

для зростання аграрного сектору України. Створення сприятливих умов для залучення іноземних інвесторів допоможе модернізувати виробництво та підвищити його конкурентоспроможність. Отже, сільське господарство України має значний потенціал для розвитку, однак для його реалізації необхідно подолати низку викликів, що стоять перед галуззю. Ефективне використання земельних ресурсів, технічна модернізація, залучення інвестицій та впровадження новітніх технологій стануть запорукою успіху аграрного сектору. Важливу роль відіграє державна підтримка, розвиток науки та освіти, що дозволить підвищити продуктивність і забезпечити сталий розвиток сільського господарства. У разі комплексного підходу до розв'язання наявних проблем, Україна зможе не лише зберегти свої позиції на світовому ринку, а й значно зміцнити їх у майбутньому.

Список використаних джерел:

1. Лупенко Ю.О., Ходаківська О.В., Нечипоренко О. М., Шпикуляк О.Г. Стан і тенденції розвитку сільського господарства в структурі національної економіки України. *Наукові горизонти*. 2022. Т. 25, № 6. С. 121–128.
2. Гринько Т.В. Інноваційний розвиток України: тенденції та проблеми. *Технологічний аудит та резерви виробництва*. 2013. № 1/3 (9). С. 17–21.

Канд. екон. наук Олійник Т. І., Орел Р. В.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ ЯК СТРАТЕГІЧНИЙ ІНСТРУМЕНТ

УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

У сучасному світі бізнес-планування відіграє ключову роль у досягненні успіху підприємства. Постійні зміни в економіці, високий рівень конкуренції та зростаючі вимоги інвесторів роблять бізнес-план не просто формальністю, а стратегічним інструментом для ухвалення рішень.

Вірно складений бізнес-план дає змогу оцінити перспективи розвитку компанії, розрахувати фінансові показники, визначити потенційні ризики та розробити ефективну стратегію їх мінімізації. Він також слугує основою для залучення інвестицій і партнерських відносин, адже чітко демонструє прибутковість та стійкість проєкту.

Технологічна революція переписує правила гри в роздрібній торгівлі – акцент на персональному підході та омніканальних стратегіях стає ключовим. В умовах таких катаклізмів роздрібна торгівля не просто важливий сектор економіки – вона є стратегічним майданчиком стабільності країни, забезпечуючи робочі місця та формуючи довгострокову економічну стійкість. Тому аналіз впливу зовнішніх чинників на роздрібний бізнес набуває особливої актуальності: необхідно не лише адаптуватися, а й інтегрувати принципи сталого розвитку в корпоративну стратегію. Це відповідає сучасним глобальним трендам і вимогам споживача, що шукає не просто товар, а ціннісний продукт для стійкого майбутнього.

Проблема впливу зовнішніх чинників на діяльність підприємств роздрібною торгівлі знайшла відображення у працях багатьох вітчизняних і зарубіжних дослідників. Проблема впливу зовнішніх чинників на діяльність підприємств роздрібною торгівлі широко висвітлюється у працях як українських, так і зарубіжних дослідників, оскільки торгівля є важливою складовою економіки, що реагує на зміни у зовнішньому середовищі. Іваненко О.М. [1] зосереджує свою увагу на впливі економічних криз, які суттєво змінюють споживчу поведінку через падіння купівельної спроможності населення. Автор наголошує, що підприємства роздрібною торгівлі змушені адаптуватися до нових умов через зміну асортиментної політики, перехід до бюджетних сегментів товарів і впровадження акційних пропозицій. У дослідженні акцентується увага на тому, що економічні кризи не лише змінюють структуру попиту, але й стимулюють підприємства до пошуку інноваційних рішень для оптимізації витрат. Петренко В.А. та Коваленко Л.Г. [2] досліджують вплив екологічної свідомості споживачів на формування маркетингових і продуктових стратегій у роздрібній торгівлі. Автори підкреслюють, що зростаючий попит на екологічно чисті товари змушує підприємства впроваджувати «зелені» практики, такі як використання екологічного пакування, перероблених матеріалів та відмова від пластику. Smith, J. та ін. [3] акцентують увагу на ролі технологічних чинників, які трансформують бізнес-моделі роздрібною торгівлі. У дослідженні підкреслено, що діджиталізація стає рушійною силою змін, адже все більше підприємств переходять до омніканальних стратегій, поєднуючи онлайн- та офлайн-продажі. Автори відзначають, що технології, такі як Big Data, штучний інтелект і CRM-системи, дозволяють бізнесу краще розуміти потреби

клієнтів і пропонувати персоналізовані рішення, що підвищує їх конкурентоспроможність. Brown, T. та Green, M. [4] розглядають вплив глобальних трендів, таких як циркулярна економіка та сталий розвиток, на діяльність роздрібних підприємств. Вони акцентують увагу на важливості інтеграції принципів сталого розвитку у бізнес-процеси, адже це дозволяє підприємствам не лише відповідати сучасним екологічним вимогам, але й отримувати фінансові переваги.

Додатково слід зазначити, що багато українських дослідників звертають увагу на специфічні проблеми, з якими стикаються підприємства роздрібної торгівлі в умовах військових дій. Наприклад, Касич А., Рафальська І. [5] досліджують адаптацію бізнесу до змін у логістиці та пошуку нових ланцюгів постачання. Автори підкреслюють, що підприємства змушені оперативно реагувати на перебої з постачанням, перепланувати маршрути логістики та шукати локальних поставальників, що сприяє розвитку регіональних виробників. Таким чином, праці дослідників формують широку теоретичну та практичну базу для аналізу зовнішніх чинників, що впливають на діяльність підприємств роздрібної торгівлі. Вивчення цих чинників дозволяє підприємствам ефективніше адаптуватися до змін та розробляти стратегії для успішного функціонування в умовах постійно змінюваного середовища.

Список використаних джерел:

1. Іваненко О.М. Екологічна свідомість споживачів: вплив на ринок. *Економіка та управління*. 2021. № 12(3). С. 45–52.
2. Петренко В.А., Коваленко Л.Г. Використання екологічного пакування у роздрібній торгівлі. *Науковий журнал економічних досліджень*. 2022. № 15(1). С. 67–74.
3. Smith J., Johnson R., Lee A. Green practices in retail: A global perspective. *Journal of Sustainability Studies*. 2023. № 28(4). P. 213–225.
4. Brown T., Green M. Digitalization in retail: Challenges and opportunities. *International Journal of Retail Studies*. 2020. № 34(2). P. 109–125.
5. Касич А., Рафальська І. Вплив економічної нестабільності на ринок роздрібної торгівлі в Україні. *Причорноморські економічні студії*. 2022. № 24(1). С. 145–153.