

nia: udoskonalennia ta rozvytok. 2018. <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=1284>

Shcherbyna, S. V. "Normatyvno-pravovyi mekhanizm derzhavnoho rehuliuвання vyrobnytstva ta obihu orhanichnykh produktiv kharchuvannia" [Regulatory and Legal Mechanism of State Regulation of Production and Circulation of Organic Food Products]. http://ir.polissiauniver.edu.ua/bitstream/123456789/5485/1/Organik_2015_604-615.pdf

Vdovychenko, A. "Derzhavne rehuliuвання rynku produktii orhanichnoho silskoho hospodarstva" [State Regulation of the Organic Agriculture Products Market]. *Ekonomichnyi dyskurs*, no. 2 (2017): 164-171.

Yatsenko, O., and Ovcharenko, A. "Global Organic Food Market: Insights, Challenges and Opportunities". LEMiMA. 2019 (19-21 April 2019). https://ir.kneu.edu.ua/bitstream/handle/2010/32669/Lem_19_2_489.pdf?sequence=1

УДК 631.1:658.512

JEL Classification: Q13; Q15; L25; L66

DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2024-10-231-239>

УПРАВЛІННЯ СТРАТЕГІЧНИМ РОЗВИТКОМ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ ДЛЯ ДОСЯГНЕННЯ ЇХ ЕФЕКТИВНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

© 2024 ОЛІЙНИК Т. І., ДУБИНА В. В.

УДК 631.1:658.512

JEL Classification: Q13; Q15; L25; L66

Олійник Т. І., Дубина В. В. Управління стратегічним розвитком аграрних підприємств для досягнення їх ефективної конкурентоспроможності

У статті розглянуто основи стратегічного планування в аграрних підприємствах як ключового елемента забезпечення їхнього сталого розвитку та адаптації до ринкових змін. Основною метою дослідження є формулювання рекомендацій щодо покращення стратегічного управління, заснованих на аналізі ринкових умов і внутрішніх ресурсів підприємств. Використовуючи SWOT-аналіз, автори ідентифікують сильні та слабкі сторони підприємств, а також можливості і загрози, з якими вони стикаються. Зокрема, вказується на важливість сегментації ринку для визначення цільових груп споживачів і адаптації продуктів до їхніх потреб. У статті також висвітлено етапи розширення на нові ринки, а саме вибір цільового ринку, адаптацію продукції та укладення угод з місцевими дистриб'юторами. Авторами підкреслено необхідність модернізації виробничої та логістичної інфраструктури, впровадження новітніх технологій і розробки ефективної маркетингової стратегії. Акцентовано увагу на важливості моніторингу й оцінки результатів, які дозволяють своєчасно коригувати стратегічні цілі. У висновках наголошено на перспективності подальших досліджень у напрямку екологічної стійкості, використання цифрових технологій і аналізу даних, що сприятиме підвищенню адаптивності аграрних підприємств до викликів сучасного ринку. Стаття є корисним ресурсом для фахівців аграрного сектора, які прагнуть покращити свої стратегічні підходи та забезпечити конкурентоспроможність.

Ключові слова: стратегічне планування, аграрні підприємства, SWOT-аналіз, розширення ринків, модернізація, маркетингова стратегія, моніторинг, конкурентоспроможність.

Рис.: 4. **Табл.:** 4. **Бібл.:** 16.

Олійник Тетяна Іванівна – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедр економіки, підприємництва та управління підприємствами, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (просп. Науки, 72, Дніпро, 49010, Україна)

E-mail: tetanaoliinyk@ukr.net

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1224-3790>

Researcher ID: <https://www.webofscience.com/wos/author/record/T-4475-2017>

Дубина Валерія Вікторівна – студент, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (просп. Науки, 72, Дніпро, 49010, Україна)

E-mail: missvsotula@gmail.com

UDC 631.1:658.512

JEL Classification: Q13; Q15; L25; L66

Oliinyk T. I., Dubyna V. V. Management of Strategic Development of Agrarian Enterprises to Achieve Their Effective Competitiveness

The article considers the basics of strategic planning in agrarian enterprises as a key element of ensuring their sustainable development and adaptation to market changes. The main aim of the study is to formulate recommendations for improving strategic management, based on the analysis of market conditions and internal resources of enterprises. Using SWOT analysis, the authors identify the strengths and weaknesses of enterprises, as well as the opportunities and threats they face. In particular, the importance of market segmentation is pointed out to identify target groups of consumers and adapt products to their needs. The article also highlights the stages of expansion into new markets, namely the selection of the target market, the adaptation of products and the conclusion of agreements with local distributors. The authors underline the need to modernize production and logistics infrastructure, introduce

the latest technologies and develop an effective marketing strategy. Attention is focused on the importance of monitoring and evaluating results, which allow timely adjustment of strategic goals. The conclusions emphasize the prospects for further research in the direction of environmental sustainability, the use of digital technologies and data analysis, which will contribute to increasing the adaptability of agrarian enterprises to the challenges of the modern market. The article is a useful resource for specialists in the agrarian sector who seek to improve their strategic approaches and secure competitiveness.

Keywords: strategic planning, agrarian enterprises, SWOT analysis, expansion of markets, modernization, marketing strategy, monitoring, competitiveness.

Fig.: 4. **Tabl.:** 4. **Bibl.:** 16.

Oliinyk Tetiana I. – Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor, Associate Professor of the Department of Economics, Entrepreneurship and Enterprise Management, Oles Honchar Dnipro National University (72 Nauky Ave., Dnipro, 49010, Ukraine)

E-mail: tetanaoliinyk@ukr.net

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1224-3790>

Researcher ID: <https://www.webofscience.com/wos/author/record/T-4475-2017>

Dubyna Valeriia V. – Student, Oles Honchar Dnipro National University (72 Nauky Ave., Dnipro, 49010, Ukraine)

E-mail: missvotula@gmail.com

Аграрний сектор – одна із ключових галузей економіки України, яка забезпечує продовольчу безпеку країни та значну частку її експорту. Для успішного розвитку аграрних підприємств важливими є ефективне управління, впровадження новітніх технологій та адаптація до змін ринку, а стратегічне планування стає основою для довготривалої конкурентоспроможності.

Аграрні підприємства, які спеціалізуються на вирощуванні зернових і олійних культур, стикаються з такими викликами, як: конкуренція, кліматичні зміни та вимоги стандартів до якості. Подолання цих викликів потребує комплексного підходу до стратегічного планування, стратегічного розвитку та оптимізації всіх ресурсів підприємства.

Стратегічний розвиток охоплює аналіз ринку, встановлення цілей і пошук нових перспектив. На сучасному ринку, де швидко змінюються ціни та вимоги до стандартів якості на продукцію, підприємства мають бути гнучкими і готовими до інновацій, які дають змогу підвищити ефективність виробництва та адаптувати продукцію під них.

Одними із важливих елементів стійкості є збереження фінансової стабільності підприємства, а також можливість розширення ринків збуту, особливо на міжнародному рівні. Таким чином, успішне маркетингове планування, яке враховує позиціонування продукції та комунікацію з клієнтами, дозволяє не лише зберігати свої позиції на ринку, але й збільшувати його частку.

Отже, стратегічне управління аграрним підприємством має базуватися на комплексному підході, що включає поєднання стратегічних цілей у поточні процеси для можливості пристосування до змін у навколишньому середовищі. Це дозволяє зберігати позиції та досягати нового рівня розвитку як на національному, так і міжнародному рівнях.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, присвячених управлінню стратегічним розвитком аграрних підприємств, показує, що ця тема є ак-

туальною в умовах зростаючої конкуренції, кліматичних змін та динамічних змін на ринку. Сучасні наукові праці переважно зосереджені на декількох ключових аспектах (рис. 1).

Згідно з рис. 1 можна зазначити, що вчені акцентують увагу на важливості стратегічного планування як основи для довготривалого успіху аграрних підприємств. Зокрема, науковці наголошують, що стратегічне управління дає змогу аграрним підприємствам ефективно пристосовуватися до змін ринкового середовища та реагувати на зовнішні виклики, такі як зміна цін на сировину та нестабільність міжнародних ринків [1–3].

Численні публікації свідчать, що інновації є рушійною силою для підвищення ефективності та продуктивності аграрного бізнесу. Дослідження показують, що автоматизація, цифрові платформи для управління ресурсами та використання сучасних агротехнічних рішень дозволяють підприємствам оптимізувати витрати, поліпшувати якість продукції та забезпечувати адаптивність до умов ринку [4; 5].

З огляду на високу конкуренцію на аграрному ринку, маркетинг відіграє ключову роль у збереженні та збільшенні частки ринку. Останні дослідження вказують, що важливими є такі аспекти, як: позиціонування продукції, формування довгострокових партнерських відносин, а також використання сучасних каналів комунікації з клієнтами [6–8].

Окремо виділяються публікації, присвячені фінансовим аспектам стратегічного управління. В них акцентується увага на стабільному фінансовому положенні та раціональному використанні капіталу, що є критичними для довготривалого розвитку. Пропонуються різні підходи до фінансової стабілізації, включаючи оптимізацію внутрішніх процесів і залучення альтернативних джерел фінансування [9–11].

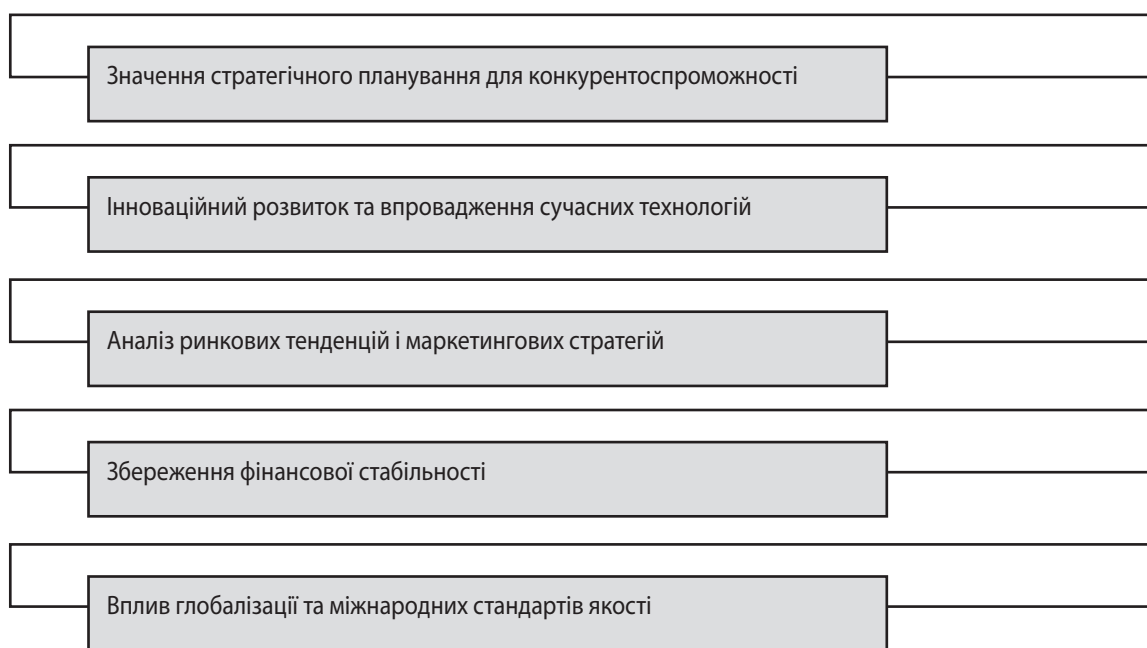


Рис. 1. Ключові аспекти сучасних наукових праць

Джерело: складено авторами за [1–15]

Деякі автори досліджують вплив глобалізаційних процесів на агропромислові підприємства, акцентуючи на необхідності дотримання міжнародних стандартів якості продукції. Це особливо актуально для підприємств, орієнтованих на експорт, які мають відповідати зростаючим вимогам до якості й екологічності продукції [12–15].

Аналіз літератури показує, що стратегічний розвиток аграрних підприємств можна трактувати як процес, що охоплює управління інноваціями, фінансовими ресурсами, маркетингом і адаптацією до змін. Застосування комплексного підходу до управління стратегічним розвитком дозволяє підвищити конкурентоспроможність підприємств у довгостроковій перспективі.

Виділення невирішених частин стосується кількох ключових аспектів, які ще потребують глибокого дослідження та вирішення в контексті

управління стратегічним розвитком агропромислових підприємств для підвищення їх конкурентоспроможності (рис. 2).

Відповідно до рис. 2 можна зазначити, що багато аграрних підприємств мають певні проблеми при впровадженні інноваційних технологій, через що питання адаптації новітніх агротехнічних рішень до специфіки українського ринку залишається актуальним.

Зміни в економічних і кліматичних умовах вимагають від підприємств швидкої реакції в питаннях стратегічного управління. Недостатньо розроблені механізми пристосованості аграрних підприємств до змін на міжнародному ринку створюють ризики для їхньої стабільності та розвитку.

Відкритою також залишається проблема нестабільності раціонального управління капіталом в умовах сьогодення. Недостатньо розроблені стратегії оптимізації витрат та забезпечення фі-

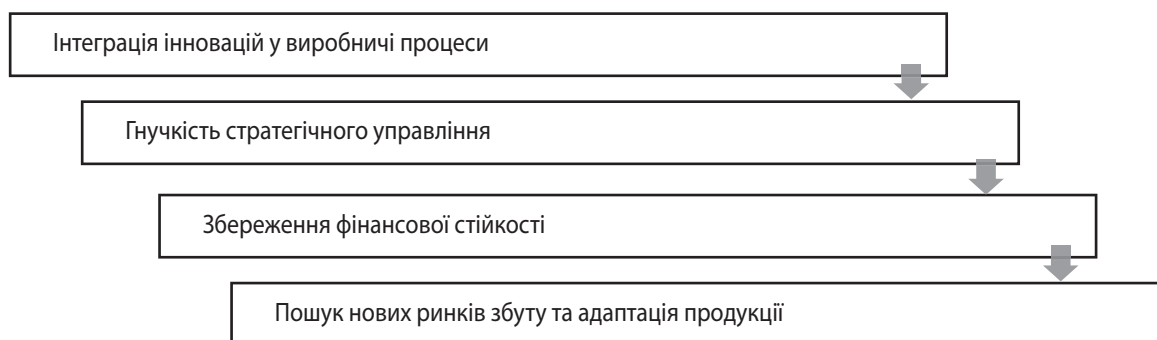


Рис. 2. Невирішені частин управління стратегічним розвитком агропромислових підприємств

нансової стійкості аграрних підприємств, негативно впливають на їхню конкурентоспроможність.

Крім цього, недостатньо дослідженим є питання ефективної адаптації підприємств до потреб нових ринків, експорту товарів, в тому числі і на міжнародному рівні. Важливими залишаються питання пошуку способів підвищення якості продукції для задоволення зростаючих вимог споживачів.

Отже, наведені вище аспекти є певними викликами для аграрних підприємств та вимагають подальших досліджень і вдосконалення методів стратегічного управління та планування для підвищення їхньої конкурентоспроможності.

Метою дослідження є розробка ефективної системи стратегічного управління для аграрних підприємств, що забезпечить їхню конкурентоспроможність на національному та міжнародному ринках. Завданням є обґрунтування шляхів впровадження інноваційних технологій, розробка методів адаптації до змін зовнішнього середовища, а також формування стратегії фінансової стійкості й оптимізації витрат.

У процесі стратегічного планування аграрних підприємств ключовим є формулювання місії та бачення, які слугують основою для подальших дій. Першим кроком є проведення детального аналізу ринкових умов, що включає SWOT-аналіз. Цей аналіз дозволяє виявити сильні та слабкі сторони підприємства, а також можливості та загрози, що стоять перед ним.

Наступним етапом є сегментація ринку, що дозволяє встановити цільові групи споживачів. Використовуючи різноманітні критерії сегментації, такі як географічний, демографічний та поведінковий, підприємства можуть адаптувати свої продукцію та маркетингові стратегії відповідно до потреб споживачів. Це, своєю чергою, дає можливості підприємствам розширити частки ринку, що є важливим аспектом стратегічного розвитку. Процес розширення включає вибір цільового ринку, оцінку його потенціалу, адаптацію продукції до вимог споживачів і укладення угод з місцевими дистриб'юторами, які забезпечують можливість виходу на нові ринки.

Для підвищення ефективності виробництва аграрні підприємства повинні зосередитися на модернізації виробничої та логістичної інфраструктури. Це може бути впровадження новітніх технологій, покращення логістичних маршрутів і розширення виробничих потужностей.

Розробка маркетингової стратегії також є критично важливою для успіху аграрних підпри-

емств. Вона забезпечує ефективне просування продукції на внутрішніх та зовнішніх ринках, тим самим сприяючи підвищенню пізнаваності бренду та збільшенню обсягів продажів.

Останнім етапом стратегічного планування є моніторинг, який дозволяє оцінювати ефективність реалізації стратегії та своєчасно робити коригування. Важливість систематичного моніторингу важко переоцінити, оскільки він забезпечує інформацією про реалізацію стратегічних цілей, виявляє потенційні ризики та допомагає ухвалювати обґрунтовані рішення. Системи ERP та CRM можуть автоматизувати цей процес, спрощуючи управління даними та прискорюючи прийняття рішень. У результаті аграрні підприємства можуть не лише зберегти свою конкурентоспроможність, але й ефективно адаптуватися до змін на ринку, забезпечуючи сталий розвиток та досягнення стратегічних цілей.

Стратегічне планування на аграрних підприємствах відіграє ключову роль у забезпеченні їхнього сталого розвитку та здатності адаптуватися до змін на ринку. В умовах конкурентного середовища та постійних викликів, які виникають у агропромисловому секторі, важливо формулювати чіткі стратегічні цілі та планувати дії, що сприятимуть розширенню ринків збуту.

Одним із перших кроків у процесі стратегічного планування є чітке формулювання місії та бачення підприємства.

Для ефективного стратегічного планування аграрних підприємств необхідно провести детальний аналіз ринкових умов (табл. 1).

Відповідно до табл. 1 SWOT-аналіз аграрних підприємств демонструє складну картину їхнього становища в умовах сучасного ринку. Сильні сторони, такі як наявність багатих природних ресурсів, низькі витрати на робочу силу та урядова підтримка, створюють міцну основу для розвитку. Однак підприємства також стикаються з серйозними викликами, такими як економічна та політична нестабільність, зміна клімату і глобальна конкуренція.

Впровадження сучасних технологій та розвиток експортно-орієнтованого виробництва можуть стати ключовими для підвищення конкурентоспроможності. Водночас існують загрози, які можуть перешкоджати реалізації цих можливостей, такі як поява нових конкурентів, інфляційні ризики та торговельні бар'єри.

Отже, аграрним підприємствам важливо зосередитися на використанні своїх сильних сторін і можливостей, одночасно розробляючи стратегії для мінімізації впливу слабких сторін і загроз. Цей

Матриця SWOT-аналізу агропромислових підприємств

Зовнішнє середовище	Можливості	Загрози
Внутрішнє середовище	<ol style="list-style-type: none"> 1. Впровадження сучасних технологій. 2. Експортно-орієнтоване виробництво 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Економічна нестабільність. 2. Політична нестабільність. 3. Зміна клімату. 4. Глобальна конкуренція
Сильні сторони	<ol style="list-style-type: none"> 1. Збільшення асортименту, додавання супутніх товарів та послуг. 2. Урядові обмеження, котрі захищають держаного виробника. 3. Проявлення зацікавленості іноземних інвесторів. 4. Практики сталого та органічного землеробства 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Поява конкурентів. 2. Додаткові фінансові трати на покращення системи просування товару на ринок. 3. Державні обмеження, котрі мають опосередкований вплив на підприємство. 4. Економічна нестабільність. 5. Зміна клімату
<ol style="list-style-type: none"> 1. Багаті природні ресурси. 2. Низькі витрати на робочу силу. 3. Зростання експортного ринку. 4. Урядова підтримка 		
Слабкі сторони	<ol style="list-style-type: none"> 1. Інфляційні ризики. 2. Коливання цін на товари. 3. Торговельні бар'єри та тарифи 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Поява більш ефективних систем просування. 2. Несприятлива політика держави може призвести до погіршення системи просування або взагалі банкрутства
<ol style="list-style-type: none"> 1. Застаріла технологія та інфраструктура. 2. Корупція. 3. Фрагментована власність на землю 		

Джерело: складено авторами.

комплексний підхід сприятиме сталому розвитку та підвищенню конкурентоспроможності в умовах змінюваного ринкового середовища.

Сегментація ринку є важливим інструментом, що дозволяє аграрним підприємствам знайти цільові групи споживачів та адаптувати продукцію і маркетингові стратегії відповідно до їхніх потреб. Важливо застосовувати різноманітні критерії оцінки сегментації, що наведені в табл. 2.

Розширення на нові ринки є важливою складовою стратегічного розвитку аграрних підприємств. Це не лише дозволяє розширити джерела доходу, але й знизити ризики, які пов'язані з коливаннями попиту на внутрішньому ринку, що показано на рис. 3.

Перший етап полягає у виборі цільового ринку. Оцінка потенціалу та аналіз конкурентів є критично важливими для визначення доцільності виходу на новий ринок.

На другому етапі аграрним підприємствам потрібно адаптувати свою продукцію відповідно до потреб і вимог цільового ринку. Це включає:

- ✦ аналіз потреб споживачів;
- ✦ адаптацію пакування та транспортування;
- ✦ коригування складу продукції для відповідності специфікаціям нового ринку.

Укладення угод з місцевими дистриб'юторами є важливим кроком для покращення доступу до ринку.

Отже, розробка стратегій виходу на нові ринки є невід'ємною частиною успішного стратегічного розвитку аграрних підприємств. Вибір ринку,

Таблиця 2

Сегментація ринку для агропромислових підприємств

Критерій сегментації	Опис
Географічний	Розподіл за країнами та регіонами
Демографічний	Вікова категорія та дохід споживачів
Поведінковий	Споживчі звички та уподобання

Джерело: складено авторами.

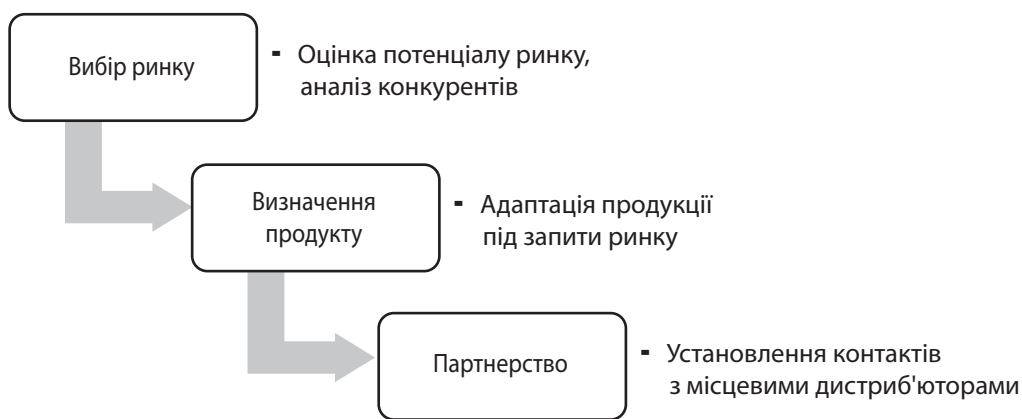


Рис. 3. Етапи розширення агропромислових підприємств

Джерело: складено авторами.

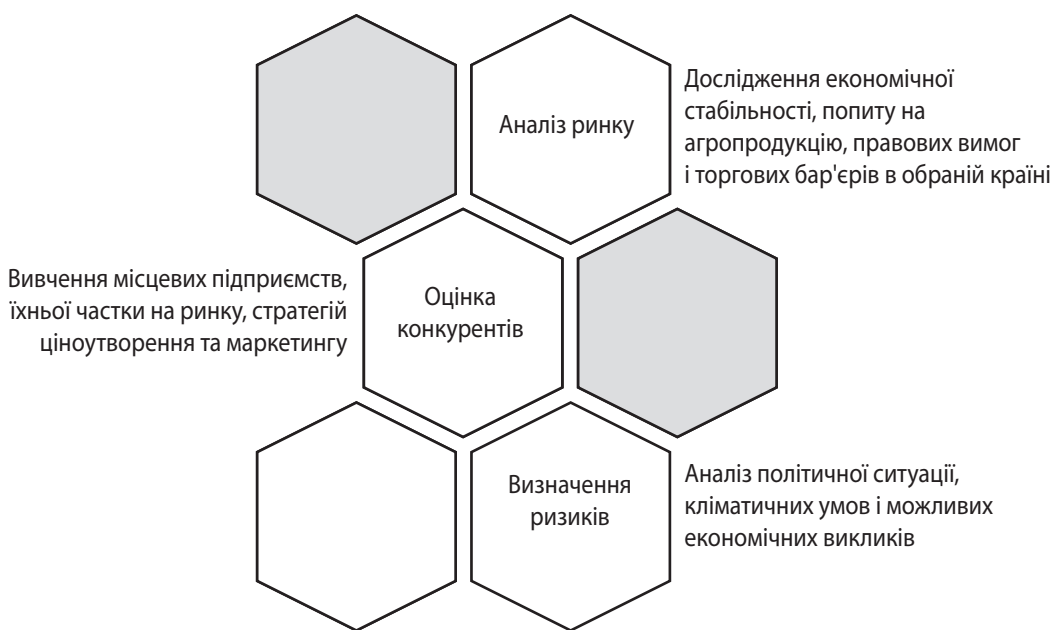


Рис. 4. Етапи вибору ринку агропромислових підприємств

Джерело: складено авторами.

адаптація продукції та партнерство з місцевими дистриб'юторами є стратегічним етапом, що дозволяє підприємствам зайняти нові ніші та забезпечити сталий розвиток у конкурентному середовищі. Залучення додаткових ресурсів і стратегічних партнерів може суттєво покращити позиції на

нових ринках, що, своєю чергою, сприятиме зростанню прибутків і зміцненню бренду.

Модернізація виробничої та логістичної інфраструктури підвищує ефективність виробництва. Аграрні підприємства повинні зосередитися на тих аспектах, які наведено у *табл. 3*.

Таблиця 3

Модернізація виробничої та логістичної інфраструктури агропромислових підприємств

Вид інвестицій	Опис
Технології	Впровадження новітніх технологій в обробку
Логістика	Покращення транспортних маршрутів і складів
Виробничі потужності	Розширення або модернізація наявних потужностей

Джерело: складено авторами

Сучасні технології можуть суттєво підвищити ефективність виробництва. Аграрні підприємства можуть використовувати:

- ✦ автоматизацію – для зниження витрат і підвищення точності;
- ✦ дрони – щоб мати можливість проводити детальний моніторинг і перевірка стану полів;
- ✦ цифрові платформи, для управління ресурсами та фінансовими потоками.

Розробка маркетингової стратегії є ключовим аспектом для успішного розвитку агропідприємств, оскільки вона сприяє ефективному просу-

ванню продукції на внутрішньому та зовнішньому ринках. Правильно сформована маркетингова стратегія дозволяє підвищити пізнаваність бренду, збільшити продажі та зміцнити конкурентоспроможність підприємства.

Останньою важливою складовою стратегічного планування є моніторинг, який дозволяє оцінювати ефективність реалізації стратегії та своєчасно вносити необхідні коригування. Систематичний моніторинг забезпечує розуміння того, наскільки правильно реалізуються обрані стратегічні цілі, та допомагає уникнути потенційних ризиків або втрат.

Таблиця 4

Методи моніторингу та оцінки результатів

Метод	Опис	Приклад
КРІ	Визначення ключових показників ефективності	Оцінка приросту продажів, рентабельності, частки ринку, рівня клієнтського задоволення
Зворотний зв'язок	Вивчення думок клієнтів, партнерів, співробітників	Проведення опитувань клієнтів, аналіз відгуків, фокус-групи
Аудит	Оцінка відповідності стратегії реальним умовам	Регулярні внутрішні та зовнішні аудити для перевірки результативності планів і відповідності стратегії

Джерело: складено авторами.

Після отримання інформації проведення моніторингу її слід залучити в процес прийняття стратегічних рішень. Це дозволить своєчасно коригувати план розвитку підприємства та адаптувати його до змін на ринку або всередині компанії. Наприклад, якщо аналіз КРІ показує, що експортні показники не відповідають очікуванням, керівництво може переглянути свою маркетингову стратегію, змінити підхід до просування або розглянути нові партнерські угоди з міжнародними дистриб'юторами.

Використання сучасних цифрових технологій дозволяє автоматизувати процес моніторингу та аналізу результатів. Такі системи, як ERP (Enterprise Resource Planning) та CRM (Customer Relationship Management), допомагають централізувати дані, що сприяє оперативному управлінню та ухваленню рішень. Наприклад, аграрні підприємства можуть впровадити систему ERP для управління всіма ресурсами, що дозволить відстежувати фінансові показники, рівень запасів і взаємодію з клієнтами в режимі реального часу.

Отже, моніторинг та оцінка результатів є ключовими елементами стратегічного управління, оскільки вони дозволяють вчасно коригувати дії компанії та підвищувати ефективність її діяльності. Систематичний підхід до моніторингу допомагає агропромисловим підприємствам залишатися

конкурентоспроможними на динамічному ринку, адаптуватися до змін і досягати поставлених цілей.

ВИСНОВКИ

Підводячи підсумок, можна зазначити, що ефективне управління у сфері стратегічного планування на аграрних підприємствах є невід'ємною складовою їхнього сталого розвитку та конкурентоспроможності. Чітке формулювання місії та бачення, разом із ретельним аналізом ринкових умов через SWOT-аналіз, дозволяє підприємствам адаптувати свої стратегії до викликів, котрі виникають у динамічному ринковому середовищі.

Сегментація ринку та адаптація продукції під конкретні потреби споживачів відкриває нові перспективи для розширення бізнесу на нові ринки. Модернізація виробничої та логістичної інфраструктури, а також впровадження сучасних технологій, таких як: автоматизація та цифрові платформи – підвищують ефективність та знижують витрати, що є критично важливим у конкурентному аграрному середовищі.

Не менш важливим є моніторинг і оцінка результатів, які дозволяють аграрним підприємствам своєчасно коригувати стратегії у відповідь на внутрішні виклики та зміни на ринку. Систематичний підхід до моніторингу результатів забезпечує гнучкість і можливість адаптації, що в умовах мінливо-

го ринкового середовища є ключовим фактором успіху.

Перспективи подальших досліджень у цій сфері можуть включати вивчення впливу нових технологій на агропромислове виробництво, розвиток інноваційних стратегій виходу на нові ринки, а також детальне дослідження впливу глобальних економічних і політичних факторів на аграрний сектор.

Особливо актуальними є дослідження в напрямку екологічної стійкості та впровадження практик сталого розвитку, які можуть суттєво вплинути на довгострокову конкурентоспроможність агропромислових підприємств.

Крім того, вивчення ефективності використання цифрових технологій у стратегічному управлінні та маркетингу агропромислових підприємств відкриває нові горизонти для оптимізації бізнес-процесів і підвищення рівня сервісу для споживачів. Розробка нових методів аналізу даних та їх інтеграція в управлінські рішення стане важливим кроком у напрямку підвищення адаптивності підприємств до викликів сучасного ринку. ■

Бібліографія

1. Баталова О. А., Шишо Т. Ю. Роль стратегічного планування в підвищенні конкурентоспроможності підприємств-суб'єктів ЗЕД. *Ефективна економіка*. 2014. № 12. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3645>
2. Євтушенко Н. О., Дрокіна Н. І., Савенко Н. В. Стратегічне управління конкурентоспроможністю підприємства: теоретичний аспект. *Економічний простір*. 2020. № 156. С. 129–135. DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/156-23>
3. Амонс С. Е., Красняк О. П. Роль стратегічного планування як фактору формування конкурентоспроможності аграрного підприємства. *Colloquium-Journal*. 2020. № 34 (86).
4. Людвік І. І. Інноваційний розвиток України в умовах глобалізації економічного простору. *Держава та регіони. Серія : Економіка та підприємництво*. 2022. № 2 (125). URL: http://www.econom.stateandregions.zp.ua/journal/2022/2_2022/8.pdf
5. Євтушевська О. В. Роль інноваційних технологій у розвитку суспільства. *Інвестиції: практика та досвід*. 2013. № 21. URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/21_2013/4.pdf
6. Богданов В. В. Етапи формування маркетингової стратегії ІТ-підприємств. *Економіка і суспільство*. 2023. № 58. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/3320%D0%A2%D0%B5%D0%BA%D1%81%D1%82%20%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%96-3232-10-20240202.pdf>

7. Багорка М. О., Устік Т. В., Юрченко Н. І. Формування маркетингової стратегії та шляхи її імплементації в систему управління аграрних підприємств. *Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління*. 2023. № 7. DOI: <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2023-7-04-10>
8. Шульга Л. В., Терещенко І. О., Шарлай О. В. Сучасні маркетингові стратегії управління підприємством. *Ефективна економіка*. 2020. № 9. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/9_2020/65.pdf
9. Чирак І. Фінансова стабільність, фінансова нестабільність і фінансова стійкість економіки. *Світ фінансів*. 2020. № 2 (63). С. 115–125.
10. Возняк Г., Дмитрик О. Фінансова стабільність та напрями її зміцнення: кейс для України в умовах війни. *Світ фінансів*. 2020. № 2 (71). URL: <http://sf.wunu.edu.ua/index.php/sf/article/view/1513>
11. Бугай В. З., Резанов Е. О. Основні напрями збереження фінансової стійкості підприємства в умовах кризи. *Економічний простір*. 2019. № 142. С. 112–122. URL: <https://prostir.pdaba.dp.ua/index.php/journal/article/view/55>
12. Балик У. О., Орлова В. В., Данило С. І. Аналіз розвитку міжнародних стандартів якості послуг у контексті глобалізаційних викликів. *Здобутки економіки: перспективи та інновації*. 2024. № 8. DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.12755126>
13. Манелюк Ю. М., Чубур Н. В. Вплив глобалізаційних процесів на трансформацію національної держави. *Актуальні проблеми політики*. 2023. Вип. 71. С. 197–203. URL: http://app.nuoua.od.ua/archive/71_2023/27.pdf
14. Федун І. Л., Генералов О. В. Економічна глобалізація та формування міжнародних виробничих мереж. *Економіка і суспільство. Світове господарство і міжнародні економічні відносини*. 2018. № 15. С. 71–77. URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/15_ukr/12.pdf
15. Олійник Т. І., Сотула В. В. Роль стандартизації та сертифікації в підвищенні якості продукції аграрного бізнесу та шляхів його товаропросування. URL: <https://oaji.net/pdf.html?n=2023/727-1725032731.pdf>

REFERENCES

- Amons, S. E., and Krasniak, O. P. "Rol stratehichnoho planuvannia yak faktoru formuvannia konkurentospromozhnosti ahrarnoho pidpriemstva" [The Role of Strategic Planning as a Factor in the Formation of the Competitiveness of an Agrarian Enterprise]. *Colloquium-Journal*, no. 34(86) (2020).
- Bahorka, M. O., Ustik, T. V., and Yurchenko, N. I. "Formuvannia marketynhovoї stratehii ta shliakhy yii implementatsii v systemu upravlinnia ahrarnykh pidpriemstv" [Formation of a Marketing Strategy and Ways of Its Implementation in the Manage-

- ment System of Agricultural Enterprises]. *Problemy suchasnykh transformatsii. Seriiia : ekonomika ta upravlinnia*, no. 7 (2023). DOI: <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2023-7-04-10>
- Balyk, U. O., Orlova, V. V., and Danylo, S. I. "Analiz rozvytku mizhnarodnykh standartiv yakosti posluh u konteksti hlobalizatsiinykh vyklykiv" [Analysis of the Development of International Service Quality Standards in the Context of Globalization Challenges]. *Zdobutky ekonomiky: perspektyvy ta innovatsii*, no. 8 (2024). DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.12755126>
- Batalova, O. A., and Shysho, T. Yu. "Rol stratehichnoho planuvannia v pidvyshchenni konkurentospromozhnosti pidpriemstv-subiektiv ZED" [The Role of Strategic Planning in Increasing the Competitiveness of Enterprises-subjects of Foreign Trade]. *Efektivna ekonomika*. 2014. <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3645>
- Bohdanov, V. V. "Etapy formuvannia marketynhovoї stratehii IT-pidpriemstv" [Stages of Formation of the Marketing Strategy of IT Enterprises]. *Ekonomika i suspilstvo*. 2023. <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/3320%D0%A2%D0%B5%D0%BA%D1%81%D1%82%20%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%96-3232-1-10-20240202.pdf>
- Buhai, V. Z., and Riezanov, E. O. "Osnovni napriamy zberezhennta finansovoi stiiikosti pidpriemstva v umovakh kryzy" [The Main Directions of Maintaining the Financial Stability of the Enterprise in Crisis Conditions]. *Ekonomichniy prostir*. 2019. <https://prostir.pdaba.dp.ua/index.php/journal/article/view/55>
- Chyrak, I. "Finansova stabilnist, finansova nestabilnist i finansova stiiikist ekonomiky" [Financial Stability, Financial Instability and Financial Stability of the Economy]. *Svit finansiv*, no. 2(63) (2020): 115-125.
- Fedun, I. L., and Heneralov, O. V. "Ekonomichna hlobalizatsiia ta formuvannia mizhnarodnykh vyrobnychkykh merezh" [Economic Globalization and Formation of International Production Networks]. *Ekonomika i suspilstvo. Svitove gospodarstvo i mizhnarodni ekonomichni vidnosyny*. 2018. https://economyandsociety.in.ua/journals/15_ukr/12.pdf
- Liudvik, I. I. "Innovatsiinyi rozvytok Ukrainy v umovakh hlobalizatsii ekonomichnoho prostoru" [Innovative Development of Ukraine in the Conditions of Globalization of the Economic Space]. *Derzhava ta rehiony. Seriiia : Ekonomika ta pidpriemnytstvo*. 2022. http://www.econom.stateandregions.zp.ua/journal/2022/2_2022/8.pdf
- Maneliuk, Yu. M., and Chubur, N. V. "Vplyv hlobalizatsiinykh protsesiv na transformatsiiu natsionalnoi derzhavy" [The Influence of Globalization Processes on the Transformation of the National State]. *Aktualni problemy polityky*. 2023. http://app.nuoua.od.ua/archive/71_2023/27.pdf
- Oliinyk, T. I., and Sotula, V. V. "Rol standartyzatsii ta serifikatsii v pidvyshchenni yakosti produktsii ahrarnoho biznesu ta shliakhiv yoho tovaroprosuvannia" [The Role of Standardization and Certification in Improving the Quality of Agrarian Business Products and Ways of Its Marketing]. <https://oaji.net/pdf.html?n=2023/727-1725032731.pdf>
- Shulha, L. V., Tereshchenko, I. O., and Sharlai, O. V. "Suchasni marketynhovi stratehii upravlinnia pidpriemstvom" [Modern Marketing Strategies of Enterprise Management]. *Efektivna ekonomika*. 2020. http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/9_2020/65.pdf
- Vozniak, H., and Dmytryk, O. "Finansova stabilnist ta napriamy yii zmitsnennia: keis dlia Ukrainy v umovakh viiny" [Financial Stability and Ways to Strengthen It: A Case Study for Ukraine in Wartime Conditions]. *Svit finansiv*. 2020. <http://sf.wunu.edu.ua/index.php/sf/article/view/1513>
- Yevtushenko, N. O., Drokina, N. I., and Savenko, N. V. "Stratehichne upravlinnia konkurentospromozhnosti pidpriemstva: teoretychnyi aspekt" [Strategic Management of Enterprise Competitiveness: Theoretical Aspect]. *Ekonomichniy prostir*, no. 156 (2020): 129-135. DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/156-23>
- Yevtushevska, O. V. "Rol innovatsiinykh tekhnolohii u rozvytku suspilstva" [The Role of Innovative Technologies in the Development of Society]. *Investytsii: praktyka ta dosvid*. 2013. http://www.investplan.com.ua/pdf/21_2013/4.pdf