

Аграрний бізнес, попри сучасні виклики, зокрема воєнні дії на території України, та з огляду на євроінтеграційні процеси, залишається одним із перспективних напрямів бізнесу, а також має значний експортний потенціал. Це вимагає як вироблення нової загальнодержавної політики в аграрній сфері, так і використання її підприємствами нових підходів до маркетингового менеджменту та стратегічного управління, що дозволить узгодити ресурсне забезпечення та цілі бізнесу з можливостями та загрозами навколишнього середовища.

Література:

1. Красноручський О. О., Данько Ю. І. Розвиток маркетингу на ринку агропродовольчої продукції України: монографія. Харків: «Майдан», 2009. 262 с.
2. Мандич О. В. Маркетинг в агробізнесі: необхідність формування практичних моделей. *Вісник Сумського національного аграрного університету. Сер.: Економіка і менеджмент.* 2018. Вип. 6(76). С. 77-80.
3. Прокопишин О. С. Організаційно-економічний механізм управління розвитком сільськогосподарських кооперативних взаємовідносин. *Ефективна економіка.* 2020. № 3. С. 45-49.
4. Тарасюк А. В. Особливості управління маркетинговою діяльністю аграрного підприємства України. *Агросвіт.* 2019. № 17. С. 70-78.

Фріга Є.В.

здобувач вищої освіти за першим (бакалаврським) рівнем

Доренська А.О.

асистент кафедри економіки, менеджменту та комерційної діяльності

Центральноукраїнський національний технічний університет

м. Кропивницький, Україна

ОГЛЯД ТРЕНДІВ РИНКУ УНІФОРМИ ДЛЯ РЕСТОРАНІВ

Онлайн огляд ринку текстилю для ресторанного бізнесу України виявив кілька провідних виробників і постачальників уніформи для ресторанів, які пропонують широкий асортимент спеціалізованого одягу для працівників гастрономічної індустрії. Ними є Текстиль Контакт, Promo Textile, Chef Works Ukraine. На ринку текстилю України знакове місце займає і місцева компанія з Кропивницького - ІТА Dream.

Всі ці виробники та постачальники пропонують широкий вибір уніформи з можливістю кастомізації (адаптації та налаштування продукту під окрему аудиторію, об'єднану певними особливостями), що допомагає закладам створити власний унікальний стиль і підтримувати корпоративну ідентичність.

Саме на роботі цих підприємств і досліджувались тренди ринку уніформи. Адже провідні виробники якнайшвидше реагують відповідно до розвитку гастрономічної індустрії, вимог щодо безпеки, комфорту, а також загального фокусу на естетику й екологічність.

Серед трендів варто виділити наступні:

- екологічність та орієнтація на сталий розвиток (все частіше обирається уніформа, виготовлена за принципами сталого виробництва, щоб мінімізувати вплив на навколишнє середовище, з екологічно чистих матеріалів, таких як органічна бавовна або перероблені тканини);

- функціональність та комфорт (зручність - головний фактор вибору уніформи, з відповідними вимогами до тканини: дихаюча, терморегулююча, з відведенням вологи, еластична та легка для тривалого носіння);

- орендування та індивідуалізація (уніформа вже як мінімум – частина бренду, включаючи логотипи, унікальні кольори та дизайнерські елементи, як тренд - відображення глибин філософії ресторану або його концепції);

- мінімалізм та мода на casual (менше формальності в уніформі, простота, стриманість кольорів (чорно-білі, сірі тони), мінімалістичний дизайн;
- гігієнічність та захисна функція (існує тренд на уніформу, що легка для дезінфекції та частого прання);
- гендерна нейтральність та універсальність (форма без прив'язки до статі та типів фігури).

Ці тренди демонструють зростаючу увагу до екології, комфорту та брендової унікальності в ресторанній індустрії. Що відображає і загальні тренди в розвитку ринку текстилю загалом.

Література:

2. <https://tk.ua/ua>
3. <https://promo-tex.com.ua/>
4. <https://chefworks.com.ua/>
5. <https://itadream.com.ua/>

Хвостов С.В.

здобувач гр. ОКД-23М

Чередніченко Н.Ю.

доктор пед. наук., професор

Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький, Україна

ОСОБЛИВОСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ФЕРМЕРСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА

Конкуренція є невід'ємною складовою ринкової економіки, яка забезпечує ефективне функціонування сучасних підприємств.

Зі вступом України до зони вільної торгівлі з ЄС актуальним питанням стає підвищення конкурентоспроможності агропромислового комплексу країни на європейському ринку продовольства, адже це може призвести до перетворення вітчизняного ринку на ринок збуту європейської сільськогосподарської продукції.

Конкуренція в аграрному секторі стосується фермерських господарств, кількість яких постійно зростає.

Підвищення їх конкурентоспроможності має ґрунтуватися на розвитку матеріальних і фінансових ресурсів, що забезпечують здатність ефективно функціонувати на ринку. Такий підхід допомагає створити основу для економічного та соціального розвитку фермерських господарств у ринкових умовах.

Конкуренція в аграрному секторі складніша за інші галузі через особливості функціонування сільського господарства. Дана галузь не може бути монополізована, тому в ній завжди існує велика кількість учасників, що дозволяє утримувати ціни на стабільному рівні. Крім того, фермерські господарства часто не мають можливості забезпечити всю необхідну маркетингову діяльність, гарантії збуту продукції чи фінансову підтримку на належному рівні.

Більше того, фермерські господарства знаходяться в умовах, які залежать від аграрної політики, кредитної системи, законодавства та інших зовнішніх факторів, що впливають на їх конкурентоспроможність.

Дослідження показують, що конкурентоспроможність фермерських господарств визначається здатністю збалансувати обсяги виробництва та реалізації продукції з ресурсним потенціалом господарства, рівнем платоспроможності та інвестиційної привабливості, а також здатністю протистояти природним та економічним ризикам. Водночас важливою умовою виступає здатність фермерів виробляти продукцію, що має попит на ринку, брати участь у боротьбі за покупця та збільшувати власну ринкову нішу.