

низький рівень застосування гаджетів, є одними з основних причин неможливості встановлення тісних партнерських відносин з іноземними контрагентами. Активізувати зовнішньоекономічної діяльності сільськогосподарських підприємств можна за рахунок: створення та якісного обслуговування сайту підприємства та використання даних щодо тенденцій розвитку міжнародної торгівлі окремими видами сільськогосподарської продукції. Для цього можна скористатися інформацією з Інтернет ресурсів: Food and Agriculture Organization of the United Nations (<http://www.fao.org>), United States Department of Agriculture (<http://usda.mannlib.cornell.edu>), Trade Map – International Trade Statistic (<https://www.trademap.org>) та ін; пошуку інформації про потенційних партнерів з Інтернет ресурсів: European Enterprise network (<https://een.ec.europa.eu/>), Ради експортерів та інвесторів при МЗС України (<http://rei.mfa.gov.ua/ua/foreign-business/foreign-proposals>), Міжнародного пошукового B2B-порталу (<https://ua.kompass.com/>) та ін.

Отже, не зважаючи на досить поширену серед теоретиків та практиків думку, що зовнішньоекономічну діяльність можуть здійснювати лише агрохолдинги та найбільші сільськогосподарські підприємства, вважаємо що в умовах активної інтеграції України до світового співтовариства, малі та середні виробники сільськогосподарської продукції мають можливості для проведення зовнішньоекономічних операцій. Наразі в Україні досить якісно налагоджено механізм міжнародної підтримки сільського господарства, активно працюють неурядові комерційні та некомерційні організації в напрямі покращення фахових знань щодо організації зовнішньоекономічної діяльності сільськогосподарськими підприємствами. Відтак сільськогосподарські товаровиробники України, при бажанні, можуть налагодити тісні зовнішньоекономічні зв'язки з підприємствами з різних країн світу, цим самим сприяючи формуванню своїх конкурентних переваг на зовнішніх ринках.

Список використаних джерел:

1. Біла книга: як реалізувати експортний потенціал України за умов глобалізації // Інститут економічних досліджень та політичних консультацій. Київ, 2017. 52 с.
2. Зубченко Л. А. Агробізнес в сучасному світі. URL: perspektivy.info/oukumena/ekdom/agrobiznes_let_grabezha_2010-12-27.htm (дата звернення: 18.03.2020).
3. Оцінка перспектив та можливостей для агропромислового комплексу України внаслідок підписання Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом. Аналітична записка // Національний інститут стратегічних досліджень: електрон. версія. URL: <http://www.niss.gov.ua/articles/1633/> (дата звернення.: 20.03.2020).

УДК 005.332.2:687.53/.55:658.11

О.В. ФЕЄР

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту та управління економічними процесами,

Д.В. ОЛЕКСИН

магістр спеціальності 073 «Менеджмент»,
Мукачівський державний університет,
м. Мукачево, Україна

ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ІНДУСТРІЇ КРАСИ

Буденне людське життя нерозривно пов'язане з поняттям краси. Кожна жінка і чоловік прагнуть бути доглянутими і відповідно задоволеними своїм виглядом. Для надання послуг краси створена цілий механізм – індустрія краси або Beauty Industry.

Згідно проведених досліджень хоча в міжнародній практиці і відсутнє офіційне тлумачення терміну «індустрія краси», проте його трактують як створення, виробництво і розповсюдження товарів та послуг, орієнтованих на вдосконалення зовнішності людини і підвищення її привабливості.

Суб'єктами індустрії краси є салони краси, підприємства естетичної медицини, косметики і косметології, стоматологічні клініки тощо. Згідно статистики найбільшу частку в загальній структурі займають саме салони краси, які спеціалізуються на наданні широкого спектру послуг. Салон краси – це середнє підприємство на ринку індустрії краси, яке надає декілька підпослуг в межах однієї послуги.

Залежно від масштабів бізнесу розрізняють такі види салонів краси:

- кабінет (найменше підприємство на рику краси, в якому можна отримати декілька базових послуг і кількість майстрів в якому є обмежена);
- салон (надається широкий спектр послуг, ціна на послугу в кожного майстра може бути різною (залежить від кваліфікації майстра); надання супутніх послуг (продаж косметики тощо));
- центр краси і здоров'я (велике підприємство з послугами від стандартних косметичних до пластичних);
- мережа (це мережа підприємств з однією назвою і єдиними правилами ведення бізнесу).

За ціновою категорією салони краси бувають:

- економ класу (надають базові послуги по мінімальних цінах ,використовуючи засоби коном сегменту і як правило орендують приміщення);
- бізнес класу (надають базові послуги за середніми цінами, достатньо висока якість сервісу, можливість отримати клієнтом консультації про новинки – послуги, процедури тощо);
- преміум класу (працюють майстри найвищої кваліфікації, використовуються найновіші матеріали та технології, використання власних приміщень з дизайнерським ремонтом);
- класу люкс або VIP (обслуговування VIP клієнтів з високими вимогами до інтер'єру, майстрів, послуг).

Згідно результатів проведеного досліджень компанією Pro-Consulting найбільше на українському ринку представлено салони економ класу -43 %, бізнес класу – 36 %, преміум класу – 14 %, класу люкс -7 % [1]. Також аналітиками цієї компанії виділено основні тенденції, які впливаю на розвиток салонів краси:

- активне зростання кількості споживачів;
- чіткий поділ закладів та їх клієнтів на сегменти;
- відкриття салонів краси на основі франчайзингу;
- мобільність салонів краси;
- моно формат б'юті-закладів, коли салон спеціалізується на наданні однієї послуги;
- розвиток чоловічого б'юті-сегменту - барбершопи.

Проаналізувавши вище вказані тенденції розвитку підприємств індустрії краси в Україні можна констатувати, що дана сфера діяльності стрімко розвивається, оперативно впроваджує інноваційні розробки та технології, підвищує сервіс та якість з метою задоволення найвибагливішого клієнта.

Список використаних джерел:

Ринок салонів краси України: просто постригтися вже недостатньо // [Електронний ресурс] URL:<https://pro-consulting.ua/ua/pressroom/rynok-salonor-krasoty-ukrainy-prosto-postrichsya-uzhe-nedostatnochno>



МУКАЧІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

89600, м. Мукачево, вул. Ужгородська, 26

тел./факс +380-3131-21109

Веб-сайт університету: www.msu.edu.ua

E-mail: info@msu.edu.ua, pr@mail.msu.edu.ua

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

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