



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE OF UKRAINE

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ
ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАДИМА ГЕТЬМАНА

KYIV NATIONAL ECONOMIC UNIVERSITY
NAMED AFTER VADYIM HETMAN



IV Міжнародна науково-практична інтернет-конференція
**«СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ КОМЕРЦІЙНОЇ
ДІЯЛЬНОСТІ І ЛОГІСТИКИ»**

IV International Scientific-Practical Internet Conference
«MODERN TECHNOLOGIES OF COMMERCE AND LOGISTICS»

ЗБІРНИК МАТЕРІАЛІВ
CONFERENCE'S DIGEST



1 листопада 2024 р.
November 1, 2024

м. Київ, Україна
Kyiv, Ukraine

УДК 658.8:658.7(06)
С 91

Рекомендовано до друку

Науково-експертною радою

*Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана
протокол №11 від 21.11.2024р.*

Вченою радою

*Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана
Протокол № 3 від 28.11.2024 р.*

Редакційна колегія:

Олексюк О.І., д.е.н., проф. (відп. за випуск); **Шафалюк О.К.**, д.е.н., проф.;
Федорченко А.В., д.е.н., проф.; **Ханс-Дитрих Хаазіс**, проф.; **Довбіщук І.**, д.е.н.;
Дима О.О., д.е.н., доц.; **Галиця І.О.**, д.е.н., проф.; **Кривещенко В.В.**, к.е.н., доц.;
Висоцька О.М., к.е.н., доц., **Сержук А.В.**, к.е.н., доц.,

С 91 Сучасні технології комерційної діяльності і логістики: Зб. матеріалів
IV Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції [Електронний ресурс]. — Київ : КНЕУ, 2024. 325 с.
ISBN 978-966-926-511-1

Викладено результати новітніх вітчизняних і закордонних досліджень в яких висвітлені питання теорії комерційної діяльності і логістики, практичного і міжнародного досвіду інтеграції комерційної діяльності і логістики, визначені перспективні напрями розвитку логістичної науки на концептуальному рівні та шляхи розв'язання актуальних проблем управління комерційною діяльністю сучасних підприємств.

УДК 658.8:658.7(06)

Адреса редакційної колегії:

03680, м. Київ, проспект Перемоги, 54/1, кімн. 357

*Розповсюджувати та тиражувати
без офіційного дозволу КНЕУ заборонено*

ISBN 978-966-926-511-1

© КНЕУ, 2024

Організаційний комітет конференції

Голова:

Лариса АНТОНЮК – проректор з наукової роботи КНЕУ імені Вадима Гетьмана, д.е.н., професор

Співголови

Олександр ШАФАЛЮК – декан факультету маркетингу КНЕУ імені Вадима Гетьмана, д.е.н., професор

Олексій ОЛЕКСЮК – завідувач кафедри комерційної діяльності і логістики КНЕУ імені Вадима Гетьмана, д.е.н., професор

Андрій ФЕДОРЧЕНКО – завідувач кафедри маркетингу КНЕУ імені Вадима Гетьмана, д.е.н., професор

Члени організаційного комітету:

Олександр ДИМА – заступник декана факультету маркетингу КНЕУ імені Вадима Гетьмана, професор кафедри комерційної діяльності і логістики, д.е.н., доцент

Ірина DOBЫЩУК - запрошений професор кафедри комерційної діяльності і логістики Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана, доцент кафедри міжнародного бізнесу та управління ланцюгами поставок факультету бізнесу, комунікації та авіації університету Маунт-Роял, Канада, д.е.н., професор

Дірк САКМАН – Prof. Dr., професор загального бізнес-адміністрування, зокрема логістики та управління виробництвом, кафедра економіки та інформатики.

Ігор ГАЛИЦЯ – професор кафедри економіки праці і менеджменту Національного університету харчових технологій, д.е.н., професор

Віталій ШАРКО – професор кафедри товарознавства, експертизи та торговельного підприємництва, доктор економічних наук, доцент

Тетяна МЕХЕД - Міжнародна асоціація маркетингових ініціатив ГС «Міжнародна асоціація маркетингових ініціатив», 2019-2022р.р., маркетингові комунікації, Customer Experience. Виконавчий директор

Вікторія КРИВЕЩЕНКО – заступник завідувача кафедри комерційної діяльності і логістики КНЕУ імені Вадима Гетьмана, доцент кафедри комерційної діяльності і логістики, к.е.н., доцент

Оксана ВИСОЦЬКА – доцент кафедри комерційної діяльності і логістики КНЕУ імені Вадима Гетьмана, к.е.н.

Андрій ЗАКРЕВСЬКИЙ – доцент кафедри комерційної діяльності і логістики КНЕУ імені Вадима Гетьмана, к.е.н.

Юлія ЗИМБАЛЕВСЬКА - доцент кафедри комерційної діяльності і логістики КНЕУ імені Вадима Гетьмана, к.е.н., доцент

Ольга КУДИРКО – доцент кафедри комерційної діяльності і логістики КНЕУ імені Вадима Гетьмана, к.е.н.

Вячеслав КУЖЕЛЬ – доцент кафедри комерційної діяльності і логістики КНЕУ імені Вадима Гетьмана, к.е.н., доцент

Юлія ЛИТЮГА – доцент кафедри комерційної діяльності і логістики КНЕУ імені Вадима Гетьмана, к.е.н., доцент

Тетяна ЛЯДЕНКО – старший викладач кафедри комерційної діяльності і логістики КНЕУ імені Вадима Гетьмана

Сергій ПОЗНЯК – доцент кафедри комерційної діяльності і логістики КНЕУ імені Вадима Гетьмана, к.е.н., доцент

Антоніна РАДІОНОВА – доцент кафедри комерційної діяльності і логістики КНЕУ імені Вадима Гетьмана, PhD з економіки

Едуард САВИЦЬКИЙ – доцент кафедри комерційної діяльності і логістики КНЕУ імені Вадима Гетьмана, к.е.н., доцент

Анна ТАЩЕНКО - доцент кафедри комерційної діяльності і логістики КНЕУ імені Вадима Гетьмана, к.с.н.

Геннадій ХМУРКОВСЬКИЙ – доцент кафедри комерційної діяльності і логістики КНЕУ імені Вадима Гетьмана, к.е.н., доцент

Відповідальний секретар організаційного комітету

Анастасія СЕРЖУК – доцент кафедри комерційної діяльності і логістики КНЕУ імені Вадима Гетьмана, к.е.н.

Розміщені у збірнику тези є науковим твором, підготовленим за результатами авторських досліджень. Організаційний комітет конференції забезпечив технічну обробку авторських текстів і підготовку до друку. **Матеріали друкують у авторській редакції.**

Відповідальність за отримані наукові результати та дотримання принципів академічно доброчесності покладаються на авторів, згідно Закону України «Про авторське право і суміжні права».

Автори творів, включених до збірника тез, зберігають виключні права і обов'язки на використання своїх наукових творів незалежно від видання в цілому, якщо інше не передбачено авторським договором (ЗУ Про авторське право і суміжні права» Ст. 19).

Передмова

Сучасний етап світового соціально-економічного розвитку характеризується складними та багатовимірними процесами, які мають безпосередній вплив на регіональні економічні системи, національну економіку України, а також суттєво змінюють стратегії розвитку національних підприємств. Новітні технології, прискорення наслідків зміни клімату відбувається на фоні загострення військових конфліктів, зіткнення політичної парадигми демократичного суспільства з викликами тоталітарних режимів. Україна перебуває у центрі цих суперечливих трансформації світопорядку. Українці та національні компанії долають наслідки війни, пройшовши складний період глобальної пандемії. Уставлені транспортно-логістичні системи зруйновані у східних і південних регіонах, а моделі ведення комерційної діяльності все більше повинні враховувати стандарти і правила діяльності Європейського простору. Зміцнення, відновлення та розвиток економіки України можливі тільки за умови формування стійкої і ефективної нової національної транспортно-логістичної системи, збалансованого внутрішнього ринку, конкурентоспроможного національного виробництва споживчих та промислових товарів. Повернення до попереднього стану слід вважати неможливим, а відновлення є шансом створення нових економічних механізмів, якісного відтворення господарських процесів за новітніми стандартами, політиками і правилами.

Українські компанії, приватні підприємці та споживачі є тією первинною економічною основою, що створює перспективи перемоги у поточній війні, а освіта та наукові результати – визначають перемоги майбутніх війн. Цінні, ефективні та прикладні наукові результати є тією зброєю, яка дозволяють сформувати потенціал конкурентоспроможності на світових ринках. Відзначаючи виключне значення та провідну роль вітчизняних підприємців і науковців у формуванні майбутнього незалежної України, а також усвідомлюючи необхідність зміцнення національної професійної спільноти у сфері логістики і комерційної діяльності, кафедра комерційної діяльності і логістики Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана започаткувала і успішно проводить багато років Міжнародну науково-практичну конференцію «Сучасні технології комерційної діяльності і логістики».

Професіонали у сфері комерційної діяльності і логістики задіяні у різних сферах і впливають на життя кожного з нас. Навіть часто ми всі разом стаємо частиною ланцюгів постачання наших збройних сил, підтримуючі внутрішньо перемішених осіб, сім'ї за кордоном чи співвітчизників постраждалих від військових дій. Нові умови змінили майже все для України – транспортні коридори, структуру споживання, купівельну платоспроможність, розташування логістичних центрів та інше – але вони не змінили і ніколи не змінять нашого прагнення до кращого і вільного життя. Практики і фахівці різних компаній, науковці, студенти, зарубіжні експерти – всі вони доклали зусиль до реалізації цієї конференції провівши актуальні дослідження, прийнявши участь у дискусіях, піднявши ключові питання: подолання логістичних перешкод, які виникли внаслідок війни; пошуку механізмів організації роботи за збільшених безпекових ризиків та нестабільності; розробки управлінських механізмів адаптації сучасних умов комерційної діяльності і логістики.

Міжнародна науково-практична конференція «Сучасні технології комерційної діяльності і логістики» була і залишається відкритою та вільною платформою професійних дискусій з найбільш актуальних проблем сьогодення у цій сфері. Досвід проведення конференції попередніх років підтверджує, що об'єднання зусиль науковців і бізнесменів-практиків для розвитку технологій комерційної діяльності і логістики є однією з ключових передумов майбутнього України. Організаційний комітет і кафедра комерційної діяльності і логістики Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана засвідчує свою повагу і висловлює глибоку подяку науковцям, викладачам і практикам, які взяли участь у роботі конференції. Сподіваємося і на подальшу плідну співпрацю, на обмін думками, досвідом, результатами досліджень, які збагатять сучасну науку та практику управління комерційною діяльністю і логістикою.

*З повагою, д.е.н. Олексюк Олексій Іванович,
завідувач кафедри комерційної діяльності і логістики
Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана*

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1. СЕКЦІЯ 1. ПІДХОДИ ТА ІНСТРУМЕНТАРІЙ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ Й ОРГАНІЗАЦІЇ ТОРГІВЕЛЬНИХ ОПЕРАЦІЙ

Елизавета Зелінська	
CRM SYSTEMS WITH AI INTEGRATION AS METHODS OF COUNTERING THE SHADOW ECONOMY IN THE COMMERCIAL ACTIVITIES OF COMPANIES	13
Марина Котова, Дмитро Головань	
ВПЛИВ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ НА РОЗВИТОК ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ В СУЧАСНИХ УМОВАХ	15
Аліна Швець, Інна Бергелівська	
ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ ЯК РУШІЙНА СИЛА БІЗНЕС-РОЗВИТКУ	17
Олексій Олексюк, Максим Новалівський	
ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ В КОМЕРЦІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ КОМПАНІЙ	20
Андрій Закревський, Анастасія Яковчук	
ВПЛИВ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ УКРАЇНСЬКИХ КОМПАНІЙ: ВИКЛИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ	23
Аліна Литвиненко, Тетяна Леонівна	
ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ В КОМЕРЦІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ УКРАЇНСЬКОЇ КОМПАНІЇ «НОВА ПОШТА»	26
Маріанна Павлішин, Софія Однорів	
ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ПРОДАЖ: ДОСВІД КОМПАНІЇ LPP	29
Юлія Литюга, Ярослав Логвиненко	
ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ ТА E-COMMERCE В КОМЕРЦІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ КОМПАНІЙ	31
Аліна Литвиненко, Сергій Маткобовиж	
РОЛЬ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ ТА ВЕЛИКИХ ДАНИХ В УПРАВЛІННІ КОМЕРЦІЙНИМИ ПРОЦЕСАМИ	33
Анастасія Могилова, Діана Самойленко	
ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ СУЧАСНОГО БІЗНЕСУ	36
Ольга Богданович, Микита Некрасов	
СУЧАСНІ ФОРМАТИ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	38
Котова Марина, Софія Шамрай	
РОЗВИТОК ФОРМАТІВ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ: ВІД КЛАСИЧНОЇ ТОРГІВЛІ ДО ОМНІКАНАЛЬНИХ ПІДХОДІВ	40
Олена Бабічева, Олена Корчинівська	
ОМНІКАНАЛЬНИЙ МАРКЕТИНГ ЯК ПЕРСПЕКТИВНА СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ	42
Світлана Тимчук	
МУЛЬТИКАНАЛЬНІ СТРАТЕГІЇ ЗБУТУ ТУРИСТИЧНИХ ПРОДУКТІВ У ЦИФРОВУ ЕРУ	44

Олексюк Олексій , Филипчук Ярема	
СУЧАСНІ ІТ-ТЕХНОЛОГІЇ В УПРАВЛІННІ КОМЕРЦІЙНОЮ ТА ЛОГІСТИЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА	47
Марина Котова, Анастасія Шковира	
ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В КОМЕРЦІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ КОМПАНІЙ	49
Віталій Шарко	
ІНТЕГРУВАННЯ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ З ІНФОРМАЦІЙНОЮ СИСТЕМОЮ КЛАСУ ERP	52
Андрій Закревський, Тетяна Отрода, Яна Олійник	
ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В УПРАВЛІННІ ПРОДАЖАМИ: НОВІ МОЖЛИВОСТІ ДЛЯ ЗРОСТАННЯ БІЗНЕСУ	55
Литюга Юлія, Кубріна Вікторія	
УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСОМ ПРОДАЖУ НА ПІДПРИЄМСТВІ.....	58
Литюга Юлія, Котик Дарина	
АВТОМАТИЗАЦІЯ УПРАВЛІННЯ АСОРТИМЕНТОМ: ОГЛЯД СУЧАСНИХ ПРОГРАМНИХ РІШЕНЬ ТА ЇХ ПЕРЕВАГИ.....	59
Олеся Романенко, Олександр Мельник	
ЗАСТОСУВАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В КАТЕГОРІЙНОМУ МЕНЕДЖМЕНТІ КОМПАНІЙ	62
Надія Писаренко	
НЕЙРОМАРКЕТИНГ І ВИКОРИСТАННЯ АЙТРЕКІНГУ В СУЧАСНИХ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕННЯХ.....	64
Аліна Литвиненко, Олена Лавроненко	
РОЗВИТОК ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ ЗА СУЧАСНИХ УМОВ	67
Марина Котова, Марія Симчук	
МОБІЛЬНА КОМЕРЦІЯ ЯК КЛЮЧОВИЙ ТРЕНД СУЧАСНОГО РИНКУ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ.....	69
Котова Марина, Усачова Софія	
РОЛЬ МОБІЛЬНИХ ДОДАТКІВ В ЕЛЕКТРОННІЙ КОМЕРЦІЇ	72
Котова Марина, Юхненко Марія	
МОБІЛЬНА КОМЕРЦІЯ ЯК ОСНОВНИЙ ІНСТРУМЕНТ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ	74
Юлія Гавриш, Маргарита Сінайко	
QR-ЕКВАЙРИНГ ЯК НОВИЙ ТРЕНД У КОМЕРЦІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ УКРАЇНСЬКИХ КОМПАНІЙ	77
Котова Марина, Яна Розумець	
ВПЛИВ ВПРОВАДЖЕННЯ ПЛАТІЖНИХ СИСТЕМ НА РОЗВИТОК ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ	79
Котова Марина, Білик Альона	
БЕЗПЕКА ПЕРСОНАЛЬНИХ ДАНИХ У СФЕРІ ЕЛЕКТРОННОЇ ТОРГІВЛІ.....	82
Олександр Дейнега, Дмитро Будзін	
ЦИФРОВІ ІНСТРУМЕНТИ ДЛЯ УПРАВЛІННЯ РЕСТОРАННИМ БІЗНЕСОМ ПІД ЧАС ВІЙНИ	84

Аліна Литвиненко, Владислава Співак

ТЕНДЕНЦІЇ СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ ХАРЧОВИХ ПІДПРИЄМСТВ
НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ87

Дмитро Сапожник

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА В
ЕЛЕКТРОННОМУ СЕРЕДОВИЩІ90

Євген Смирнов, Євген Смирнов

ПЕРСПЕКТИВИ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ СПОРТИВНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ93

Ольга Орленко, Ярослава Комарніцька

НЕМАТЕРІАЛЬНІ АКТИВИ ЯК НЕВІД'ЄМНА СКЛАДОВА СУЧАСНОЇ КОМЕРЦІЙНОЇ
ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА98

СЕКЦІЯ 2. ЛОГІСТИЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ В РОЗВИТКУ СУЧАСНИХ КОМПАНІЙ ТА ЇХ ОБ'ЄДНАНЬ

Oleksii Oleksiuk, Irina Dovbischuk

GREEN LOGISTICS IMPLEMENTATION IN THE FRAGILE WAR-AFFECTED ENVIRONMENT
IN UKRAINE100

Вікторія Кривещенко, Геннадій Хмурковський, Тетяна Ляденко

КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ В ЛАНЦЮГАХ ПОСТАЧАННЯ103

Аліна Швець, Кривогубова Ілона

ІНТЕГРАЦІЯ СТРАТЕГІЇ СТАЛОГО РОЗВИТКУ В УПРАВЛІННЯ ЛАНЦЮГАМИ
ПОСТАЧАННЯ105

Ірина Поповиченко, Олександра Омеліч, Микита Мірошніченко

РОЛЬ ІНТЕГРОВАНИХ ЛАНЦЮГІВ ПОСТАЧАННЯ В УМОВАХ ВІЙНИ: ВИКЛИКИ ТА
ПЕРСПЕКТИВИ ДЛЯ УКРАЇНИ108

Антоніна Радіонова, Софія Кульбашна

РОЛЬ ЛОГІСТИЧНИХ ХАБІВ У СУЧАСНИХ ЛАНЦЮГАХ ПОСТАЧАННЯ112

Олександр Попов, Данило Смородкін

ЗНАЧЕННЯ ІНТЕГРОВАНИХ ЛАНЦЮГІВ ПОСТАЧАННЯ ДЛЯ АГРАРНОГО СЕКТОРУ
УКРАЇНИ115

Олег Загурський

ПІДХОДИ ЩОДО ВИЗНАЧЕННЯ СТРУКТУРИ НАДІЙНОСТІ ЛАНЦЮГА ПОСТАЧАНЬ117

Зоя Соколова

ПЕРСПЕКТИВИ МОДЕРНІЗАЦІЇ ЛАНЦЮГІВ ПОСТАЧАННЯ В АФРИЦІ119

Мильничук Тетяна, Личак Анастасія

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОЇ ЛОГІСТИКИ В УМОВАХ ВІЙНИ122

Олександр Мішин, Богдан Бондаренко

НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ЛОГІСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У МІЖНАРОДНОМУ БІЗНЕСІ125

Луценко Ірина, Катерина Кисіль

СТРАТЕГІЧНЕ ПАРТНЕРСТВО ТА КОЛАБОРАЦІЯ В ЛОГІСТИЦІ ЯК ІНСТРУМЕНТИ
ЕФЕКТИВНОГО ВИХОДУ НА РИНКИ ЄС128

Світлана Мішина, Анастасія Мішина	
ОПТИМІЗАЦІЯ КАДРОВИХ ПОТОКІВ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ МІЖНАРОДНОЇ КОМПАНІЇ.....	130
Світлана Мішина, Вертегел Валерія	
АНАЛІЗ ПІДХОДІВ ДО ОЦІНЮВАННЯ ПЕРСОНАЛУ ЛОГІСТИЧНОЇ КОМПАНІЇ.....	133
Tien Cuong Mai, Hien Thi Thanh Dao	
IMPROVING ROAD FREIGHT TRANSPORTATION BUSINESS AT THE HANOI BRANCH OF NIPPON EXPRESS VIETNAM	136
Аліна Нечипорук, Дмитро Головань	
ТРАНСПОРТНА ЛОГІСТИКА В УМОВАХ ВІЙНИ: ВИПРОБУВАННЯ ТА МОЖЛИВОСТІ.....	138
Аліна НЕЧИПОРУК, Олександра ЩЕРБАК	
АДАПТАЦІЯ ТРАНСПОРТНО-ЛОГІСТИЧНИХ КОМПАНІЙ ДО УМОВ ВОЄННОГО СТАНУ	140
Луценко Ірина, Руденко Оксана	
СТІЙКІСТЬ ЛОГІСТИЧНИХ СИСТЕМ В УМОВАХ ВОЄННИХ ДІЙ	142
Анастасія Сержук, Анастасія Кучеренко	
ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТІЙКОСТІ ТРАНСПОРТНО-ЛОГІСТИЧНИХ КОМПАНІЙ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ	145
Татьяна Ляденко, Анна Лисоконь	
ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТІЙКОСТІ ТРАНСПОРТНО-ЛОГІСТИЧНИХ КОМПАНІЙ УКРАЇНИ.....	147
Ольга Приймук, Дмитро Головань	
ІННОВАЦІЙНІ РІШЕННЯ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ СТІЙКОСТІ ТРАНСПОРТНО-ЛОГІСТИЧНИХ КОМПАНІЙ	149
Людмила Демидчук	
ВПЛИВ ФАКТОРІВ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА НА СТІЙКІСТЬ АВТОТРАНСПОРТНИХ ПІДПРИЄМСТВ РІЗНОГО ТИПУ	151
Антоніна Радіонова, Івахненко Дмитро	
ЗЕЛЕНА ЛОГІСТИКА ЯК СТРАТЕГІЯ ПОКРАЩЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ СТІЙКОСТІ АВТОТРАНСПОРТНИХ КОМПАНІЙ УКРАЇНИ	154
Світлана Смерічевська, Валерія Яковенко	
ТРАНСПОРТНО-ЛОГІСТИЧНІ КЛАСТЕРИ: СВІТОВИЙ ДОСВІД ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ.....	157
Ольга Приймук, Валерія Воробйова	
ЛОГІСТИЧНІ КЛАСТЕРИ ЯК СТРАТЕГІЯ ПІДВИЩЕННЯ СТІЙКОСТІ ТРАНСПОРТНОГО СЕКТОРУ В УКРАЇНІ	160
Юлія Гавриш, Вікторія Дуйко	
ТРАНСПОРТНА ТА АГРОЛОГІСТИКА УКРАЇНИ: ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ В УМОВАХ ВІЙНИ	162
Тетяна Войченко	
ВИКОРИСТАННЯ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ В СФЕРІ МОРСЬКИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ І ЛОГІСТИКИ	164

Антоніна Радіонова, Поліщук Анна	
ВПЛИВ АВТОМАТИЗОВАНИХ ПРОЦЕСІВ НА ПІДВИЩЕННЯ ШВИДКОСТІ, ТОЧНОСТІ ТА БЕЗПЕКИ МОРСЬКИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ	167
Гончарук Анастасія, Смерічевська Світлана	
ADR CARGO HANDLING CONCEPT, PROSPECTIVES AND CHALLENGES	170
Антоніна Радіонова, Бікташева Анастасія	
ЕФЕКТИВНІСТЬ КОНТЕЙНЕРНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ: ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ	173
Ольга Афанасьєва, Артем Кирюхін	
МОЖЛИВОСТІ ЗБІЛЬШЕННЯ ЕКСПОРТУ ПРОДУКЦІЇ АГРОПРОМИСЛОВОГО КОМПЛЕКСУ ЧЕРЕЗ МОРСЬКИЙ ПОРТ ЧОРНОМОРСЬК	175
Волинець Людмила, Янішевський Андрій, Волинець Яна	178
ВПЛИВ КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА НА ПРОЦЕСИ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВ ЛОГІСТИЧНИХ ПРОВАЙДЕРІВ В УКРАЇНІ	178
Дмитро Кузьмін, Світлана Весперіс	
СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО КОНЦЕПЦІЇ ЗЕЛЕНОЇ ЛОГІСТИЧНОЇ СТРАТЕГІЇ У ГАЛУЗІ АПК ..	182
Геннадій Хмурковський, Богдан Батюк	
ІНТЕГРАЦІЯ ЛОГІСТИЧНИХ СИСТЕМ У ФАРМАЦЕВТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ: КЛЮЧОВІ ВИКЛИКИ ТА РІШЕННЯ	185
Olha Polous, Andrii Baraniuk	
FEATURES OF AN ENGINEERING COMPANIES' INFORMATION AND LOGISTICS MANAGEMENT	188
Дима Олександр, Ломова Ярослава	
РЕВЕРСИВНА ЛОГІСТИКА: ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ	190
Луценко Ірина, Опенько Анастасія	
ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ РІШЕНЬ ДЛЯ УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ В ЛАНЦЮГАХ ПОСТАЧАННЯ	193
Антоніна Радіонова, Наталія Очеретяна	
БЛОКЧЕЙН-ТЕХНОЛОГІЇ В ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ПРОЗОРОСТІ ТА БЕЗПЕКИ ЛОГІСТИЧНИХ ОПЕРАЦІЙ	195
Сержук Анастасія, Терентьева Анастасія	
ЦИФРОВІ ДВІЙНИКИ В ЛОГІСТИЦІ	198
Тетяна Котуранова, Ірина Котуранова	
ІННОВАЦІЙНІ ІТ-ТРЕНДИ В ЛОГІСТИЦІ	200
Мар'яна Кобеля-Звір	
ГРАНТОВІ ПРОГРАМИ ТРАНСКОРДОННОГО СПІВРОБІТНИЦТВА: МОЖЛИВОСТІ, ПЕРСПЕКТИВИ, БАР'ЄРИ	203
Андрій Прощенко	
РОЛЬ CRM У ПОБУДОВІ СТРАТЕГІЇ БАГАТОКАНАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ В ЛОГІСТИЧНИХ КОМПАНІЯХ	205

Хмурковський Геннадій, Барбашова Олександра	
ЛОГІСТИЧНА ПІДТРИМКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ СУЧАСНОГО БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩА.....	208

СЕКЦІЯ 3. БІЗНЕС-МОДЕЛІ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

Ольга Богданович, Анна Вороніна	
РОЗВИТОК УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ В ПЕРІОД ВОЄННОГО СТАНУ	210
Аліна Литвиненко, Світлана Кацаран	
РОЗВИТОК ПІДПРИЄМНИЦТВА В ПЕРІОД ВОЄННОГО СТАНУ	212
Микитенко Вікторія	
ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО ГОСПОДАРЮВАННЯ: ОРГАНІЗАЦІЯ РЕКОНСТРУКТИВНОГО ПРОСТОРОВОГО РОЗВИТКУ ГОСПОДАРСЬКИХ СИСТЕМ	215
Володимир Мещеряков, Ельміра Коваленко	
РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВА В ПЕРІОД ВОЄННОГО СТАНУ	218
Ганна Іващенко, Марія Однорог	
АНАЛІЗ ВПЛИВУ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ НА РОЗВИТОК МІЖНАРОДНИХ СТАНДАРТІВ БІЗНЕСУ.....	220
Павло Мороз, Анастасія Кучеренко	
СТАЛІЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ	223
Галина Кошельок, Олена Павлова	
РЕЛОКАЦІЯ ІТ-БІЗНЕСУ: ВИКЛИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ ДЛЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА	226
Олексій Олексюк, Владислав Петровець	
ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА В ПЕРІОД ВОЄННОГО СТАНУ	229
Марія Ковальова, Ірина Троян	
МАЛИЙ І СЕРЕДНІЙ БІЗНЕС В УМОВАХ ВІЙНИ: АДАПТАЦІЯ, ВИЖИВАННЯ ТА РОЗВИТОК	232
Людмила Дибчук, Вікторія Гордійчук	
СУЧАСНИЙ БІЗНЕС У СВІТІ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ: ГОЛОВНІ ТРЕНДИ.....	235
Інна Поворознюк	
ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА В ПЕРІОД ВОЄННОГО СТАНУ	238
Леся Слатвінська	
УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСОМ ВІДНОВЛЕННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ У ВОЄННИЙ ТА ПІСЛЯВОЄННИЙ ПЕРІОДИ В УКРАЇНІ	240
Анастасія Сержук, Таїсія Пальчик	
СТРАТЕГІЇ СТІЙКОСТІ КОМПАНІЇ «НОВА ПОШТА» В УМОВАХ ВИКЛИКІВ ВОЄННОГО ЧАСУ	243
Марина Котова, Валерія Германова	
РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВА «НОВА ПОШТА» В УМОВАХ ВІЙНИ	246
Марина Котова, Юлія Саламаха	
МАРКЕТИНГОВІ МЕТОДИ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ: АДАПТАЦІЯ ДО ВИКЛИКІВ.....	249

Ярослава Ларіна, Юлія Сухина	
ВПЛИВ ЗМІН ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧІВ НА ТОВАРНУ ПРОПОЗИЦІЮ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ КРИЗОВИХ СИТУАЦІЙ.....	252
Girchenko Tetiana, Kaidashova Tetiana	
CHALLENGES WITH INFLUENCERS IN MARKETING CAMPAIGNS ON SOCIAL NETWORKS	254
Olha Polous, Oleksandr Hrebelnyk	
THE ROLE OF THE SOCIALLY ORIENTED MARKETING MODEL IN STABILISING THE COMPANY'S FUNCTIONING IN CRISIS CONDITIONS	257
Tetiana Kniazieva, Bohdan Polous	
INCREASING THE COMPANY'S HR BRAND AWARENESS BY REALISING THE POTENTIAL OF ENVIRONMENTAL MARKETING.....	259
Інна Волкова, Владислав Луцько	
ВПЛИВ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ НА ПОПУЛЯРИЗАЦІЮ НАЦІОНАЛЬНИХ ВИРОБНИКІВ	261
Сак Тетяна	
СУЧАСНІ ІНСТРУМЕНТИ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ	264
Світлана Фірсова	
МАРКЕТИНГОВА ГНУЧКІСТЬ В УМОВАХ ТУРБУЛЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА	267
Олена Бучинська, Єлизавета Яременко	
РОЛЬ PR У МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЯХ ДЛЯ ПРОСУВАННЯ НАЦІОНАЛЬНИХ ВИРОБНИКІВ.....	269
Альона Штанова, Марія Пашкевич	
РОЛЬ МАРКЕТИНГОВОГО АНАЛІЗУ ПРИ РОЗРОБЦІ СТРАТЕГІЇ ВИХОДУ НА ЗОВНІШНІ РИНКИ ДЛЯ НАЦІОНАЛЬНИХ ВИРОБНИКІВ	271
Владислав Тітов	
МАРКЕТИНГОВІ ЗАСАДИ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ ЕКОНОМІЧНОГО РИЗИКУ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ	273
Інна Бойчук	
ЗМІНИ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ НА B2B РИНКАХ В УМОВАХ ВІЙНИ.....	275
Ганна Поповиченко	
СТАН МАРКЕТИНГУ В АГРАРНІЙ СФЕРІ УКРАЇНИ	278
Замроз Мар'яна, Андрій Топчак	
ОСНОВНІ ЕТИЧНІ ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ В ПЕРІОД ВОЄННОГО СТАНУ	280
Олександра Гронь, Ірина Попова	
ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ СТРАТЕГІЇ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В МІЖНАРОДНОМУ СЕРЕДОВИЩІ	282
Аліна Литвиненко, Анна Серебрянська	
ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ВИХОДУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА НА МІЖНАРОДНИЙ РИНОК.....	284

Олександра Гронь, Марія Сухоставець	
УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА НА МІЖНАРОДНИХ РИНКАХ.....	287
Ганна Іващенко, Діана Коваль	
ФОРМУВАННЯ ПОТЕНЦІАЛУ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ ІТ-КОМПАНІЇ.....	289
Ганна Іващенко, Салюк Олександр	
ФОРМУВАННЯ БЕЗПЕКООРІЄНТОВАНОГО РОЗВИТКУ ІМПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ІТ-КОМПАНІЇ.....	292
Людмила Сагер, Анна Корж	
СТИМУЛЮВАННЯ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙ: СИСТЕМАТИЗАЦІЯ ЗАХОДІВ ТА АНАЛІЗ ПОТЕНЦІЙНИХ РИЗИКІВ.....	295
Лілія Хоменко	
СИСТЕМАТИЗАЦІЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ У ЛАНЦЮГУ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙ.....	298
Ольга Орленко, Дар'я Коропацька	
СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК СТРАТЕГІЧНИЙ ІНСТРУМЕНТ ВІДНОВЛЕННЯ УКРАЇНСЬКОЇ ЕКОНОМІКИ.....	301
Олександр ПОПОВ	
ЗАЛЕЖНІСТЬ ВИКОРИСТОВУВАНИХ БІЗНЕС-МОДЕЛЕЙ ВІД ГАЛУЗІ І КОН'ЮНКТУРИ РИНКУ.....	304
Марина Котова, Анастасія Малинка	
РИЗИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ ДЛЯ МОДЕЛІ БІЗНЕСІВ ЗА ПІДПИСКОЮ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ.....	307
Віра Круглякова, Віта Марцеховська	
РОЛЬ КОМПЛІАЄНСУ В СТВОРЕННІ РЕПУТАЦІЇ КОМПАНІЇ.....	309
Антоніна Радіонова, Наталя Мельничук	
ЗАЛІЗНИЧНИЙ ТРАНСПОРТ ЯК ФАКТОР РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УМОВАХ ВІЙНИ В УКРАЇНІ.....	312
Олексій Олексюк, Альбіна Рабінович	
ОРГАНІЗАЦІЯ ТРАНСПОРТНО-СКЛАДСЬКОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МЕРЕЖІ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	315
Ольга Орленко, Дарина Хохлова	
АДАПТАЦІЯ МАЛОГО БІЗНЕСУ ДО КРИЗОВИХ УМОВ.....	318
Марина Котова, Марія Черненко	
ПАТРІОТИЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ МОНОБАНКУ ПІД ЧАС РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ.....	321
Олена Дуріхіна	
РОЛЬ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ У ВИЩІЙ ОСВІТІ.....	323

діяльності;

провести оцінку рівня і якості виконання підприємством зобов'язань по контрактах з іноземними партнерами, визначити ефективність та переваги такої співпраці;
визначити методику аналітичної оцінки ефективності окремої експортної операції.

Література

1. Отенко І. П. Корпоративна культура: міжнародний та трансформаційний аспекти [Електронний ресурс] : монографія / І. П. Отенко, М. І. Чепелюк. – Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2018. – 242 с.
2. Lytvynenko A. Formation of the strategy of the company in international business // A. O. Lytvynenko, O. D. Lytvynenko // International scientific journal «Internauka». Series: «Economic Sciences». – 2023. – № 2(70). – С. 133-140. URL: <https://www.inter-nauka.com/uploads/public/16764658143833.pdf> (Дата звернення: 06.10.2024)
3. Гронь О. В. Сучасні технології комунікацій в міжнародному бізнесі / О. В. Гронь, К. В. Сатушева // Моделювання регіональної економіки. – 2019. – Вип. 2(34). – С. 86-96. (Дата звернення: 27.09.2024)
4. Імнадзе І. Н. Component strategies of foreign economic development. Вісник Східноукраїнського національного університету ім. В. Даля. – 2022. – С. 35-44. URL: <https://journals.snu.edu.ua/index.php/VisnikSNU/article/download/566/545/549> (Дата звернення: 10.10.2024)

УДК:339.5:631.11

Аліна Литвиненко

*к.е.н., доцент кафедри міжнародних економічних відносин та безпеки бізнесу
ХНЕУ ім. С. Кузнеця, Харків, Україна*

Alina.lytvynenko@hneu.net

Анна Серебрянська

*здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти
освітньо-професійна програма «Міжнародний бізнес»
ХНЕУ ім. С. Кузнеця, Харків, Україна*

anyserebryanskay@gmail.com

ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ВИХОДУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА НА МІЖНАРОДНИЙ РИНОК

THE DEVELOPMENT OF A BUSINESS STRATEGY FOR AN AGRICULTURAL ENTERPRISE TO FACILITATE ITS ENTRY INTO THE INTERNATIONAL MARKET

Анотація. У сучасних умовах глобалізації та інтеграції світових ринків сільськогосподарські підприємства стикаються з низкою викликів, таких як висока конкуренція, різноманітність регуляторних вимог та необхідність адаптації до культурних та економічних особливостей інших країн. Водночас, вихід на міжнародний ринок може значно підвищити стійкість та життєздатність підприємства. Обґрунтовано що формування стратегії виходу сільськогосподарського підприємства на зовнішні ринки охоплює основні етапи процесу, включаючи аналіз ринку, визначення цілей та пріоритетів, розробку продукту та цінової стратегії, вибір каналів збуту та дистрибуції, маркетингову стратегію, логістичні рішення, юридичні та регуляторні аспекти, фінансове планування та управління ризиками.

Abstract. An article presents the context of globalisation and the integration of world markets, agricultural enterprises are confronted with a number of challenges, including intense competition, disparate regulatory requirements and the necessity to adapt to the cultural and economic characteristics of other countries. Concurrently, international market entry can markedly enhance an enterprise's sustainability and viability. It has been demonstrated that the formulation of an agricultural enterprise's strategy for entering foreign markets encompasses the principal stages of the process, including market analysis, the establishment of objectives and priorities, product development and pricing strategy, the selection of sales and distribution channels, marketing strategy, logistics solutions, legal and regulatory aspects, financial planning and risk management.

Ключові слова: міжнародний ринок, сільськогосподарське підприємство, стратегія, конкуренція, експорт.
Key words: international market, agricultural enterprise, strategy, competition, export.

Формування стратегії щодо виходу на міжнародні ринки є важливим етапом розвитку будь-якого сільськогосподарського підприємства, оскільки він відкриває нові можливості для збуту продукції, збільшення прибутків та розширення бізнесу.

Мета роботи полягає в формуванні комплексних заходів для успішної інтеграції підприємства у міжнародні ринки, підвищення його конкурентоспроможності та забезпечення стабільного економічного зростання.

Вихід сільськогосподарського підприємства на зовнішні ринки потребує ретельного планування та розробки комплексної стратегії, яка враховує специфіку галузі, ринкові умови та ресурси підприємства. Нижче наведено ключові етапи формування такої стратегії:

1. Аналіз ринку: дослідження цільових ринків, а саме визначення перспективних ринків для експорту продукції. Оцінка попиту, ринкових тенденцій, конкурентного середовища та регуляторних вимог. Проведення SWOT-аналізу для виявлення сильних та слабких сторін підприємства, а також можливостей і загроз, що виникають при виході на зовнішні ринки.

2. Визначення цілей та пріоритетів: формулювання цілей таких, як встановлення чітких і досяжних цілей для виходу на зовнішні ринки, наприклад, збільшення обсягу продажів, завоювання певної частки ринку, підвищення прибутковості. Визначення найбільш перспективних ринків для початку експортної діяльності.

3. Розробка продукту та цінової стратегії: адаптація продукту включає в себе врахування вимог та уподобань споживачів цільового ринку. Можлива модифікація продукту для відповідності місцевим стандартам та смакам. Цінова стратегія, що означає визначення конкурентоспроможної ціни, яка враховує витрати на виробництво, транспортування, митні збори та інші витрати.

4. Вибір каналу збуту та дистрибуції: прямий експорт де є встановлення прямих відносин з іноземними покупцями або дистриб'юторами. Непрямий експорт де використання послуг посередників, таких як експортні торгові компанії або агентства.

5. Маркетингова стратегія: розробка маркетингових кампаній для підвищення впізнаваності бренду на зовнішньому ринку. Використання інструментів цифрового маркетингу, участь у міжнародних виставках та ярмарках. Брендуння, а саме створення привабливого іміджу бренду, який виділятиметься на цільовому ринку.

6. Логістика та управління ланцюгом поставок: транспортні рішення, що включають в себе вибір оптимальних транспортних маршрутів та методів доставки продукції. Організація складування продукції у місцях наближених до ринків збуту для скорочення часу доставки [3].

7. Юридичні та регуляторні аспекти: відповідність стандартам де є забезпечення відповідності продукції місцевим і міжнародним стандартам якості та безпеки. Митне оформлення, яке розробляє процедури для ефективного митного оформлення та мінімізації ризиків затримок.

8. Фінансове планування: визначення бюджету для реалізації стратегії виходу на зовнішні ринки, враховуючи витрати на маркетинг, логістику, адаптацію продукту та інші витрати. Вивчення можливостей залучення фінансування, включаючи кредити, гранти та інвестиції.

9. Управління ризиками: виявлення потенційних ризиків, таких як валютні коливання, політична нестабільність, зміни регуляторних вимог. Розробка планів реагування на можливі ризики та створення механізмів їхнього мінімізації.

10. Моніторинг та оцінка ефективності: ключові показники ефективності (KPI), а саме встановлення показників для оцінки успішності стратегії, таких як обсяг експорту, частка ринку, рентабельність. Регулярний моніторинг виконання плану та внесення коригувань у стратегію на основі отриманих результатів.

Вихід на міжнародні ринки супроводжується наявністю проблем для будь-якого типу та розміру підприємства, але потенційні можливості для розвитку більш значні та вимагають переосмислення бізнес-стратегії підприємства відповідно до сучасних умов глобалізації. До

основних причин, які спонукають опанувати міжнародні ринки, доречно віднести такі, що наведені на рис. 1.

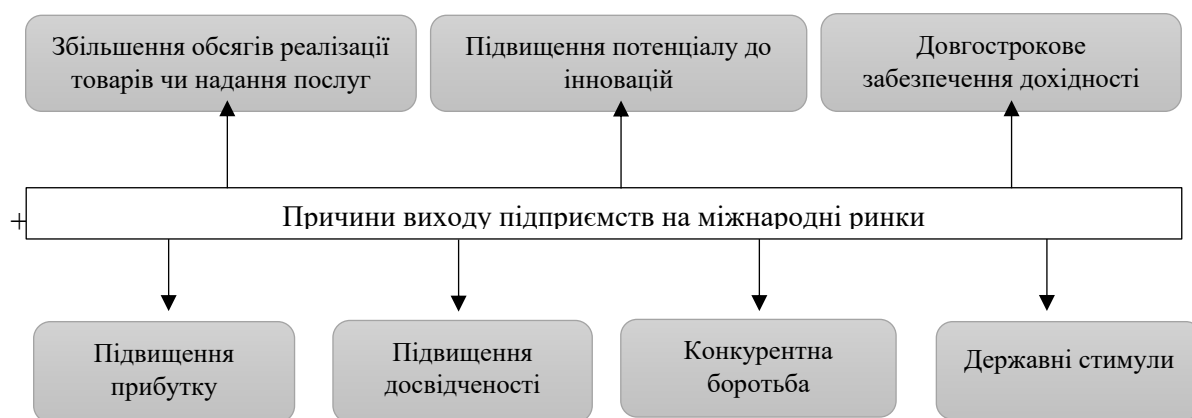


Рис. 1. Причини виходу підприємств на міжнародні ринки

Таким чином, розробка та реалізація комплексної стратегії виходу на зовнішні ринки дозволяє сільськогосподарському підприємству ефективно інтегруватися у міжнародні ринки, підвищити конкурентоспроможність та забезпечити стабільне зростання. Лише систематичний та всебічний підхід до планування та реалізації стратегії дозволить сільськогосподарському підприємству успішно інтегруватися в міжнародні ринки та забезпечити стабільне економічне зростання.

Література

1. Соціально-етичний маркетинг : монографія / Є. В. Ромат, Г. В. Алданькова, К. В. Березовик та ін. ; за заг. ред. А.А. Мазаракі, Є.В. Ромата. – 2-ге вид., перероб. і допов. – Київ : Київ. нац. торг.- екон. ун-т, 2017. – 372 с.
2. Кононова І. В. Класифікація стратегій розвитку соціально-економічних систем. Науковий вісник Ужгородського національного університету. 2017. Вип. 12. Ч. 1. С. 167–171.
3. Закижевська І. В., Полозова В. М. Особливості виходу фірми на міжнародні ринки. Вісник Хмельницького національного університету, 2021. – Вип. 6. – Т. 2. – С. 211-215.
4. Lytvynenko A. Formation of the strategy of the company in international business // A. O. Lytvynenko, O. D. Lytvynenko // International scientific journal «Internauka». Series: «Economic Sciences». – 2023. – № 2(70). – С. 133-140. URL: <https://www.inter-nauka.com/uploads/public/16764658143833.pdf> (Дата звернення: 16.10.2024)
5. Lytvynenko A. The Impact of the Covid-19 Pandemic on the Dynamics of Financial Instruments in the World Trade // A. Lytvynenko, O. Lytvynenko, I. Otenko, I. Hrabynskiy, M. Povoroznyk, D. Nikitin // WSEAS Transactions on Business and Economics, 2022, 19, P. 1748-1763 Режим доступу: <https://wseas.com/journals/articles.php?id=7331> (Дата звернення: 16.10.024)

Наукове видання

**СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ
КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ
І ЛОГІСТИКИ / MODERN TECHNOLOGIES
OF COMMERCIAL ACTIVITY
AND LOGISTICS**

Збірник матеріалів / Conference's digest

**IV Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції /
IV International scientific-practical internet-conference**

м. Київ / Kyiv

1 листопада 2024 р. / November 1, 2024

Видано в авторській редакції

Підп. до друку 28.11.2024. Формат 60×84/8.

Друк. арк. 13,54. Зам. 24-5881

Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана 03680,
м. Київ, проспект Берестейський, 54/1

Свідоцтво про внесення до Державного реєстру
суб'єктів видавничої справи (серія ДК, № 235 від 07.11.2000)

E-mail: litera@kneu.edu.ua