

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЛЕГКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

УДК 677 (477)

Євтушенко В. В.,

evtushenko.valentyna@kntu.edu.ua, ORCID ID: 0000-0002-8720-5804,

*к. т. н., доцент, завідувачка кафедри товарознавства, стандартизації та сертифікації,
Херсонський національний технічний університет, м. Хмельницький*

Семенченко О. О.,

oksana.semenchenko@gmail.com, ORCID ID: 0000-0002-1251-2711,

*к. т. н., доцент, старший викладач кафедри товарознавства, стандартизації та сертифікації,
Херсонський національний технічний університет, м. Хмельницький*

Безпальченко В. М.,

bezpalchenkov@ukr.net, ORCID ID: 0000-0002-1355-7938,

*кандидат хімічних наук, доцент, доцент кафедри хімічних технологій, експертизи та безпеки
харчової продукції, Херсонський національний технічний університет, м. Хмельницький*

ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ВИРОБНИЦТВО ТА ЗБУТ ПРОДУКЦІЇ ЛЕГКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

Анотація. У статті висвітлено актуальність проблематики впливу на виробництво та збут продукції підприємств легкої промисловості України; проаналізовано виклики, з якими стикаються підприємства легкої промисловості після повномасштабного вторгнення. Запропоновано шляхи вирішення проблем в контексті розвитку як підприємств, які займаються виробництвом, так і тих, які займаються збутом продукції легкої промисловості. Виявлені в результаті проведених досліджень тенденції та проблеми є визначальними для подальшого пошуку рішення щодо підвищення ефективності вітчизняних підприємств та покращення якості продукції. В результаті проведених досліджень встановлено фактори, які впливають на виробництво продукції, зокрема, трудомісткі та енергетично затратні виробничі процеси, недостатня автоматизація цих процесів, пов'язана із відсутністю новітнього обладнання, брак кваліфікованої робочої сили. На збут продукції значною мірою впливають слабкі маркетингові стратегії та популярність брендів, нестабільний попит та відсутність довгострокових замовлень, відсутність зручних інтернет-магазинів та онлайн-каталогів обмежує доступ споживачів до продукції та знижує обсяги продажів. Це призводить до того, що імпортна продукція часто перевершує українські аналоги за якістю, інноваційністю, дизайном. Запропоновано шляхи вирішення проблем, які постали перед галуззю: перш за все підтримка державою вітчизняних виробників через програми фінансування або пільгового кредитування для підприємств легкої промисловості та інвестиції у модернізацію застарілого обладнання; навчання співробітників для роботи із сучасними технологіями; інвестиції у маркетинг; розвиток цифрових платформ; співпраця з інфлюенсерами; участь у міжнародних виставках. Розвиток легкої промисловості надасть можливість державі створити нові робочі місця, підвищити конкурентоспроможність вітчизняної продукції та отримати суттєві відрахування до державного та місцевих бюджетів.

Ключові слова: виробництво, збут продукції, легка промисловість.

Yevtushenko V. V.,

evtushenko.valentyna@kntu.edu.ua, ORCID ID: 0000-0002-8720-5804,

PhD in Technical Sciences, Associate Professor, Acting Head of the Department of Commodity Science, Standardization and Certification, Kherson National Technical University, Khmelnytskyi

Semenchenko O. O.,

oksana.semenchenko@gmail.com, ORCID ID: 0000-0002-1251-2711,

PhD in Technical Sciences, Associate Professor, Senior Lecturer at the Department of Commodity Science, Standardization and Certification, Kherson National Technical University, Khmelnytskyi

Bezpalchenko V. M.,

bezpalchenkov@ukr.net, ORCID ID: 0000-0002-1355-7938,

PhD in Chemical Sciences, Associate Professor, Associate Professor at the Department of Chemical Technologies, Expertise and Provisions Production Safety, Kherson National Technical University, Khmelnytskyi

FACTORS INFLUENCING THE PRODUCTION AND SALE OF LIGHT INDUSTRY PRODUCTS

Abstract. *The article highlights the relevance of the issue of the impact on the production and sales of light industry enterprises in Ukraine; analyzes the challenges faced by light industry enterprises after a full-scale invasion. Suggests ways to solve problems in the context of the development of both enterprises engaged in production and those engaged in the sale of light industry products. The trends and problems identified as a result of the research are crucial for further finding solutions to increase the efficiency of domestic enterprises and improve product quality. The research has identified factors that affect product production, in particular, labor-intensive and energy-intensive production processes, insufficient automation of these processes due to the lack of modern equipment, and a lack of qualified labor. Product sales are significantly affected by weak marketing strategies and brand popularity, unstable demand and the lack of long-term orders, the lack of convenient online stores and online catalogs limits consumer access to products and reduces sales volumes. This leads to the fact that imported products often surpass Ukrainian analogues in quality, innovation, and design. Ways to solve the problems facing the industry are proposed: first of all, state support for domestic manufacturers through financing or preferential lending programs for light industry enterprises and investments in the modernization of outdated equipment; training employees to work with modern technologies; investments in marketing; development of digital platforms; cooperation with influencers; participation in international exhibitions. The development of light industry will enable the state to create new jobs, increase the competitiveness of domestic products, and receive significant contributions to the state and local budgets.*

Key words: production, product sales, light industry.

JEL Classification: D24, L69

DOI: <https://doi.org/10.32782/2522-1221-2024-40-03>

Постановка проблеми. Легка промисловість України є однією з ключових галузей, яка відіграє важливу роль у формуванні національної економіки. Вона забезпечує населення товарами повсякденного попиту, сприяє зайнятості значної частини населення та підтримує розвиток суміжних секторів економіки, таких як сільське господарство та транспорт. Галузь об'єднує підприємства, які займаються виробництвом текстилю, одягу, взуття, галантерейних виробів і аксесуарів [1]. Виготовлена продукція задовольняє попит не лише внутрішнього ринку, а й користується популярністю за кордоном, завдяки чому легка промисловість виступає важливим джерелом

валютних надходжень [2]. Незважаючи на наявність значної кількості вітчизняних виробників, український ринок виробів легкої промисловості стикається із низкою викликів. Одним із ключових є посилений вплив імпортової продукції, яка часто перевершує українські аналоги за якістю, інноваційністю, дизайном або конкурентоспроможністю. Це створює додаткові труднощі для локальних виробників, які змушені адаптуватися до високих вимог сучасного споживача та підтримувати конкурентоспроможність своєї продукції.

У зв'язку з цим, дослідження факторів, які впливають на виробництво та збут продукції легкої промисловості набуває особливої практичної

значущості. Актуальність дослідження зумовлена не лише необхідністю вирішення існуючих проблем галузі, але й її потенціалом для розвитку легкої промисловості в умовах глобальної конкуренції.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Причинами спаду виробництва продукції легкої промисловості Гавриленко Т. вважає замовлення продукції та лібералізація внутрішнього ринку без відповідних економічних та нормативно-правових заходів, а також скасування централізованого планування, що сприяє заповненню внутрішнього ринку імпортованими товарами [3].

За думкою Заріцької Н., Федорак В., на розвиток легкої промисловості України впливають такі фактори, як стан нормативного регулювання підприємницької діяльності; закони, які охороняють добросовісність конкуренції; контроль цін та заробітної плати; рівень загальнодержавних та місцевих податків; можливість отримання кредиту; політична стабільність, темпи та рівень інфляції, які скорочують купівельну спроможність та попит; рівень зайнятості та безробіття, який визначає купівельну спроможність; рівень відсоткових ставок на капітал; стабільність національної валюти тощо [4, 5]. Підприємства легкої промисловості України працюють на ринку, який характеризується високим рівнем конкуренції і високою місткістю продукції як вітчизняного, так і іноземного виробництва [6].

З 2019 по 2022 рр. галузь легкої промисловості стикалася з низкою проблем, таких як зниження виробничих потужностей, скорочення кількості підприємств та зменшення обсягів виробництва. Це було спричинено низьким рівнем інвестицій, відсутністю сучасного обладнання та високою конкуренцією з боку імпортованих товарів. В перші місяці повномасштабної війни підприємства легкої промисловості за даними Держстату демонстрували різке падіння виробництва. Досить швидко підприємства адаптувались завдяки переорієнтуванню виробництва на військові замовлення [7]. Більш адаптивними та динамічними виявились менші компанії. Тому, що великі компанії не змогли забезпечити логістику або ж утримати попит та вийти на нові ринки.

Основними перешкодами для діяльності компаній легкої промисловості, як і для інших компаній, залишаються проблеми з доступом до електроенергії. Це одна з причин досить волатильних показників діяльності компаній галузі. Іншою причиною, ймовірно, є нестабільний попит та відсутність довгострокових замовлень. При цьому, більшість компаній, які експортували

свою продукцію до лютого 2022 року, продовжують це робити.

Важливою перешкодою для діяльності галузі також є брак робочої сили [8]. Саме тому нагальною важливою стала програма SkillsAlliance, яку створили уряди України та Німеччини й загалом майже 50 країн, донорів, міжнародних партнерів та представників бізнес-спільноти. Мета ініціативи – надати можливість перекваліфікації чи кваліфікації понад 180 000 людей протягом наступних трьох років. У найближчі три роки на ці потреби планують виділити 700 млн євро. Skills Alliance реалізується в рамках механізму Ukraine Facility, який включає реформи, спрямовані на покращення професійно-технічної освіти, навчання та доступу до програм швидкого підвищення кваліфікації. Вона сприятиме інтеграції України в ЄС шляхом покращення взаємного визнання дипломів, отриманих за кордоном, та шляхом приведення стандартів у відповідність до вимог ЄС.

Дослідженням факторів внутрішнього та зовнішнього середовища на конкурентоспроможність підприємств легкої промисловості займалися автори [9, 10], дослідники у своїй роботі [11] розглядали питання підвищення ефективності діяльності підприємств легкої промисловості в умовах ринкових відносин. Однак, всі дослідження були спрямовані на виявлення економічних факторів впливу та залежності виробництва продукції від сировинної бази. Тому постало питання проведення аналізу факторів, які впливають як на виробництво, так і на збут продукції легкої промисловості.

Постановка завдання. Метою дослідження є аналіз факторів, які впливають на виробництво та збут продукції легкої промисловості та встановлення шляхів вирішення проблем, які з цим пов'язані.

Виклад основного матеріалу дослідження. Обмежені ресурси багатьох українських виробників впливають на якість та асортимент продукції. Застаріле обладнання, недостатнє фінансування для впровадження новітніх технологій та обмежені можливості для проведення ефективного маркетингу є основними факторами, що стримують розвиток галузі [12]. Це також відображається на міжнародній репутації вітчизняної продукції, яка поки що поступається за рівнем пізнаваності закордонним брендам.

Доцільним є проведення досліджень факторів, які впливають на розвиток виробництва та збут продукції легкої промисловості в Україні:

1. Конкуренція з імпортними виробами. Значна частина виробів на українському ринку представлена імпортною продукцією, особливо із країн, які є світовими лідерами у виробництві текстилю, таких як Туреччина, Китай, Польща та Італія. За даними Державної служби статистики України, імпорт виробів легкої промисловості стабільно зростає, займаючи понад 70% від загального обсягу товарів цього сегмента на внутрішньому ринку. Основною причиною цього є більш низька собівартість продукції, що забезпечується масовим виробництвом, автоматизацією та використанням новітнього обладнання в країнах-виробниках.

Крім того, Туреччина та Китай мають добре розвинену інфраструктуру для виробництва текстильних виробів, що дозволяє їм пропонувати широкий асортимент продукції за конкурентоспроможними цінами. За даними міжнародного порталу Statista, Туреччина у 2022 році була третьою за обсягом експорту текстильних товарів до країн Європи, тоді як Китай утримує першість у світі за виробництвом текстилю. Українським виробникам важко конкурувати за ціною через обмежені можливості для масштабування виробництва, застаріле обладнання та високу вартість енергоресурсів. Наприклад, за даними Міністерства економіки України, станом на 2023 рік понад 60% підприємств легкої промисловості потребують модернізації технологій. У той же час імпортна продукція нерідко демонструє вищий рівень якості, що додатково стимулює попит серед українських споживачів [8].

Однак слід зазначити, що конкуренція також відкриває нові можливості для вітчизняних виробників. Зокрема, за останні роки зросла зацікавленість до локальної продукції, особливо в сегменті екологічних та унікальних дизайнерських рішень, що свідчить про потенціал для покращення позицій на ринку.

2. Недостатнє технологічне забезпечення. Багато українських підприємств у сфері виробництва виробів легкої промисловості працюють на застарілому обладнанні, що суттєво обмежує їхню конкурентоспроможність. За даними Української асоціації легкої промисловості, близько 70% обладнання на підприємствах легкої промисловості потребує модернізації або повної заміни, що значно впливає на ефективність виробничих процесів, а саме:

3. Якість продукції. Застаріле обладнання не дозволяє досягати високих стандартів точності виготовлення, що призводить до недоліків у гото-

вих виробках. Це ставить українську продукцію у невигідне становище порівняно із імпортними товарами, які виготовляються за допомогою сучасних високоточних технологій [13]. Наприклад, підприємства в Китаї, Туреччині використовують автоматизовані лінії, які забезпечують однорідність та високу якість продукції навіть при великих обсягах виробництва.

4. Ефективність виробництва. Застарілі технології не відповідають сучасним стандартам енергоефективності, через що виробництво залишається затратним. Згідно із дослідженням Інституту економічних досліджень та політичних консультацій (IER), витрати на електроенергію для українських підприємств у середньому на 30% вищі порівняно з аналогічними підприємствами в країнах ЄС. Це збільшує собівартість готової продукції, що ускладнює її конкурентоспроможність на внутрішньому та зовнішньому ринках [8].

5. Трудомісткість виробничих процесів. Окрім енергозатратності на застарілому обладнанні виробництво є більш трудомістким. Наприклад, багато етапів, які автоматизуються у сучасних виробничих системах, досі виконуються вручну на багатьох українських підприємствах. Це збільшує час на виготовлення продукції та знижує обсяги виробництва. У 2022 році лише 10% українських підприємств легкої промисловості впровадили сучасні цифрові технології, такі як САД-системи для розробки текстильних виробів, тоді як у країнах ЄС цей показник перевищує 50% [6].

Попри ці виклики, виробництво продукції легкої промисловості має значний потенціал для розвитку. Розширення асортименту продукції, використання екологічно чистих та інноваційних матеріалів, підвищення якості й впровадження сучасних методів виробництва можуть стати запорукою успіху українських підприємств на внутрішньому та зовнішньому ринках [13].

На збут продукції легкої промисловості значною мірою впливають слабкі маркетингові стратегії та популярність брендів [14].

Українські виробники стикаються зі значними викликами у сфері брендингу та маркетингу, що суттєво впливає на їхню конкурентоспроможність. Недостатня увага до побудови впізнаваних брендів, слабкі рекламні кампанії та обмежена присутність у цифровому просторі створюють бар'єри для залучення споживачів. У той час як іноземні виробники активно розвивають свої бренди, українські компанії часто залишаються у тіні.

Наприклад, відомі бренди з Туреччини, такі як DeFacto або LC Waikiki, займають вагомі позиції на українському ринку завдяки потужним маркетинговим кампаніям. Натомість українські виробники не завжди використовують можливості для формування довіри до своєї продукції. Згідно з дослідженням агентства Pro-Consulting, лише 15% українських текстильних підприємств мають чітко сформовану маркетингову стратегію, що суттєво знижує їхню конкурентоспроможність.

Сьогодні споживачі активно шукають товари онлайн, проте лише невелика частка українських виробників активно працює у соціальних мережах та має якісні веб-сайти. Відсутність зручних інтернет-магазинів та онлайн-каталогів обмежує доступ споживачів до продукції та знижує обсяги продажів. Наприклад, за даними eCommerce Foundation, 82% покупців починають свій пошук товарів онлайн, що підкреслює важливість цифрових платформ для просування бренду. Багато українських виробників не вкладають кошти у рекламні кампанії через обмежений бюджет або недооцінювання ролі маркетингу. Для порівняння, компанії із Китаю та Польщі активно використовують таргетовану рекламу у соціальних мережах, співпрацюють з блогерами та створюють візуально привабливий контент, що сприяє популяризації їхньої продукції.

Так, одним із успішних прикладів в Україні є бренд Gapmama, який виготовляє дитячий одяг та аксесуари. Завдяки інвестиціям у якісний контент для соціальних мереж, співпраці з блогерами та просуванню в Instagram, бренд значно розширив свою аудиторію та здобув популярність не лише на внутрішньому ринку, а й за кордоном.

На нашу думку, шляхами вирішення проблем у легкій промисловості може бути перш за все підтримка державою вітчизняних виробників. Уряду варто сприяти оновленню технологічної бази через програми фінансування або пільгового кредитування для підприємств легкої промисловості.

Не менш важливими є інвестиції у модернізацію. Підприємствам необхідно залучати іноземні та внутрішні інвестиції для придбання сучасного обладнання, зокрема багатофункціональних швейних машин, лазерних різаків та автоматизованих ткацьких ліній. Оновлення обладнання повинно супроводжуватись навчанням співробітників для роботи із сучасними технологіями.

Таким чином, оновлення технологічного забезпечення є ключовою умовою підвищення конкурентоспроможності українських виробів

легкої промисловості як на внутрішньому, так і на зовнішніх ринках.

Для покращення збуту продукції легкої промисловості доцільним є:

1) Інвестиції у маркетинг. Виробникам варто спрямовувати частину бюджету на створення професійних рекламних кампаній, залучення SMM-менеджерів та контент-мейкерів.

2) Розвиток цифрових платформ. Необхідно створювати якісні веб-сайти, оптимізовані для мобільних пристроїв і забезпечувати активну присутність у соціальних мережах.

3) Співпраця з інфлюенсерами. Впливові блогери можуть допомогти популяризувати продукцію серед цільової аудиторії.

4) Участь у міжнародних виставках. Це допоможе виробникам представити свою продукцію на глобальному рівні та залучити нових клієнтів.

За даними Euromonitor International, бренди, які активно використовують цифрові інструменти для просування, мають на 25-30% вищий рівень продажів порівняно з конкурентами, які ігнорують ці можливості. Успішний розвиток брендингу є не лише шляхом до підвищення пізнаваності, а й важливим елементом у побудові лояльності споживачів.

Отже, розвиток сильних маркетингових стратегій та популярних брендів є критично важливим для українських виробників виробів легкої промисловості. Це дозволить не лише збільшити частку цих виробів на внутрішньому ринку, але й покращити перспективи експорту.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. В результаті проведених досліджень встановлено фактори, які впливають на виробництво продукції, зокрема, трудомісткі та енергетично затратні виробничі процеси, брак робочої сили.

На збут продукції значною мірою впливають слабкі маркетингові стратегії та популярність брендів, нестабільний попит та відсутність довгострокових замовлень, імпортна продукція, яка часто перевершує українські аналоги за якістю, інноваційністю, дизайном.

Запропоновано шляхи вирішення проблем, які постали перед галуззю: перш за все підтримка державою вітчизняних виробників через програми фінансування або пільгового кредитування для підприємств легкої промисловості та інвестиції у модернізацію застарілого обладнання; навчання співробітників для роботи із сучасними технологіями; інвестиції у маркетинг; розвиток цифрових платформ; співпраця з інфлюенсерами;

участь у міжнародних виставках, використанням цифрових технологій.

Розвиток легкої промисловості надасть можливість державі створити нові робочі місця, підвищити конкурентоспроможність вітчизняної продукції та отримати суттєві відрахування до державного та місцевих бюджетів.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Україна. 30 років незалежності. Стислий довідник / За ред. д. і. н., проф. Киридон А. М. Київ : Державна наукова установа «Енциклопедичне видавництво». 2021. 536 с.

2. Bielialov T. E. Assessment of the external environment for the purpose of financial planning of light industry / T. E. Bielialov // Scientific bulletin of Polissia. 2017. № 3 (11), Part 2. С. 77–81.

3. Гавриленко Т. В. Перспективи розвитку легкої промисловості України в умовах нестабільного зовнішнього середовища / Т. В. Гавриленко, І. В. Бродюк // Економічні горизонти: науковий журнал. 2018. № 1 (4). С. 28–34.

4. Заріцька Н. М. Аналіз зовнішнього середовища функціонування легкої промисловості України / Вісник КНУТД. Серія: Економічні науки. – 2019. № 6 (141). С. 28–39.

5. Федорак В. Сучасні тенденції інноваційного розвитку підприємств легкої промисловості в умовах глобалізації // Вчені записки університету «КРОК». Серія: Економіка. 2019. № 2. С. 231–236.

6. Харченко В.О., Сухомлин М.О. Фактори розвитку легкої промисловості України в умовах поглиблення міжнародної інтеграції. Глобальна безпека та асиметричність світового господарства в умовах нестабільного розвитку економічних систем: матеріали науково-практичної інтернет-конференції, м. Кропивницький, 8 грудня 2023 р. / упоряд. І. М. Миценко. Кропивницький : ЦНТУ, 2023. С. 501–505.

7. Польнікова В. Криза легкої промисловості в Україні: як нестабільний попит та брак ресурсів впливають на галузь. 11.10.2024. / ФАКТ [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://fact-news.com.ua/kriza-legkoi-promislovosti-v-ukraini-yak-nestabilniy-popit-ta-brak-resursiv-vplivayut-na-galuz>.

8. Бетлій О., Ангел Є. Секторальний аналіз: легка промисловість вересень 2024 р. / Інститут економічних досліджень та політичних консультацій. [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://www.ier.com.ua/files/Projects/2024/SEP/Sectoral_report_light_industry.pdf.

9. Зайцева Л.О. Вплив факторів внутрішнього та зовнішнього середовища на конкурентоспроможність підприємств легкої промисловості. Економічний вісник Донбасу. 2013. № 2 (32). С. 140–144.

10. Дмитрієв І.А., Кирчата І.М., Шершенюк О.М. Конкурентоспроможність підприєм-

ства: навчальний посібник Х.: ФОП Бровін О.В., 2020. 340 с.

11. Воронкова Т.Є., Маслюк Л.Л. Підвищення ефективності діяльності підприємств легкої промисловості в умовах ринкових відносин. Інвестиції: практика та досвід. 2016. № 20. С. 47–52.

12. Польнікова В. Криза легкої промисловості в Україні: як нестабільний попит та брак ресурсів впливають на галузь. 11.10.2024. / ФАКТ [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://fact-news.com.ua/kriza-legkoi-promislovosti-v-ukraini-yak-nestabilniy-popit-ta-brak-resursiv-vplivayut-na-galuz>.

13. Бондаренко С.М. Управління якістю у контексті сталого розвитку на підприємствах легкої промисловості як інструмент післявоєнного відновлення України. Інновації для відродження: національний, регіональний, міжнародний контекст: тези доповідей IV Міжнародної науково-практичної конференції, Запоріжжя, 12-13 жовтня 2023 р. Запоріжжя: ЗНТУ, 2023. С. 356–357.

14. Зінорук Л. Аналіз ефективності брендингу на підприємствах легкої промисловості України. *Молодий вчений*, 2021. №10 (98). С. 147–150.

REFERENCES:

1. Kyrydon A. M. (eds.). (2021). *Ukrayina. 30 rokiv nezalezhnosti. Styslyy dovidnyk*. Kyiv : Derzhavna naukova ustanova «Entsyklopedychne vydavnytstvo», 536 p. [in Ukrainian].

2. Bielialov, T.E. (2017). Assessment of the external environment for the purpose of financial planning of light industry. *Scientific bulletin of Polissia*, No. 3 (11), Part 2. P. 77–81.

3. Havrylenko, T.V., Brodiuk, I.V. (2018). *Perspektyvy rozvytku lehkoi promyslovosti Ukrainy v umovakh nestabilnoho zovnishnoho seredovyshcha* [Prospects for the development of light industry in Ukraine in the conditions of unstable environment]. *Ekonomichni horyzonty: naukovyi zhurnal* [Economic horizons: scientific journal], No. 1 (4), P. 28–34 [in Ukrainian].

4. Zarits'ka N. M. (2019). *Analiz zovnishn'oho seredovyshcha funktsionuvannya lehkoyi promyslovosti Ukrainy* / *Visnyk KNUTD*. Seriya: Ekonomichni nauky. № 6 (141). P. 28–39 [in Ukrainian].

5. Fedorak V. (2019). *Suchasni tendentsiyi innovatsynoho rozvytku pidpryyemstv lehkoyi promyslovosti v umovakh hlobalizatsiyi* // *Vcheni zapysky universytetu «KROK»*. Seriya: Ekonomika. № 2. P. 231–236 [in Ukrainian].

6. Kharchenko, V.O. and Sukhomlyn, M.O. (2023), «Development factors of the light industry of Ukraine in the conditions of deepening international integration», *Hlobalna bezpeka ta asymetrychnist svitovoho hospodarstva v umovakh nestabilnoho rozvytku ekonomichnykh system: materialy naukovopraktychnoi internet-konferentsii* [Global security and asymmetry

of the world economy in conditions of unstable development of economic systems: materials of the scientific and practical internet conference], NTU, Kropyvnytskyi, Ukraine, pp. 501–505.

7. Pol'nikova V. Kryza lehkoyi promyslovosti v Ukrayini: yak nestabil'nyy popyt ta brak resursiv vplyvayut' na haluz'. 11.10.2024. / FAKT. Retrieved from: <https://fact-news.com.ua/kriza-legkoi-promislovosti-v-ukraini-yak-nestabilniy-popit-ta-brak-resursiv-vplivayut-na-galuz>.

8. Betliy O., Anhel YE. (2024). Sektoral'nyy analiz: lehka promyslovist' veresen' 2024. / Instytut ekonomichnykh doslidzhen' ta politychnykh konsul'tatsiy. Retrieved from: http://www.ier.com.ua/files/Projects/2024/CEP/Sectoral_report_light_industry.pdf.

9. Zaytseva L.O. (2013). Vplyv faktoriv vnutrishn'oho ta zovnishn'oho seredovyshcha na konkurentospromozhnist' pidpryyemstv lehkoyi promyslovosti. Ekonomichnyy visnyk Donbasu. № 2 (32). P. 140-144 [in Ukrainian].

10. Dmytriyev I.A., Kyrchata I.M., Shershenyuk O.M. (2020). Konkurentospromozhnist' pidpryyemstva: navchal'nyy posibnyk – KH.: FOP Brovin O.V. 340 p [in Ukrainian].

11. Voronkova T.YE., Maslyuk L.L. (2016). Pidvyshechennya efektyvnosti diyal'nosti pidpryyemstv

lehkoyi promyslovosti v umovakh rynkovykh vidnosyn. Investytsiyi: praktyka ta dosvid. № 20. P. 47–52 [in Ukrainian].

12. Pol'nikova V. (2024). Kryza lehkoyi promyslovosti v Ukrayini: yak nestabil'nyy popyt ta brak resursiv vplyvayut' na haluz'. 11.10.2024. / FAKT. Retrieved from: <https://fact-news.com.ua/kriza-legkoi-promislovosti-v-ukraini-yak-nestabilniy-popit-ta-brak-resursiv-vplivayut-na-galuz>.

13. Bondarenko, S.M. (2023), “Quality management in the context of sustainable development at light industry enterprises as a tool for the post-war recovery of Ukraine”, Innovatsii dlia vidrozhennia: natsionalnyi, rehionalnyi, mizhnarodnyi kontekst: tezy dopovidei IV Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii [Innovations for revival: national, regional, international context: theses of reports of the 4th International Scientific and Practical Conference], ZNTU, Zaporizhia, Ukraine, pp. 356-357 [in Ukrainian].

14. Zinoruk, L. (2021). Analiz efektyvnosti brendynhu na pidpryyemstvakh lehkoyi promyslovosti Ukrayiny. Molodyy vchenyy. №10 (98). P. 147–150 [in Ukrainian].

*Стаття надійшла до редакції
10 грудня 2024 року*