



### Список використаних джерел

1. Вараксіна О. В., Воронько-Невіднича Т. В., Барабаш К. Г. Особливості застосування маркетингових комунікацій аграрними підприємствами. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2020. Вип. 2 (25). С. 166–172. URL: <http://www.easterneurope-ebm.in.ua/index.php/vipusk-25-2020>.
2. Івченко Є. А. Дослідження підходів щодо визначення сутності маркетингової стратегії підприємства. *Механізм регулювання економіки*. 2009. № 4. С. 90–96. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/14041404.pdf>.
3. Ільченко Т. Маркетингова стратегія діяльності аграрних підприємств в умовах діджиталізації. *Економіка та суспільство*. 2021. № 26. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-26-21>.
4. Ільченко Т. В. Роль маркетингових інструментів в інноваційному розвитку аграрних підприємств. *Бізнес-інформ*. 2020. № 10. С. 460–468. <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-10-460-468>.

**Воронько-Невіднича Т. В.,**

к. е. н., завідувач кафедри менеджменту ім. І. А. Маркіної, доцент,

**Черних О. В.,**

здобувач вищої освіти третього (освітньо-наукового) рівня

спеціальності 073 Менеджмент,

*Полтавський державний аграрний університет,*

*м. Полтава, Україна*

### ЗАСТОСУВАННЯ КОНЦЕПЦІЇ РЕЗИЛЬЄНТНОСТІ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ АГРОПРОДОВОЛЬЧОЇ СФЕРИ У ПОВОЄННИЙ ПЕРІОД

Повномасштабне вторгнення в Україну, наслідками якого є руйнування, збитки та втрати у поєднанні з довоєнними проблемами незбалансованого, ресурсовитратного господарювання, все нагальніше визначають необхідність у радикальному перегляді стратегій і пріоритетів соціально-економічного розвитку економіки в цілому та агропродовольчої сфери, зокрема.

За роки незалежності відбулося фокусування на ресурсно-сировинній та напівфабрикатній (із незначним ступенем обробки сировини) експортній орієнтації економіки, у тому числі в агровиробництві та переробці сільськогосподарської продукції, наслідками якого стало падіння виробництва, порушення замкнутих циклів низки галузей тощо. Водночас, увага послаблювалася до забезпечення стратегічних пріоритетів



інноваційного розвитку та диверсифікації наукоємної економіки, прогнозування та реалізації програм кадрового забезпечення, мотивації працівників, державних службовців, підприємців тощо.

Наслідками військових дій вже є руйнація традиційної спеціалізації України, погіршення матеріально-технічного забезпечення господарської діяльності підприємств, порушення логістичних схем ресурсопостачання і транзиту продукції, втрату вагової частини ринків збуту тощо.

В економічній науці концепція резильєнтності є відносно новою. Дефініція «резильєнтність» використовується у різних сферах діяльності й напрямках наукових досліджень. Спочатку термін застосовувався у фізиці (в прямому значенні: здатність матеріалів відновлювати свою форму після деформації). У психології резильєнтність означає здатність людини протистояти стресу (життєстійкість особистості). У минулому столітті термін «резильєнтність» почав широко використовуватися у медицині, психології та екології, а за останні кілька десятиліть також значно поширився в економічних, соціальних і політичних дослідженнях. Що пояснюється зростанням нестабільності політичних систем, глобальним масштабом фінансових криз, зростанням ризиків стихійних лих і глобальних змін клімату тощо. Таким чином, концепція резильєнтності сьогодні має міждисциплінарний характер.

У широкому розумінні резильєнтність будь-якої системи є сукупністю таких рис як здатність до абсорбції ризику, адаптації та відновлення [3].

Здатність до поглинання небезпеки означає можливість системи нівелювати ризик, тобто протистояти ударам. Адаптивність – це здатність системи змінюватися, щоб пристосуватися до нових умов і вимог середовища. У свою чергу, функція відновлення є функцією, за допомогою якої система приходить до балансу.

Так, дослідники виділили такі вимоги до економічних систем, яким притаманна резильєнтність [1]:

- можливість поглинати збурення при збереженні функціональних можливостей системи;
- здатність системи до самоорганізації, включаючи створення і підтримку соціальних інститутів, мереж;
- схильність системи до навчання та інноваційності у відповідь на шоківі збурення.



Очевидно, що концепція резильєнтності підприємств є надзвичайно актуальною, а післявоєнний період відродження має супроводжуватиметься активними заходами з пошуку механізмів, а також заходами щодо пом'якшення та нівелювання втрат від військових дій для вітчизняної економіки. Серед пріоритетних завдань визначимо необхідність у динамічній активізації господарської та інвестиційної діяльності, підвищення конкурентоспроможності України, розширення географії збуту готової продукції і послуг тощо.

### Список використаних джерел

1. Greenham T., Cox E., Ryan-Collins J. Mapping Economic Resilience. Friends Provident Foundation. N.Y., 2013. 35 p.
2. Hutorov, A.O., Hutorova, O.O., Lupenko, Y.O., Yermolenko, O.A., Voronko-Nevidnycha, T.V. (2019) Modeling of the cycle of reproduction process in the agrarian sector of economy (Ukraine). *Espacios*, 40 (7), 13 p. URL: <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-85064820296&partnerID=40&md5=6b5db9b33ffec030261c7612b582e6bd>.
3. Meng B., Li N., Fang D. Attributes, challenges and future directions of community resilience. *Frontiers of Engineering Management*. 2018. No 5 (3). P. 307–323. DOI: <https://doi.org/10.15302/J-FEM-2018030>.

**Гнєдков Р.А.,**  
здобувач вищої освіти,  
Науковий керівник – **Онопрієнко І.М.,**  
к.е.н., доцент кафедри маркетингу та логістики, доцент,  
*Сумський національний аграрний університет,*  
*м. Суми, Україна*

## ОЦІНЮВАННЯ ЯКОСТІ ПРОДУКЦІЇ ЯК СКЛАДОВА МАРКЕТИНГОВОГО АУДИТУ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА

У маркетингу товар сприймається як комплекс відчутних та невідчутних властивостей, тому головна ідея маркетингу продавати не товар як такий, а продавати засіб вирішення споживчих проблем.

Маркетингова товарна політика представляє собою комплекс заходів, у рамках якого один або кілька товарів використовуються як основні інструменти досягнення цілей підприємства. Аудит маркетингової товарної політики вимагає знань ринкової адекватності продуктів, якості товарів,