

Л. А. Євчук,
д. е. н., професор, т.в.о. завідувача кафедри економіки та підприємництва,
Чорноморський національний університет імені Петра Могили
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-6699-3768>

DOI: 10.32702/2306-6814.2026.10.32

УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ Й ГРОШОВИМИ КОШТАМИ, МАРКЕТИНГ, ЦІНОУТВОРЕННЯ ТА КРИТИЧНЕ МИСЛЕННЯ ЯК ФАКТОРИ ФОРМУВАННЯ СТІЙКИХ КОНКУРЕНТНИХ ПОЗИЦІЙ ПІДПРИЄМСТВ

L. Yevchuk,
Doctor of Economic Sciences, Professor, temporary acting head of the Department
of Economics and Entrepreneurship, Petro Mohyla Black Sea National University

RISK AND CASH MANAGEMENT, MARKETING, PRICING, AND CRITICAL THINKING IN SHAPING SUSTAINABLE COMPETITIVE POSITIONS

Стійкість конкурентних позицій підприємств стає ключовим чинником сучасної економіки, характеризованої невизначеністю та швидкими змінами. Формування такої стійкості потребує комплексного підходу, що об'єднує управління ризиками, фінансами, ціноутворенням, маркетингом та критичним мисленням підприємців. Ефективний ризик-менеджмент мінімізує фінансові, операційні та ринкові ризики. Фінансове управління забезпечує ресурсну базу для інвестицій та стабільності, оптимізуючи структуру капіталу та грошові потоки. Маркетинг виступає комунікаційним мостом із ринком, перетворюючи фінансові та цінові рішення на довіру клієнтів та сталість попиту. Ціноутворення виконує стратегічну роль позиціонування, адаптуючись до змін попиту та компенсуючи ризики. Критичне мислення інтегрує всі складові, забезпечуючи зважені підходи до ухвалення рішень. Таким чином, стійкість конкурентних позицій формується взаємодією інструментів, де фінансове управління та ризик-менеджмент створюють основу, маркетинг забезпечує комунікацію, а критичне мислення уніфікує систему. Комплексний підхід дозволяє підприємствам не лише виживати, а й розвиватися у глобальній економіці.

Resilience of competitive positions of enterprises emerges as a critical factor in the contemporary economy characterized by high uncertainty and rapid transformations. Forming such resilience requires a comprehensive approach that integrates risk management, financial control, pricing, marketing, and critical thinking of entrepreneurs. Effective risk management serves as a foundation for stability, allowing enterprises to minimize financial, operational,

and market risks by means of diversification, insurance, and reserve creation. Financial management provides essential resources for strategic development, ensuring rational allocation of capital, optimization of structures, and control of cash flows, enabling investment and crisis resistance. Marketing acts as a communication bridge between enterprise and market, transforming financial and pricing strategies into customer trust and loyalty through digital channels, loyalty programs, and targeted campaigns. Pricing functions not only as an indicator but also as a strategic tool of positioning, with flexible policies adapting to demand fluctuations and compensating risks while maintaining stable cash flows. Critical thinking plays an integrative role, allowing entrepreneurs to evaluate relationships among risk, finance, pricing, and marketing, assess alternatives, and avoid strategic errors. It facilitates identification of hidden opportunities and strengthens decision-making capacity. Consequently, resilience is not formed by isolated tools but by their interaction: financial management and risk control create the foundation, marketing ensures market communication, and critical thinking unifies the components into a coherent system. Such an integrated approach provides enterprises with the ability not to survive only but also to develop sustainably in the global economy, enhancing long-term competitiveness and innovation potential. Moreover, future research perspectives include exploring digital transformation, behavioral aspects of entrepreneurship, and international comparisons of resilience models, which will enrich theoretical frameworks and provide practical tools for enterprises seeking sustainable growth.

Ключові слова: грошові потоки, конкурентні позиції, критичне мислення, маркетинг, управління витратами, управління ризиками, ціноутворення.

Key words: cash flow, competitive positioning, critical thinking, marketing, cost management, risk management, pricing.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ У ЗАГАЛЬНОМУ ВИГЛЯДІ ТА ЇЇ ЗВ'ЯЗОК ІЗ ВАЖЛИВИМИ НАУКОВИМИ ЧИ ПРАКТИЧНИМИ ЗАВДАННЯМИ

Стійкість конкурентних позицій підприємств у сучасній економіці набуває особливої актуальності, адже ринки дедалі більше характеризуються високим рівнем невизначеності, глобальними кризами та швидкими технологічними трансформаціями. У таких умовах здатність компаній зберігати та посилювати свої конкурентні переваги стає ключовим чинником їхнього довгострокового розвитку. Формування стійкості потребує комплексного підходу, що поєднує управління ризиками, ефективне фінансове управління, стратегічне ціноутворення та результативний маркетинг. Водночас важливим інтеграційним чинником виступає критичне мислення підприємців, що дозволяє приймати зважені рішення, адаптуватися до змін і забезпечувати стратегічну гнучкість. Саме тому дослідження механізмів формування стійкості конкурентних позицій має значну наукову та практичну цінність, адже воно сприяє розробці інструментів, здатних забезпечити стабільність бізнесу в умовах динамічного середовища.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

У науковій літературі проблема стійкості конкурентних позицій підприємств розглядається крізь призму кількох ключових напрямів. Значна увага приділяється ризик-менеджменту як інструменту адаптації до невизначеності та кризових явищ. Дослідження у сфері фінансового управління акцентують на важливості ліквідності та стабільності грошових потоків, що забезпечують основу для довгострокового розвитку. Окремі роботи аналізують цінову політику як стратегічний інструмент позиціонування на ринку, тоді як інші зосереджуються на ролі маркетингу у формуванні довіри та лояльності клієнтів.

Водночас у наявних дослідженнях недостатньо уваги приділено інтеграції цих напрямів у єдину систему, що дозволяє підприємству не лише реагувати на зовнішні виклики, а й активно формувати власну конкурентну стратегію. Невирішеною залишається проблема узгодження критичного мислення підприємців з практичними інструментами управління, адже саме воно забезпечує здатність приймати зважені рішення в умовах швидких змін.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ (ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ)

Метою дослідження є обґрунтування комплексного підходу до формування стійких конкурентних позицій через систему управління ризиками та грошовими коштами підприємства, визначення ролі маркетингу і ціноутворення, зокрема, у забезпеченні стійких грошових потоків, а також узгодження критичного мислення підприємців з практичними інструментами управління бізнесом.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

Основою стійкості підприємств в умовах великої невизначеності, які ми маємо сьогодні, є ефективний ризик-менеджмент. Підприємства стикаються з фінансовими, операційними та ринковими ризиками, які можуть підірвати їхні конкурентні позиції.

Ризик-менеджмент — це управління підприємством в цілому з урахуванням впливу ризиків на основі процесу їх ідентифікації, оцінки та аналізу, а також вибору і використання методів нейтралізації їх наслідків з метою досягнення оптимального співвідношення між рівнем ризику та стратегічними можливостями підприємства [3].

Ефективний ризик-менеджмент ґрунтується на дійових інструментах моніторингу та аналізу ризиків, які забезпечують безперервний контроль та їх оцінку небезпек у реальному часі, що дозволяє швидко реагувати на будь-які загрози та вчасно коригувати стратегії управління ризиками. У часи стрімкого розвитку цифрових технологій доцільним буде налагодження автоматизації процесів моніторингу ризиків, що дозволяє значно швидше виявляти потенційні загрози, своєчасно реагувати на них і мінімізувати збитки [12].

Сьогодні українські підприємства застосовують комплексні підходи до управління ризиками: від ризик-орієнтованих державних перевірок до внутрішніх систем моніторингу, страхування та цифрових інструментів. Основний акцент робиться на прозорості, проактивному виявленні загроз і підвищенні стійкості бізнесу. За оцінками експертів, 2026 рік для українських компаній має стати роком переходу від реактивного управління ризиками до проактивного пошуку можливостей, інтеграції ризиків у бізнес-модель для забезпечення стійкості. Нині головним викликом стає трансформація набутої стійкості у фундамент для стратегічного зростання [5].

Після чотирьох років війни ключовою рисою сучасного підприємця постає не стільки креативність чи сміливість, скільки витривалість — здатність діяти стратегічно та працювати на довгу перспективу. Йдеться про уміння зберігати ясність мислення без ілюзій, поєднувати амбіції з усвідомленням реальних труднощів бізнес-середовища. Симптоматичним свідченням цього є динаміка фінансових процесів: у жовтні 2025 року обсяг банківського кредитування підприємців зріс на 18,6% порівняно з 2024 роком, що демонструє як прагнення бізнесу до розвитку, так і його потребу у зовнішніх ресурсах для подолання викликів [4; 11].

Багато підприємців намагаються зменшити вплив невизначеності на успішний розвиток бізнесу через придбання франшизи. У сучасних умовах постійної турбулентності підприємці дедалі рідше прагнуть створювати бізнес-модель "з нуля". Пріоритетом стає використання вже сформованих систем із чітко окресленими межами ризику. Досвід доводить, що більшість бізнес-провалів зумовлені не слабкістю ідеї, а браком управлінської витривалості: належного контролю якості, фінансової дисципліни, ефективної роботи з персоналом та щоденних операційних рішень. У цьому контексті франшиза виступає інструментом зниження ризиків, адже пропонує перевірені процеси та стандарти, що забезпечують стабільність. Вона також відповідає на ключове питання масштабування — як утримувати якість при зростанні, не вибудовуючи систему заново. Така форма організації бізнесу зменшує загальну тривожність щодо результатів, оскільки частина управлінських рішень уже закладена у франчайзингову модель [4].

Проведені нами дослідження показали, що основою стійких конкурентних позицій підприємства є його фінансова стійкість. Пандемія, а потім війна довели, що вміння управління коштами підприємства формує великі передумови його стійкості на фоні різномірних викликів. Фінансове управління є ресурсною базою для реалізації стратегій. Раціональне використання коштів, оптимізація структури капіталу та контроль грошових потоків забезпечують підприємству можливість інвестувати у розвиток та витримувати кризові періоди.

Дослідження засвідчують, що фінансова дисципліна в сучасних умовах перетворилася не лише на інструмент ефективного менеджменту, а й на визначальний чинник виживання бізнесу в Україні. Для більшості компаній ключовим викликом стала нестабільність грошових надходжень. Якщо раніше підприємства могли функціонувати за умов тривалих відстрочок платежів, то нині навіть незначна затримка створює загрозу призупинення операційної діяльності. Касові розриви виникають стрімко, достатньо одночасного зростання витрат та затримки оплати з боку стратегічного клієнта. У зв'язку з цим управління грошовими потоками набуло характеру щоденної практики. Компанії, що систематично формують фінансові прогнози, отримують можливість завчасно ідентифікувати потенційні проблеми. Навіть базовий контроль над надходженнями та витратами сприяє збереженню ліквідності та забезпечує стійкість бізнесу [6]. Варто відзначити, що підприємці часто мають хибні уявлення щодо контролю над витратами і вдаються до простого скорочення бюджету на ті чи інші ресурси. Разом з тим, експерти стверджують, що "управління" витратами не дорівнює їх "мінімізації" та передбачає глибинний аналіз бізнес-процесів і розробку плану для підвищення ефективності підприємства [2].

Фінансове управління створює необхідну ресурсну основу для стратегічного розвитку підприємства, забезпечуючи стабільність грошових потоків. Однак наявність фінансових ресурсів сама по собі не гарантує конкурентної стійкості, якщо вони не трансфор-

нуються у ринкову цінність. Саме маркетинг виконує функцію такого перетворення, спрямовуючи фінансові можливості на формування довіри споживачів, підвищення лояльності та забезпечення стабільного попиту. Маркетинг стає ключовим інструментом реалізації фінансового потенціалу підприємства, перетворюючи його на довгострокову конкурентну перевагу. Маркетинг виступає комунікаційним мостом між підприємством і ринком. Він транслює цінову політику та фінансову стратегію у вигляді брендівих повідомлень, формує довіру клієнтів та забезпечує лояльність. Використання цифрових каналів, програм лояльності та таргетованих кампаній дозволяє підприємствам утримувати конкурентні позиції навіть у кризових умовах. Маркетингові стратегії дозволяють передбачати зміни, скорочувати витрати та досягати вигідних позицій, особливо в кризах, де базовий 4P доповнюється диференціацією та інноваціями.

У сучасному бізнес-середовищі вирішальним чинником успіху підприємства виступає не стільки якість чи унікальність товарів і послуг, скільки ефективність застосування маркетингових інструментів. Досвід провідних компаній свідчить, що навіть за умов мінімальних відмінностей у продуктах, результати діяльності можуть кардинально різнитися. Саме маркетинг формує сприйняття цінності товару, створює емоційний зв'язок зі споживачем та забезпечує конкурентну перевагу на ринку. Завдяки комплексним комунікаційним стратегіям, брендингу та управлінню клієнтським досвідом підприємства здатні перетворювати стандартні пропозиції на унікальні ринкові рішення. Таким чином, маркетинг визначає фінансові результати та стійкість бізнесу, інтегруючи управління грошовими потоками в єдину систему стратегічного розвитку.

В умовах високого рівня конкуренції і, одночасно, суттєвого зниження рівня доходів більшості населення вагомим фактором формування конкурентних переваг стає ціна продукту. Ціна є не лише економічним показником, а й стратегічним інструментом позиціонування. Навіть за умов ефективних маркетингових стратегій, кінцевий результат визначається тим, наскільки ціна відповідає очікуванням споживачів і водночас забезпечує фінансову стійкість бізнесу. Цінова політика дозволяє підприємству балансувати між привабливістю пропозиції та рентабельністю, створюючи довготривалу конкурентну перевагу.

В умовах скорочення попиту першою реакцією багатьох підприємств є бажання знизити ціну на свої товари/послуги. Хоча низька ціна не завжди є ключем до успіху, вона може знизити маржинальність і не гарантує лояльності споживача. Провідні українські підприємства забезпечують конкурентні позиції завдяки продуманим ціновим стратегіям: іноді це преміальне ціноутворення, яке підкреслює якість та унікальність, а іноді — гнучкі моделі, що враховують сегментацію ринку та поведінку споживачів.

Наприклад, компанія Roshen позиціонує себе як виробник якісних кондитерських виробів середнього та преміального сегмента. Висока ціна на окремі лінійки (шоколад, торти) підкріплюється якістю та брендингом,

що дозволяє утримувати лояльність клієнтів і конкурувати не лише в Україні, а й на міжнародних ринках. За даними аналітичної платформи Global Growth Insights, Roshen увійшла до списку 17 найбільших кондитерських компаній світу, зайнявши 13-тє місце з доходом 1,5 млрд доларів і середньорічним темпом зростання 4%. При цьому, всього у світі нараховують близько 2500 виробників солодощів [1; 8]. Оператор мобільного зв'язку Київстар застосовує гнучкі тарифні пакети: від базових до преміальних, що дає змогу утримувати клієнтів різних сегментів, а не лише конкурувати за найнижчу ціну.

За нашим переконанням, в умовах великих загроз, турбулентності, розповсюдження різномірних фейків, важливу роль у формуванні стійких конкурентних позицій підприємства грає критичне мислення підприємця. Критичне мислення є інтегруючим елементом усієї системи, яке дозволяє бачити взаємозв'язки між ризиком, фінансами, ціною та маркетингом, оцінювати альтернативи та приймати зважені рішення. Саме здатність мислити критично допомагає знаходити приховані можливості та уникати стратегічних помилок.

У сучасній діловій пресі дедалі частіше наголошується на необхідності розвитку стратегічного мислення як ключової умови стійкості та розвитку підприємств в умовах високої непередбачуваності. Відзначається, що перехід від інтуїтивного ухвалення рішень до розробки продуманих стратегій є критично важливим для забезпечення довгострокової конкурентоспроможності. Інтуїція та емоції можуть відігравати роль у формуванні початкових ідей, проте остаточні програми розвитку мають ґрунтуватися на виваженому аналізі, системному плануванні та реалістичних оцінках ринкових умов. За словами директора з маркетингу мережі мультимаркетів "Аврора" Максима Незвіцького, сильні рішення народжуються на перетині даних і емоційного інтелекту [9].

Попри раціональні аргументи та поширення стратегічного мислення, в Україні й світі стрімко розширюється ринок астрологічних послуг. В умовах війни майбутнє стає невизначеним, що стимулює попит на "чудодійні" послуги, які обіцяють прості відповіді. Астрологія та подібні практики функціонують як бізнес невизначеності, пропонуючи клієнтам не передбачення, а зменшення тривоги й відчуття структури хаосу. Класичні інституції говорять мовою ризиків і сценаріїв, тоді як езотеричні сервіси пропонують прямі формули "буде так". Саме тому ринок швидких пояснень часто перемагає ринок складних інтерпретацій [10]. Сьогодні до ринку послуг невизначеності входять: астрологічні консультації, нумерологія та таро, енергетичні практики, психологічно-езотеричні сервіси, онлайн-платформи швидких прогнозів.

До астрологів та екстрасенсів звертаються не лише пересічні українці, а й власники бізнесу — від великих рітейлерів до аграрних корпорацій. Деякі підприємці відкрито визнають, що у своїй діяльності враховують нумерологію, астрологічні прогнози чи езотеричні практики. Зокрема, співвласники "Епіцентр К" Олександр та Галина Гереги, директор агентства "Алекс-консалт"

Юрій Ніколаєв та інші. Але у більшості випадків езотеричні практики у бізнесі залишаються непублічними, адже підприємці не прагнуть афішувати такі звернення [7].

Практика свідчить, що звернення до езотеричних послуг може іноді супроводжувати успішний розвиток бізнесу, оскільки вони виконують функцію зниження тривожності та створення відчуття контролю в умовах невизначеності. Водночас надмірна орієнтація на астрологічні прогнози чи інші подібні практики без урахування реальних економічних чинників і ринкових закономірностей може призвести до хибних управлінських рішень. Критичне мислення підприємця стає визначальним у процесі прийняття рішень. Воно дозволяє інтегрувати інтуїтивні імпульси та зовнішні поради у систему стратегічного аналізу, забезпечуючи баланс між психологічною потребою в упевненості та об'єктивними ринковими реаліями. Саме здатність мислити критично й формувати виважені стратегії гарантує довгострокову стійкість і конкурентоспроможність бізнесу.

ВИСНОВКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ РОЗВІДОК У ДАНОМУ НАПРЯМІ

Стійкість конкурентних позицій підприємств формується не як результат застосування окремих інструментів, а як наслідок їхньої системної взаємодії. Управління ризиками, фінансами та ціноутворенням створює фундамент для стабільності та розвитку, забезпечуючи ресурсну базу й адаптивність до невизначеності. Водночас маркетинг виконує роль ключового комунікатора між підприємством і ринком, трансформуючи фінансові та стратегічні рішення у довіру споживачів, лояльність та сталий попит. Інтеграційним чинником виступає критичне мислення підприємців, яке дозволяє узгоджувати різні напрями діяльності, приймати зважені рішення та забезпечувати стратегічну гнучкість. Такий комплексний підхід не лише підвищує здатність підприємств виживати в умовах глобальної економічної турбулентності, а й створює передумови для їхнього довгострокового розвитку, інноваційної активності та формування стійких конкурентних переваг на міжнародному рівні.

Перспективи подальших досліджень у сфері стійкості конкурентних позицій підприємств полягають у вивченні впливу цифрових технологій на трансформацію бізнес-процесів, аналіз міжнародних практик для адаптації їх до українських реалій. Такий підхід дозволить не лише глибше зрозуміти механізми формування конкурентної стійкості, а й запропонувати практичні інструменти для довгострокового розвитку підприємств у глобальній економіці.

Література:

1. 17 Biggest Candy Companies in the World. Global Growth Insights. 2026. 13, Jan. URL: <https://www.globalgrowthinsights.com/blog/17-biggest-candy-companies-in-the-world-global-growth-insights-1097> (дата звернення: 05.05.2026).
2. 8 стратегій управління витратами підприємства під час війни. Accountor. 2023. URL: <https://www.accountor.com/uk/ukraine/article/8-strategiy-upravlinnya-vytratamy-pidpryyemstva-pid-chas-viyny> (дата звернення: 03.05.2026).

tor.com/uk/ukraine/article/8-strategiy-upravlinnya-vytratamy-pidpryyemstva-pid-chas-viyny (дата звернення: 03.05.2026).

3. Аліса К. Як створити та впровадити дієву систему управління ризиками на підприємстві. Liga zakon. 2025. 16 трав. URL: https://biz.ligazakon.net/analytys/236317_yak-stvoriti-ta-vprovaditi-dvu-sistemu-upravlinnya-rizikami-na-pdprimstv (дата звернення: 08.05.2026).

4. Андрухів В. Яким буде бізнес у 2026 році. Економічна правда. 2026. 5 лют. URL: <https://pravda.com.ua/biznes/golovni-trendi-ukrajinskoji-ekonomiki-ta-biznesu-u-2025-2026-rokah-817537/> (дата звернення: 08.05.2026).

5. Білоус О. Стратегічний компас для CEO на 2026 рік: Уроки 2025 та вектори розвитку. Львівська школа керівників бізнесу. 2026. 5 січ. URL: <https://www.lv-school.mba/post/%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%B3%D1%96%D1%87%D0%BD%D0%B8%D0%B9%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D0%BF%D0%B0%D1%81%D0%B4%D0%BB%D1%8F-%D0%BD%D0%B0-2026-%D1%80%D1%96%D0%BA%D1%83%D1%80%D0%BE%D0%BA%D0%B8-2025-%D1%82%D0%B0-%D0%B2%D0%B5%D0%BA%D1%82%D0%BE%D1%80%D0%B8-%D1%80%D0%BE%D0%B7%D0%B2%D0%B8%D1%82%D0%BA%D1%83> (дата звернення: 08.05.2026).

6. Котик М. Вжити й працювати: як бізнесу триматися на плаву під час війни. Invest news. 2026. URL: <https://investnews.com.ua/ekonomika/10112-vizhiti-y-pracyuvati-yak-biznesu-trimatisya-na-plavu-pid-chas-viyni/> (дата звернення: 08.04.2026).

7. Кравченко В. Таро і нумерологія. Чому політики та бізнесмени звертаються до віщунів і астрологів. Chas.news. 2021. 15 лист. URL: https://chas.news/current/taro-i-numerologiya-chomu-politiki-ta-biznesmeni-zvertayutsya-do-vischuniv-i-astrologiv?utm_source=copilot.com (дата звернення: 08.05.2026).

8. Лукашевська А. Roshen посіла 13-те місце у світовому рейтингу виробників солодощів. Zaxid.net. 2026. 2 бер. URL: https://zaxid.net/roshen_posila_13_te_mistse_u_svitovomu_reytingu_konditerskih_kompaniy_n1631592 (дата звернення: 01.05.2026).

9. Нановська В. Помічники маркетолога. Як ухвалювати складні рішення та ставити брифи? Forbes.ua. 2025. 25 рруд. URL: https://forbes.ua/lifestyle/pomichniki-marketologa-yak-ukhvalyuvati-skladni-rishennya-ta-staviti-brifi-chotiri-knigi-yaki-radyat-cmo-promodo-avrora-molokiya-ta-buki-25122025-35032?utm_source=copilot.com (дата звернення: 05.05.2026).

10. Непран М. Ідеальний бізнес під час війни. Економічна правда. 2026. 6 лют. URL: <https://pravda.com.ua/biznes/chomu-rinok-astrologiji-ta-ezoteriki-v-ukrajini-zrostaye-pid-chas-viyni-817608/> (дата звернення: 06.02.2026).

11. Огляд банківського сектору за IV квартал 2025 року. Національний банк України. 2026. URL: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/Banking_Sector_Review_2026-02.pdf?v=17 (дата звернення: 08.05.2026).

12. Система управління ризиками: як налаштувати ефективну систему для вашого бізнесу. Integrity Vision. 2024. 16 вер. URL: <https://integrity.com.ua/systema-upravlinnya-ryzkyamy-yak-nalashtuvaty/#contents-4> (дата звернення: 06.05.2026).

References:

1. Global Growth Insights (2026), "17 Biggest Candy Companies in the World", available at: <https://www.globalgrowthinsights.com/blog/17-biggest-candy-companies-in-the-world-global-growth-insights-1097> (Accessed 5 May 2026).

2. Accountor (2023), "8 Strategies for Managing Enterprise Costs During Wartime", available at: <https://www.accountor.com/uk/ukraine/article/8-stratehiy-upravlinnya-vytratamy-pidpryemstva-pid-chas-viyny> (Accessed 3 May 2026).

3. Alice, K. (2025), "How to create and implement an effective risk management system in an enterprise", Liga zakon, [Online], available at: https://biz.ligazakon.net/analytics/236317_yak-stvoriti-ta-vprovaditi-dvu-sistemu-upravlinnya-rizykami-na-pdprimstv (Accessed 8 May 2026).

4. Andrukhov, V. (2026), "What will business be like in 2026", Ekonomichna pravda, [Online], available at: <https://epravda.com.ua/biznes/golovni-trendi-ukrajinskoji-ekonomiki-ta-biznesu-u-2025-2026-rokah-817537/> (Accessed 8 May 2026).

5. Bilous, A. (2026), "Strategic compass for CEOs for 2026: Lessons from 2025 and development vectors", L'vivs'ka shkola kerivnykiv biznesu, [Online], available at: <https://www.lv-school.mba/post/%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%B3%D1%96%D1%87%D0%BD%D0%B8%D0%B9-%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D0%BF%D0%B0%D1%81-%D0%B4%D0%BB%D1%8F-ceo-%D0%BD%D0%B0-2026-%D1%80%D1%96%D0%BA-%D1%83%D1%80%D0%BE%D0%BA%D0%B8-2025-%D1%82%D0%B0-%D0%B2%D0%B5%D0%BA%D1%82%D0%BE%D1%80%D0%B8-%D1%80%D0%BE%D0%B7%D0%B2%D0%B8%D1%82%D0%BA%D1%83> (Accessed 8 May 2026).

6. Kotyk, M. (2026), "Survive and work: how to keep business afloat during war", Invest news, [Online], available at: https://investnews.com.ua/ekonomika/10112-vizhiti_y_pracyuvati_yak_biznesu_trimatisya_na_plavu_pid_chas_viyny/ (Accessed 8 April 2026).

7. Kravchenko, V. (2021), "Tarot and Numerology. Why Politicians and Businessmen Turn to Fortune Tellers and Astrologers", Chas.news, [Online], available at: https://chas.news/current/taro-i-numerologiya-chomu-politiki-ta-biznesmeni-zvertayutsya-do-vischuniv-i-astrologiv?utm_source=copilot.com (Accessed 8 May 2026).

8. Lukashevskaya, A. (2026), "Roshen ranked 13th in the world ranking of confectionery manufacturers", Zaxid.net, [Online], available at: https://zaxid.net/roshen-posila_13_te_mistse_u_svitovomu_reytingu_konditerskih_kompaniy_n1631592 (Accessed 1 May 2026).

9. Nanovska, V. (2025), "Marketing Assistants. How to Make Complex Decisions and Set Briefs?", Forbes.ua,

[Online], available at: https://forbes.ua/lifestyle/pomichniki-marketologa-yak-ukhvalyuvati-skladnirishennya-ta-staviti-brifi-chotiri-knigi-yaki-radyat-cmopromodo-avrora-molokiya-ta-buki-25122025-35032?utm_source=copilot.com (Accessed 5 May 2026).

10. Nepran, M. (2026), "Ideal business during wartime", Ekonomichna pravda, [Online], available at: <https://epravda.com.ua/biznes/chomu-rinok-astrologiji-ta-ezoteriki-v-ukrajini-zrostaye-pid-chas-viyny-817608/> (Accessed 6 February 2026).

11. The official site of National Bank of Ukraine (2026), "Banking sector review for the fourth quarter of 2025", available at: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/Banking_Sector_Review_2026-02.pdf?v=17 (Accessed 8 May 2026).

12. Integrity Vision (2024), "Risk Management System: How to Set Up an Effective System for Your Business", available at: <https://integrity.com.ua/systema-upravlinnya-ryzkyamy-yak-nalashtuvaty/#contents-4> (Accessed 6 May 2026).

Отримано редакцією журналу / Received: 10. 05.26

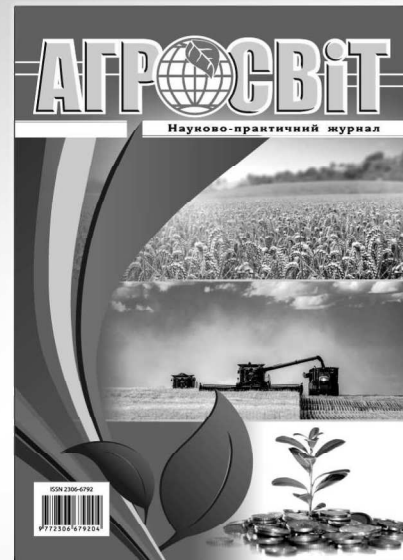
Процеcеновано / Revised: 19. 05.26

Дата публікації / Published: 21.05.26

АГРОСВІТ

<https://nauka.com.ua>

Передплатний індекс: 23847



Виходить 24 рази на рік

Журнал включено до переліку наукових фахових видань України з ЕКОНОМІЧНИХ НАУК (Категорія «Б»)

Спеціальності – 051, 071, 072, 073, 075, 076, 292