

може виявитися особливо корисним для прогнозування тенденцій у виробництві та експорті.

**Таблиця 2 – Розрахункова таблиця сезонних коливань експорту Україною ріпаку у період 2017-2023 рр.**

Місяць	Середнє за місяць	Індекс сезонності	Абсолют. відхил. від загальної середньої	Відносне відхил. від заг. середньої, %	Індекс сезонності, %	(Ic-100) <sup>2</sup>
<b>1</b>	23549668,10	0,358	-42167899,9	-64,17	35,83	4117,190658
<b>2</b>	4590385,00	0,070	-61127183,0	-93,01	6,99	8651,786582
<b>3</b>	5091094,40	0,077	-60626473,6	-92,25	7,75	8510,628811
<b>4</b>	3812484,70	0,058	-61905083,3	-94,20	5,80	8873,391807
<b>5</b>	2082950,70	0,032	-63634617,3	-96,83	3,17	9376,136188
<b>6</b>	2192506,90	0,033	-63525061,1	-96,66	3,34	9343,87923
<b>7</b>	59995504,60	0,913	-5722063,4	-8,71	91,29	75,81277154
<b>8</b>	213568568,90	3,250	147851000,8	224,98	324,98	50615,73762
<b>9</b>	189951026,90	2,890	124233458,8	189,04	289,04	35736,67859
<b>10</b>	153724365,30	2,339	88006797,2	133,92	233,92	17933,68203
<b>11</b>	84781530,50	1,290	19063962,4	29,01	129,01	841,5179416
<b>12</b>	45270730,80	0,689	-20446837,2	-31,11	68,89	968,0311081
<b>Усього</b>	<b>65717568,07</b>	<b>x</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>x</b>	<b>155044,4733</b>

*Джерело: побудовано авторами на основі даних табл.1*

#### Інформаційні джерела

1. UN Comtrade Database. URL: UN Comtrade
2. Культура ріпак (особливості вирощування та зберігання) //ІАС «Аграрії разом». URL: agrarii-razom.com.ua

## СТРАТЕГІЇ МЕНЕДЖМЕНТУ ТА МАРКЕТИНГУ В УМОВАХ ІНТЕГРАЦІЇ БІЗНЕСУ ДО ЄВРОПЕЙСЬКОГО ЕКОНОМІЧНОГО ПРОСТОРУ

**Романюк І.А.**, д-р екон. наук, доц.  
Криворізький державний педагогічний університет

Інтеграція до Європейського економічного простору (ЄЕП) є одним із ключових стратегічних напрямків для багатьох компаній і організацій. Перш за все, варто відзначити, що Європейський економічний простір включає в себе велику кількість країн з різним рівнем економічного розвитку, культурних особливостей та правових норм. Це створює унікальні виклики та можливості для бізнесу,

оскільки компанії, які інтегруються до ЄЄП, повинні враховувати цю різноманітність та адаптуватися до неї.

Багато компаній прагнуть виходити на нові ринки і розширювати свою географію діяльності, що вимагає розробки ефективних стратегій менеджменту та маркетингу, спрямованих на успішне втілення їх бізнес-моделей в умовах ЄЄП. Крім того, з появою нових технологій та цифрових засобів комунікації, маркетингові стратегії стають більш складними та різнобічними. Це означає, що компанії повинні постійно адаптувати свої підходи до маркетингу та продажів, щоб привертати увагу клієнтів у країнах ЄЄП та конкурувати на міжнародному ринку ефективно.

Інтеграція бізнесу до ЄЄП відкриває перед компаніями не тільки нові можливості, але й вимагає вирішення ряду викликів. Аналізуючи переваги та виклики участі в ЄЄП для бізнесу, можна виділити декілька ключових аспектів [1, с. 103]. Переваги участі в ЄЄП полягають у доступі до великого ринку з високим рівнем купівельної спроможності, сприянні у підвищенні конкурентоспроможності через стандартизацію і підвищення якості продукції, а також у зменшенні торговельних бар'єрів та спрощенні процедур експорту-імпорту. Однак інтеграція також вносить свої виклики, такі як необхідність адаптації до європейських стандартів та регуляцій, конкуренція на насиченому ринку, культурні різниці та нестабільність фінансового середовища.

Оптимальні моделі інтеграції для підприємств в різних галузях можуть включати стратегії асиміляції, де компанії прагнуть адаптуватися до місцевих умов та стандартів, а також стратегії диверсифікації, коли підприємства розширюють свій асортимент або виходять на нові ринки в ЄЄП. Стратегії адаптації бізнесу до європейських стандартів та регуляцій включають в себе глибоке вивчення правового середовища, узгодження продукції з вимогами безпеки та якості, а також налагодження механізмів співпраці з місцевими партнерами та органами влади.

Маркетингові стратегії для залучення клієнтів у країнах ЄЄП передбачають диференційовані підходи до сегментів ринку, використання місцевих каналів збуту та комунікації, а також акцент на підтримку бренду та репутації в контексті європейських споживачів [2, с. 167]. Адаптація продуктів та послуг до потреб європейського споживача вимагає глибокого розуміння культурних відмінностей, вподобань та тенденцій, а також активної роботи з маркетинговим дослідженням та аналізом ринку.

Ключові аспекти управління персоналом у міжнародних компаніях включають культурну адаптацію, навчання та розвиток

персоналу, створення міжкультурного комунікативного середовища та формування ефективних механізмів командної роботи. Тренди в кадровому забезпеченні у європейських країнах включають цифровізацію навчальних процесів, розвиток гнучких форм зайнятості та активну підтримку інноваційного мислення серед працівників. Роль культурних відмінностей у формуванні ефективного управлінського процесу полягає в усвідомленні та прийнятті різних підходів до комунікації, прийнятті рішень та вирішенні конфліктів.

Фінансові аспекти входження в європейські ринки та їх вплив на бізнес включають оцінку фінансових ризиків, використання фінансових інструментів для зменшення валютних ризиків та забезпечення стабільності капіталу. Моделі управління фінансовими ризиками при інтеграції в ЄП можуть включати забезпечення фінансової стабільності через диверсифікацію інвестицій, застосування страхових продуктів та управління кредитними ризиками. Фінансові інструменти для забезпечення стабільності та зростання у європейському середовищі можуть включати венчурний капітал, кредитування під інноваційні проекти, а також використання фінансових технологій для оптимізації фінансових процесів.

Роль інновацій у створенні конкурентних переваг на європейському ринку полягає в постійному вдосконаленні продукції та послуг, використанні новітніх технологій та підходів до виробництва, а також в активному впровадженні інновацій в маркетингові стратегії та продажі. Вплив цифрових технологій на стратегії маркетингу та продажів передбачає активне використання онлайн-каналів збуту та комунікації, персоналізацію маркетингових пропозицій та використання аналітики для покращення ефективності маркетингових кампаній. Інноваційні підходи до управління бізнесом у контексті інтеграції до ЄП включають створення гнучких організаційних структур, розвиток інноваційних продуктів та послуг, а також активну співпрацю з місцевими інноваційними екосистемами для забезпечення сталого розвитку компанії в умовах європейського ринку.

Основні фактори успіху у контексті інтеграції бізнесу до ЄП включають в себе розробку ефективних стратегій менеджменту та маркетингу [3, с. 200]. Це означає глибоке вивчення місцевих стандартів і регуляцій, адаптацію продуктів та послуг до вимог споживачів, а також активне використання інноваційних підходів у всіх сферах діяльності. Культурна адаптація та розвиток персоналу допомагають підприємствам ефективно працювати в різноманітних культурних середовищах через створення міжкультурного середовища, навчання та розвиток співробітників.

Фінансовий аспект включає управління фінансовими ризиками та використання фінансових інструментів для забезпечення стабільності та зростання. Оцінка фінансових ризиків, диверсифікація інвестицій та застосування ефективних фінансових стратегій є ключовими факторами успіху. Маркетингові стратегії повинні бути диференційовані та враховувати культурні та економічні відмінності різних регіонів для привертання та утримання клієнтів у країнах СЕП. Використання інновацій та цифрових технологій у всіх аспектах бізнесу дозволяє створювати конкурентні переваги та забезпечує стійке зростання на європейському ринку.

Отже, інтеграція до Європейського економічного простору вимагає комплексного підходу до стратегічного менеджменту та маркетингу для досягнення успіху і сталого розвитку в глобальному бізнес-середовищі.

#### **Інформаційні джерела**

1. Азізов О. Аналіз і прогноз маркетингових стратегій та PR в умовах пандемії коронавірусу. *Університетські наукові записки*. 2020. № 3-4 (75-76). С. 101-108.

2. Квятко Т.М., Мандич О.В., Севідова І.О., Бабко Н.М., Романюк І.А., Вітковський Ю.П., Микитась А.В. Маркетингові дослідження: навч. посіб. Харків : ХНТУСГ, 2020. 163 с.

3. Мандич О.В. Удосконалення рекламних та маркетингових продуктів для розвитку підприємств сільського зеленого туризму. Боголібські читання: матер. І Всеукр. конф., 18 вересня 2020 р., Переяслав : ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет імені Григорія Сковороди», 2020. С. 200-201.

## **КЛАСТЕРИЗАЦІЯ ЯК МЕХАНІЗМ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ: МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД**

**Свистун А.М.**, здоб. ОС «магістр»

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц **Л.В. Шовкун-Заблоцька**  
Державний біотехнологічний університет

Агробізнес в Україні є одним з рушіїв стабільного функціонування та подальшого економічного й соціального розвитку, гарантією надійного збереження продовольчої безпеки держави. Успішність та ефективність цього важливого сектору суспільного виробництва залежить від багатьох чинників, зокрема від впровадження новітніх наукових розробок – інновацій – у сферу