виявлені перспективи, такі як потенціал для вдосконалення виробничих процесів та розширення асортименту продукції.

Дипломна робота, присвячена управлінню конкурентоспроможністю українських підприємств легкої промисловості на світовому ринку, ключові стратегії та інструменти, які можуть сприяти успішному вирішенню визначених завдань. Підкреслено важливість адаптації до глобальних тенденцій та підвищення ефективності діяльності компаній на світовому ринку.

Враховуючи висновки даного дослідження, важливо розробити та впровадити конкретні стратегії управління для підвищення конкурентоспроможності легкої промисловості України. Це включає в себе впровадження інновацій, підвищення якості продукції, розвиток ефективної маркетингової стратегії та активну участь у глобальних бізнес-мережах.

Загальний висновок полягає в тому, що ретельний аналіз та правильне управління дозволять українській легкій промисловості не тільки вирішувати існуючі проблеми, а й використовувати нові можливості для стабільного розвитку та конкурентоспроможності на світовому ринку.

Загалом, дослідження кваліфікаційної роботи взаємодіють для створення комплексного уявлення про функціонування ринків споживчих товарів та легкої промисловості в Україні, що сприятиме розробці ефективних стратегій для підвищення конкурентоспроможності українських підприємств на світовому ринку.



## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Вайнер Дж. Економіка грошей, за тарифами і торгівлею/ Пер. з англ. С. Панчішин, Г. Стаблій, А.Стасшин. – К.: Основи, 1998.
2. Рікардо Д. Початок політичної економіки та податків /Д.Рікардо/ економічна класика. І.А.Столярова/ Пер.з англ. – «Еконов», «Ключ», 1993.-475с
3. Balassa B. Trade liberalization and Reveal Comparative Advantage // B. Balassa / Manchester School of Economic and Social Studies. – 1965. – Vol. 36. – P. 78–101.
4. Smyt A. Yssledovanye o pryrode y prychnakh bohat'stva narodov/ A. Smyt / Antolohyya ekonomycheskoy klassyky. Predyslovye Y. A. Stolyarova. – М. : МР «ЭКОНОВ», «КЛУЧ», 1993. – 475 с.
5. Marshall A. Pryntryery ekonomycheskoy nauky : v 3 t. / A. Marshall. –М. : Prohress : Unyvers, 1993. – Т. I – III.
6. Офіційний сайт Державної статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення 10.10.2023).
7. Дія Бізнес. Експортний напрям. Торговельні угоди. URL: [https://export.gov.ua/50-torgovelni\\_ugodi](https://export.gov.ua/50-torgovelni_ugodi) (дата звернення 10.10.2023).
8. Офіційний сайт Міністерства економіки України. URL: <https://www.me.gov.ua/?lang=uk-UA> (дата звернення 10.09.2023).
9. Офіційний сайт Державної митної служби. URL: <https://customs.gov.ua/> (дата звернення 10.09.2023).
10. Офіційний сайт Укрлегпром. URL: <https://ukrlegprom.org/ua/> (дата звернення 10.09.2023).

11. Just Style: The plan for China textiles and apparel over the next 5 years. URL: <https://www.just-style.com/features/the-plan-for-china-textiles-and-apparel-over-the-next-5-years/> (дата звернення 05.09.2023).
12. United States International Trade Commission: Textiles and Apparel. URL: [https://www.usitc.gov/research\\_and\\_analysis/tradeshifts/2020/textiles.htm](https://www.usitc.gov/research_and_analysis/tradeshifts/2020/textiles.htm)(дата звернення 11.09.2023).
13. World Economic Forum: Annual Report 2021-2022. URL: <https://www.weforum.org/publications/annual-report-2021-2022/> (дата звернення 25.09.2023).
14. FASH455 Global Apparel & Textile Trade and Sourcing. URL: <https://shenglufashion.com/> (дата звернення 28.09.2023).
15. Outlook for China's Textile and Apparel Industry (2021-2025). URL: <https://shenglufashion.com/2021/06/25/outlook-for-chinas-textile-and-apparel-industry-2021-2025/> (дата звернення 29.09.2023).
16. EU Textile and Apparel Industry and Trade Patterns (Updated November 2023). URL: <https://shenglufashion.com/2022/12/02/eu-textile-and-apparel-industry-and-trade-patterns/> (дата звернення 29.09.2023).
17. Європейська комісія представила своє бачення майбутнього текстильної промисловості. URL: <https://ukrlegprom.org/ua/news/english-persha-richnuczya-tekstylnoyi-strategiyi-yes-svyatkuvannya-chy-vtraty/> (дата звернення 02.10.2023).
18. Про затвердження плану заходів з підтримки легкої промисловості України на 2022-2024 роки. URL: <https://www.kmu.gov.ua/npas/pro-zatverdzhennya-planu-zahodiv-z-pidtrimki-legkoyi-promislovosti-ukrayini-na-20222024-t160222> (дата звернення 05.10.2023).
19. Textile World: 2023 State of The U.S. Textile Industry. URL: <https://www.textileworld.com/textile-world/features/2023/05/2023-state-of-the-u-s-textile-industry/> (дата звернення 07.10.2023).
20. Grand View Research: U.S. Textile Market Size, Share & Trends Analysis. URL: <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/us-textile-market-report> (дата звернення 07.10.2023).

21. European Environment Agency: Textiles. URL: <https://www.eea.europa.eu/en/topics/in-depth/textiles?activeTab=fa515f0c-9ab0-493c-b4cd-58a32dfa0e0a> (дата звернення 08.10.2023).
22. European Commission: Textiles Ecosystem – TCLF (Textiles, clothing, leather and footwear) industries. URL: [https://single-market-economy.ec.europa.eu/sectors/textiles-ecosystem\\_en](https://single-market-economy.ec.europa.eu/sectors/textiles-ecosystem_en) (дата звернення 09.10.2023).
23. Key figures of the Textile & Clothing industry. OF THE EUROPEAN TEXTILE AND CLOTHING INDUSTRY. URL: [https://euratex.eu/wp-content/uploads/EURATEX\\_FactsKey\\_Figures\\_2022rev-1.pdf](https://euratex.eu/wp-content/uploads/EURATEX_FactsKey_Figures_2022rev-1.pdf) (дата звернення 10.10.2023).
24. Statista: Textile production in China from October 2022 to October 2023. URL: <https://www.statista.com/statistics/226193/clothing-production-in-china-by-month/> (дата звернення 12.10.2023).
25. Statista: Apparel, footwear and accessories retail e-commerce revenue in the United States from 2017 to 2027. URL: <https://www.statista.com/statistics/278890/us-apparel-and-accessories-retail-e-commerce-revenue/> (дата звернення 14.10.2023).
26. Statista: Apparel market size projections from 2012 to 2025, by region. URL: <https://www.statista.com/statistics/279757/apparel-market-size-projections-by-region/> (дата звернення 14.10.2023).
27. Responsible business conduct in China textile industry. URL: [https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/bangkok/documents/projectdocumentation/wcms\\_865463.pdf](https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/bangkok/documents/projectdocumentation/wcms_865463.pdf) (дата звернення 12.10.2023).
28. World Trade Organization. The Crisis in Ukraine: Implications of the war for global trade and development. URL: [https://www.wto.org/english/res\\_e/booksp\\_e/imparctukraine422\\_e.pdf](https://www.wto.org/english/res_e/booksp_e/imparctukraine422_e.pdf) (дата звернення 15.10.2023).
29. World Trade Organization. One year of war in Ukraine: Assessing the impact on global trade and development. URL: [https://www.wto.org/english/res\\_e/booksp\\_e/oneyukr\\_e.pdf](https://www.wto.org/english/res_e/booksp_e/oneyukr_e.pdf) (дата звернення 17.10.2023).

30. Textile Industry in Europe Size & Share Analysis - Growth Trends & Forecasts (2023-2028). URL: <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/europe-textile-industry> (дата звернення 15.10.2023).
31. Cristina Gatti. The future of the European textile industry is now. URL: <https://www.brusselstimes.com/517109/the-future-of-the-european-textile-industry-is-now> (дата звернення 18.10.2023).
32. National Council of Textile Organizations: U.S. Textile Industry. URL: <http://www.ncto.org/facts-figures/us-textile-industry/> (дата звернення 18.10.2023).
33. Select USA Textiles Industry: Industry Overview. URL: <https://www.trade.gov/selectusa-textiles-industry> (дата звернення 20.10.2023).
34. Волинчук Ю. В. Аналітичне дослідження ринку товарів легкої промисловості України. Економічний форум 1.2. 2020. С. 28-36.
35. Вознюк, Т. К., Гавришенко Ю. А. Сучасні проблеми та особливості розвитку легкої промисловості України. РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ. №428. 2021. С. 45-48.
36. Гурочкіна В. В., Кравченко Л. В. Світові тренди та перспективи розвитку підприємств легкої промисловості України. Збірник наукових праць Університету державної фіскальної служби України. №2. 2019. С. 46-66.
37. Федорак В. І. Сучасні тенденції інноваційного розвитку підприємств легкої промисловості в умовах глобалізації. Вчені записки Університету «КРОК». №2(54). 2019. С. 231-236.
38. Янковець Т. М. Експортні можливості підприємств легкої промисловості на ринках ЄС. Проблеми і перспективи економіки та управління. №3(19). 2019. С.174-183.
39. Костенюк, Ю. Б., Соболева А. К. Особливості функціонування ринку одягу в Україні в сучасних реаліях. Підприємництво і торгівля: тенденції розвитку: матеріали V Міжнародної науково-практичної конференції (19-20 травня 2022 року).– Одеса: Державний університет «Одеська політехніка». №87. 2022. С. 178.

40. Белоусов Я. О., Белоусова Л. Р. Сутність планування та аналіз чинників впливу на розвиток підприємств легкої промисловості. Наукові перспективи. №10(16). 2021. С. 115-120.
41. Бондарєва А. К., Мокроусова О. М. Україна на світовому ринку шкіряних матеріалів. *Commodities and markets*. №38(2). 2021. С. 16-32.
42. Бродюк І. В., Бужак Ю. С. Європейський досвід державного регулювання легкої промисловості. *Вчені записки*. №65. 2020. С. 65-69.
43. Казанська О. О., Мошенська А. А. Ринок трикотажних виробів в Україні: проблеми, пріоритети, завдання. *EDITORIAL BOARD*. №1. 2022. С. 375.
44. Берестецька Олена. Регіональні аспекти розвитку та модернізації текстильної промисловості України. Регіональні аспекти розвитку продуктивних сил України. №23. 2019. С. 56-60.
45. Нестерець Є. Р. Розвиток ринку одягу в сучасних умовах. Науково-практичні конференції кафедри ПТЛ (Економіка підприємства: теорія та практика: Всеукр. студент. наук.-практ. Інтернет-конф. та Підприємництво та торгівля: сучасний стан і перспективи розвитку: Міжнар. наук.-практ. конф.). №7. 2023. С. 27-28.
46. Волинчук Ю. В. Аналітичне дослідження ринку товарів легкої промисловості України. *Економічний форум*. №1(2). 2020. С.28-36.
47. Дурач В. М., Ніколайчук Л. Г. Основні напрямки розвитку ринку нанопродукції в Україні та світі. *Editorial board*. №1. 2023. С. 183.
48. Казанська О. О., Мошенська А. А. Ринок трикотажних виробів в Україні: проблеми, пріоритети, завдання. *EDITORIAL BOARD*. №1. 2022. С. 375.
49. Чурсіна Л. А., Глухова Г. Г., Нежлукченко Н. В. Тенденції розвитку вітчизняного ринку трикотажних виробів. *Товарознавчий вісник*. №12. 2019. С. 263-270.
50. Рибачок С. А. Особливості розвитку легкої промисловості в Україні. Сучасні проблеми обліку, аналізу, аудиту й оподаткування суб'єктів господарської діяльності: теоретичні, практичні та освітянські аспекти: *Збірник*

наукових праць за матеріалами IV Всеукраїнської науково-практичної конференції (30-31 березня 2020 р.).—Дніпро: НМетАУ. 2020. С. 578.

51. Balassa B. Trade Liberalization and Revealed Comparative Advantage. The Manchester School of Economic and Social Studies. 1965. № 33, p. 99-123.

52. Krugman P. Competitiveness: A dangerous obsession. Foreign Affairs. 1994. – 73 (2). – P. 28–44.

## ДОДАТКИ

## Додаток А

Країни за товарною структурою зовнішньої торгівлі України за 2021 рік

Товари	Експорт			Імпорт		
	вартість, тис. дол. США	у % до відп. періоду попер. року	у % до загальн. обсягу	вартість, тис. дол. США	у % до відп. періоду попер. року	у % до загальн. обсягу
Всього:	68 072 328,8	138,4	-	72 843 126,6	134,1	-
<b>Польща</b>	<b>5 227 413,1</b>	<b>159,7</b>	<b>100,0</b>	<b>4 962 500,1</b>	<b>119,8</b>	<b>100,0</b>
41 шкури	47 911,2	97,7	0,9	60 030,2	88,0	1,2
42 вироби із шкіри	13 069,6	110,2	0,3	22 634,7	504,1	0,5
43 натуральне та штучне хутро	1 637,7	11,4	0,0	120,3	125,5	0,0
50 шовк	-	-	-	75,3	502,5	0,0
51 вовна	62,2	41,5	0,0	768,6	186,3	0,0
52 бавовна	125,3	166,6	0,0	3 020,2	86,8	0,1
53 інші текстильні волокна	8,4	719,8	0,0	81,0	50,3	0,0
54 нитки синтетичні або штучні	1 802,2	131,5	0,0	4 374,8	66,9	0,1
55 синтетичні або штучні	6 075,9	118,2	0,1	3 363,9	52,9	0,1
56 вата	12 105,9	107,2	0,2	36 380,5	101,5	0,7
57 килими	1 755,8	99,6	0,0	1 365,2	161,2	0,0
58 спеціальні тканини	341,7	137,7	0,0	9 081,4	102,6	0,2
59 текстильні матеріали	1 122,4	124,9	0,0	26 972,1	92,8	0,5
60 трикотажні полотна	473,6	846,9	0,0	8 574,4	117,2	0,2
61 одяг та додаткові речі до одягу, трикотажні	16 149,1	134,5	0,3	3 866,8	65,6	0,1
<b>Німеччина</b>	<b>2 866 373,4</b>	<b>138,4</b>	<b>100,0</b>	<b>6 284 374,9</b>	<b>117,7</b>	<b>100,0</b>
41 шкури	84,7	166,0	0,0	3 025,4	83,6	0,0
42 вироби із шкіри	2 736,1	163,2	0,1	2 565,9	134,1	0,0
43 натуральне та штучне хутро	14,4	30,1	0,0	33,6	84,2	0,0
44 деревина і вироби з деревини	160 032,7	153,0	5,6	30 736,7	112,4	0,5
45 корок та вироби з нього	0,0	8,2	0,0	45,6	115,9	0,0
46 вироби із соломи	232,9	131,7	0,0	67,1	223,3	0,0
47 маса з деревини	1 348,0	88,0	0,0	3 171,9	48,5	0,1
48 папір та картон	11 206,3	118,3	0,4	153 736,8	109,4	2,4
50 шовк	-	-	-	84,0	125,6	0,0

51 вовна	69,9	184,1	0,0	1 564,7	71,7	0,0
52 бавовна	237,5	44,5	0,0	18 451,6	117,0	0,3
53 інші текстильні волокна	73,0	129,5	0,0	325,9	87,8	0,0
54 нитки синтетичні або штучні	159,9	142,3	0,0	10 801,8	107,4	0,2
55 синтетичні або штучні	478,4	150,0	0,0	28 546,4	115,2	0,5
56 вата	527,7	38,6	0,0	12 866,0	88,1	0,2
57 килими	3 168,0	158,8	0,1	938,8	89,4	0,0
58 спеціальні тканини	3 020,9	107,6	0,1	7 817,1	139,7	0,1
59 текстильні матеріали	133,8	136,4	0,0	50 315,8	129,5	0,8
60 трикотажні полотна	960,9	112,0	0,0	16 556,7	117,8	0,3
<b>Румунія</b>	<b>1 543 445,3</b>	<b>142,8</b>	<b>100,0</b>	<b>796 433,7</b>	<b>116,7</b>	<b>100,0</b>
41 шкури	198,3	120,2	0,0	8 287,6	195,2	1,0
42 вироби із шкіри	725,3	137,7	0,0	220,1	255,0	0,0
43 натуральне та штучне хутро	44,0	147,9	0,0	-	-	-
51 вовна	191,1	40,1	0,0	2 617,7	85,1	0,3
52 бавовна	80,4	60,3	0,0	597,7	80,6	0,1
53 інші текстильні волокна	16,7	198,5	0,0	95,0	307,9	0,0
54 нитки синтетичні або штучні	414,6	117,8	0,0	8 508,6	126,0	1,1
55 синтетичні або штучні	966,7	442,8	0,1	2 989,5	97,4	0,4
56 вата	4 278,1	82,7	0,3	6 043,2	123,8	0,8
57 килими	2 047,2	131,8	0,1	8,4	163,2	0,0
58 спеціальні тканини	121,2	92,4	0,0	1 471,4	101,0	0,2
59 текстильні матеріали	587,8	216,5	0,0	8 950,3	85,7	1,1
60 трикотажні полотна	61,4	209,7	0,0	505,6	94,7	0,1
61 одяг та додаткові речі до одягу, трикотажні	442,0	39,9	0,0	552,7	103,4	0,1
62 одяг та додаткові речі до одягу, текстильні	25 258,4	79,9	1,6	1 976,6	120,8	0,2
63 інші готові текстильні вироби	9 846,3	129,8	0,6	921,2	169,3	0,1
64 взуття	68 735,4	116,5	4,5	3 568,2	97,1	0,4
<b>Італія</b>	<b>3 469 269,2</b>	<b>179,9</b>	<b>100,0</b>	<b>2 675 493,0</b>	<b>125,7</b>	<b>100,0</b>
41 шкури	30 107,9	157,8	0,9	18 656,3	108,7	0,7
42 вироби із шкіри	20 413,4	164,9	0,6	4 406,0	102,4	0,2
43 натуральне та	46,6	513,1	0,0	386,7	168,2	0,0



штучне хутро						
50 шовк	0,3	-	0,0	175,1	92,9	0,0
51 вовна	42,4	28,7	0,0	10 582,5	78,8	0,4
52 бавовна	15,6	337,5	0,0	7 620,8	92,5	0,3
53 інші текстильні волокна	-	-	-	980,2	115,3	0,0
54 нитки синтетичні або штучні	52,8	104,2	0,0	7 871,9	113,8	0,3
55 синтетичні або штучні	2 507,9	881,8	0,1	3 510,2	91,3	0,1
56 вата	5 150,7	137,2	0,1	10 765,0	156,2	0,4
57 килими	0,1	-	0,0	1 675,5	81,5	0,1
58 спеціальні тканини	17,6	115,2	0,0	6 299,8	123,8	0,2
59 текстильні матеріали	25,4	81,7	0,0	9 349,8	124,0	0,3
60 трикотажні полотна	12,2	4 742,8	0,0	6 652,6	128,4	0,2
61 одяг та додаткові речі до одягу, трикотажні	6 795,8	114,6	0,2	11 130,0	116,2	0,4
62 одяг та додаткові речі до одягу, текстильні	10 766,9	98,3	0,3	6 562,7	96,6	0,2
63 інші готові текстильні вироби	1 116,5	176,6	0,0	1 823,7	113,8	0,1
64 взуття	10 494,7	72,1	0,3	18 241,8	101,0	0,7
<b>Франція</b>	<b>896 493,5</b>	<b>151,3</b>	<b>100,0</b>	<b>1 764 887,6</b>	<b>120,2</b>	<b>100,0</b>
41 шкіри	-	-	-	101,1	68,9	0,0
42 вироби із шкіри	2 201,2	106,5	0,2	10 941,0	203,6	0,6
43 натуральне та штучне хутро	4,2	75,1	0,0	191,5	138,9	0,0
50 шовк	-	-	-	4,4	5,6	0,0
51 вовна	33,2	53,5	0,0	5 073,1	119,3	0,3
52 бавовна	16,6	45,6	0,0	1 993,1	107,0	0,1
53 інші текстильні волокна	-	-	-	91,2	97,6	0,0
54 нитки синтетичні або штучні	140,7	80,9	0,0	5 932,0	124,4	0,3
55 синтетичні або штучні	49,3	144,8	0,0	3 167,4	109,1	0,2
56 вата	288,9	80,0	0,0	1 925,9	67,8	0,1
57 килими	267,3	102572,7	0,0	941,4	470,5	0,1
58 спеціальні тканини	8,2	64,1	0,0	1 870,3	133,9	0,1
59 текстильні матеріали	225,6	344,6	0,0	1 877,4	99,2	0,1
60 трикотажні полотна	3,6	23,0	0,0	1 117,5	109,3	0,1
61 одяг та додаткові	2 057,3	112,0	0,2	2 487,4	174,2	0,1

речі до одягу, трикотажні						
62 одяг та додаткові речі до одягу, текстильні	27 831,9	70,9	3,1	5 032,9	165,4	0,3
63 інші готові текстильні вироби	3 284,0	74,1	0,4	343,7	119,5	0,0
64 взуття	405,5	116,5	0,0	4 598,2	196,5	0,3
65 головні убори	70,9	163,4	0,0	203,5	165,3	0,0
<b>Білорусь</b>	<b>1 479 567,0</b>	<b>110,8</b>	<b>100,0</b>	<b>4 822 980,5</b>	<b>167,8</b>	<b>100,0</b>
41 шкіри	614,0	61,1	0,0	1 910,0	475,1	0,0
42 вироби із шкіри	172,5	75,9	0,0	60,8	92,6	0,0
43 натуральне та штучне хутро	75,2	156,1	0,0	22,4	54,7	0,0
51 вовна	502,7	100,2	0,0	639,5	67,5	0,0
52 бавовна	109,5	116,5	0,0	6 339,5	100,5	0,1
53 інші текстильні волокна	0,1	-	0,0	4 454,1	147,5	0,1
54 нитки синтетичні або штучні	74,8	23,6	0,0	4 634,9	137,6	0,1
55 синтетичні або штучні	5 473,8	240,3	0,4	4 352,6	119,1	0,1
56 вата	9 581,6	91,4	0,6	9 826,8	92,9	0,2
57 килими	259,8	108,3	0,0	4 635,0	134,1	0,1
58 спеціальні тканини	41,6	199,3	0,0	297,1	62,1	0,0
59 текстильні матеріали	491,6	119,8	0,0	8 742,1	116,7	0,2
60 трикотажні полотна	63,4	373,5	0,0	1 322,8	294,8	0,0
61 одяг та додаткові речі до одягу, трикотажні	1 866,9	124,4	0,1	14 790,6	113,5	0,3
62 одяг та додаткові речі до одягу, текстильні	1 333,3	189,6	0,1	3 236,1	97,0	0,1
63 інші готові текстильні вироби	3 076,0	84,4	0,2	1 436,3	83,9	0,0
64 взуття	9 501,2	136,7	0,6	178,1	54,2	0,0
65 головні убори	37,2	58,2	0,0	0,3	0,9	0,0

Обсяг реалізованої промислової продукції за видами діяльності  
у 2020-2022 році

Промисловість	Код за КВЕД-2010	2020		2021		2022	
		Січень	Січень-грудень	Січень	Січень-грудень	Січень	Січень-грудень
Текстильне виробництво, виробництво одягу, шкіри, виробів зі шкіри та інших матеріалів	13–15	1510,4	23834,1	2037,4	28260,9	2018,7	30713,8
Текстильне виробництво	13	581,2	9254,4	732,5	11443,2	925,2	11692,7
Ткацьке виробництво	13.2	48,4	683,3	60,5	830,8	90,6	1653,1
Виробництво інших текстильних виробів	13.9	505,6	8268,3	645,0	10263,8	785,9	9767,2
Виробництво одягу	14	545,9	9577,2	915,4	9857,9	641,4	11170,7
Виробництво одягу, крім хутряного	14.1	499,8	8500,7	850,8	8643,7	535,2	9643,4
Виготовлення виробів із хутра	14.2	0,5	4,2	-	к/с	-	-
Виробництво трикотажного та в'язаного одягу	14.3	45,6	1072,3	64,6	к/с	106,2	1527,3
Виробництво шкіри, виробів зі шкіри та інших матеріалів	15	383,3	5002,5	389,5	6959,8	452,1	7850,4
Дублення шкір і оздоблення шкіри; виробництво дорожніх виробів, сумок, лимарно-сідельних виробів; вичинка та фарбування хутра	15.1	179,8	2360,5	198,7	2860,4	192,0	2568,2
Виробництво взуття	15.2	203,5	2642,0	190,8	4099,4	260,1	5282,2

## Топ-10 світових експортерів та імпортерів текстилю у 2021 році, млрд дол

Country	Value	Share in world exports/imports				Annual percentage change			
	2021	2000	2005	2010	2021	2010-21	2019	2020	2021
<b>Exporters</b>									
China	146	10.3	20.2	30.4	41.4	6	1	29	-6
European Union	73	33,4	32,5	25,3	20,9	1	-6	-3	14
Extra-EU exports	25	11,5	11,3	9,0	7,2	1	-6	-9	16
India	22	3,6	4,1	5,1	6,3	5	-5	-12	48
Türkiye	15	2,4	3,5	3,5	4,3	5	-1	-1	30
United States of America	13	7,0	6,1	4,8	3,7	1	-3	-15	15
Viet Nam	11	0,2	0,4	1,2	3,2	13	10	8	14
Pakistan	9	2,9	3,5	3,1	2,6	1	-4	-8	29
<b>Importers</b>									
European Union	79	29.7	29.2	23.8	20.5	2	-5	29	-9
Extra-EU imports	37	9.6	9.8	9.6	9.6	3	-4	69	-26
United States of America	40	9,7	10,5	8,7	10,2	5	-2	44	-12
Viet Nam	19	0,8	1,6	2,6	4,9	9	4	-10	21
China	16	7,8	7,2	6,6	4,2	-1	-12	-10	14
Bangladesh	15	0,8	1,1	1,7	3,9	12	-7	-15	64