

реагує на зміни зовнішнього середовища, а й формує власну стратегію розвитку на основі даних, аналітики та системного планування.

Таким чином, інтегральний маркетинг виступає ключовим драйвером стійкого розвитку, оскільки забезпечує трансформацію соціального результату діяльності організації у репутаційний капітал і фінансові ресурси, що, у свою чергу, формує основу для довгострокового функціонування та зростання.

Список використаних джерел:

1. Благодійний фонд «Благомай». Київ, 2026. URL: <https://charitymay.com/uk>.
2. Благодійний фонд «Благомай». Фінансова звітність. Київ, 2026. URL: <https://charitymay.com/uk/reporting/>.
3. Внутрішня комунікаційна стратегія БФ «Благомай» на 2025–2027 рр. Київ, 2025.
4. Книга звітності БФ «Благомай» за 2024 рік. Київ, 2024. С. 6, 11. URL: <https://charitymay.com/uk/reporting/>.

Федосєєв М.М.,
здобувач вищої освіти,
Гринчук Ю.С.,
доктор економічних наук, професор,
професор кафедри менеджменту,
Білоцерківський національний аграрний університет

СТРАТЕГІЧНИЙ АНАЛІЗ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ АГРАРНИМ ПІДПРИЄМСТВОМ

Розвиток аграрного сектору економіки в сучасних умовах характеризується зростанням рівня конкуренції та ускладненням впливу факторів зовнішнього середовища, що обумовлює підвищення вимог до якості управління підприємствами галузі. Розвиток аграрного сектору економіки в умовах посилення конкуренції та глобалізації ринків зумовлює зростання ролі стратегічного управління суб'єктами господарювання в аграрному секторі економіки країни [1, с. 498]. У таких умовах особливого значення набуває стратегічний аналіз як інструмент обґрунтування довгострокових управлінських рішень.

Стан функціонування аграрних підприємств свідчить про наявність системних проблем ефективності господарювання. Дослідження показують, що підприємства галузі сільського господарства виділяються низькою ефективністю, а кожне третє – збиткове [2, с. 45]. Така ситуація актуалізує

необхідність застосування інструментів стратегічного управління, здатних забезпечити підвищення результативності діяльності підприємств агробізнесу.

У науковій літературі стратегічний аналіз розглядається як складова стратегічного управління, що забезпечує прогнозування результатів діяльності підприємства та визначення перспектив його розвитку. Зокрема стратегічний аналіз дає змогу робити прогнози розвитку, проводити планування, оптимізувати витрати та прибутки [2, с.45]. Це визначає його роль як інструменту формування стратегічних орієнтирів підвищення ефективності господарювання.

Однією з ключових складових стратегічного аналізу виступає стратегічне планування. Наголошується, що стратегічне планування є єдиним засобом прогнозування майбутніх проблем і можливостей. Його використання дозволяє зменшити невизначеність у процесі прийняття управлінських рішень, оскільки формальне планування допомагає зменшити ризик у прийнятті рішень [2, с. 41].

Методичне забезпечення стратегічного аналізу передбачає застосування інструментів, спрямованих на оцінювання рівня стійкості функціонування аграрних підприємств та виявлення тенденцій їх розвитку. У дослідженнях зазначається, що для аналізу нестабільності господарювання може проводитись статистичне вимірювання коливання розміру землекористування за коефіцієнтом варіації [2, с. 45]. Використання таких підходів дозволяє оцінити рівень варіативності ресурсної бази підприємств, що має безпосереднє значення для формування їх довгострокових стратегій розвитку та підвищення ефективності господарської діяльності. Недостатній рівень використання наукових методів управління негативно впливає на стратегічний розвиток галузі.

Недостатнє використання в сучасних економічних умовах наукових методів управління сільським господарством на всіх рівнях породило нездатність виробляти правильний напрямок його розвитку, обґрунтовувати раціональну виробничу структуру на довгострокову перспективу [1, с. 498]. Це свідчить про необхідність системного впровадження стратегічного аналізу в практику управління підприємствами агробізнесу.

Емпіричні дослідження підтверджують суттєвий вплив стратегічного управління на результати діяльності аграрних підприємств. Встановлено, що стратегічне планування суттєво вплинуло на розвиток бізнесу, про що свідчить високий середній бал у 4,78, який відображає його позитивний вплив на конкурентне позиціонування та розширення ринку [3, с. 145]. Це свідчить про необхідність використання стратегічного аналізу як інструменту забезпечення конкурентоспроможності підприємств агробізнесу.

Крім того, стратегічне формування розглядається як процес розробки довгострокових планів щодо ефективного управління екологічними можливостями та загрозами з урахуванням сильних і слабких сторін компанії [3,

с. 147]. Успішність стратегічного розвитку значною мірою залежить від ефективності реалізації стратегічних рішень, оскільки успішна реалізація стратегічних планів має вирішальне значення для розвитку бізнесу [3, с. 150].

Таким чином, стратегічний аналіз виступає необхідною складовою системи управління аграрним підприємством, забезпечує прогнозування результатів діяльності, формування стратегічних орієнтирів розвитку та підвищення ефективності господарювання. Його системне застосування сприяє зниженню ризиків управління, підвищенню конкурентоспроможності та забезпеченню довгострокового розвитку підприємств аграрного сектору економіки.

Список використаних джерел:

1. Биба В. Теоретичні основи стратегічного управління сільським господарством. Економічний аналіз. 2024. Том 34. № 2. С. 498-505. DOI: <https://doi.org/10.35774/econa2024.02.498>
2. Кащена Н. Б., Остапенко Р. М., Чміль Г. Л. Стратегічний аналіз в управлінні діяльністю підприємств агробізнесу: організаційно-методичний аспект. Наукові праці Міжрегіональної академії управління персоналом. Економічні науки. Випуск 2 (69). 2023. С. 40–46. DOI: <https://doi.org/10.32689/2523-4536/69-5>
3. Yenga D, Chasha M, The Effect of Strategic Management Practices on the Growth of Small and Medium Agri-Business Enterprise: A Case of Selected Farms in Lusaka and Chisamba. Soc Sci J Adv Res. 2025;5(2):145-153. Available From <https://ssjar.singhpublication.com/index.php/ojs/article/view/246>

Філімонова М.В.,
здобувач вищої освіти,
науковий керівник: **Могилова М.М.,**
доктор економічних наук, доцент,
професор кафедри менеджменту, маркетингу та підприємництва
Національний університет «Києво-Могилянська академія»

КРИТЕРІЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ КОНДИТЕРСЬКОЇ ГАЛУЗІ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ НЕЮ

На сучасному етапі кондитерська галузь світової і вітчизняної економіки функціонує в нестабільних умовах, де ціни на сировину й енергоресурси постійно коливаються, а споживчі уподобання та попит зміщуються до натуральних, безпечних і функціональних продуктів. Із розвитком нових технологій виробництва підвищується якість продукції, а разом із цим зростає і вибагливість споживачів до відповідності власним очікуванням. Кондитерський