

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПОЛТАВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Кафедра економіки та міжнародних економічних відносин

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

(вибіркова навчальна дисципліна)

СТРАТЕГІЯ ПІДПРИЄМСТВА

Розробник: Юлія САМОЙЛИК, професор кафедри економіки та міжнародних економічних відносин, доктор економічних наук, професор

освітньо-професійна програма «Маркетинг»
спеціальність 075 Маркетинг
галузь знань 07 Управління та адміністрування

Освітній ступінь бакалавр

Полтава 2022

1. Опис навчальної дисципліни та інформація про розробника

Назва навчальної дисципліни	Стратегія підприємства
Місце в індивідуальному навчальному плані здобувача вищої освіти	Вибіркова навчальна дисципліна
Назва структурного підрозділу	Кафедра економіки та міжнародних економічних відносин
Мова викладання	державна
Контактні дані розробника	<i>Викладач:</i> Самойлик Юлія Василівна, доктор економічних наук, професор <i>Контакти:</i> ауд. 473, навчальний корпус № 4, <i>e-mail:</i> julija.samoilyk@pdau.edu.ua , <i>тел.</i> (0532) 56-98-24, <i>сторінка викладача:</i> https://www.pdau.edu.ua/people/samoilyk-yuliya-vasylivna
Рівень вищої освіти	Перший бакалаврський рівень
Спеціальність	освітньо-професійна програма «Маркетинг» спеціальність 075 Маркетинг галузь знань 07 Управління та адміністрування
Передумови для вивчення навчальної дисципліни	Передумовами для вивчення дисципліни є всі дисципліни економічного профілю. Зокрема навчальні дисципліни, які мають бути вивчені здобувачами вищої освіти раніше: економічна теорія, маркетинг, підприємництво, системи технологій. Вивчення курсу базується на законах України, указах Президента України, постановах Кабінету Міністрів України та інших нормативних актах та документах, які регулюють та впливають на формування стратегії на різних управлінських рівнях.

Заплановані результати навчання:

Мета вивчення навчальної дисципліни: опанування загальних питань стратегії підприємства, стратегічного аналізу і цілевизначення, обґрунтування вибору моделі стратегії, характеристика комплексної і функціональної стратегії підприємства, методи реалізації стратегії та контролю за їх виконанням.

Основні завдання навчальної дисципліни: формування у студентів уявлення про загальнотеоретичні основи стратегічного управління; з'ясування сутності поняття “стратегія підприємства”; опанування теоретико-методичних основ стратегічного планування; характеристика місця стратегічного планування у системі управління підприємством; ознайомлення із сучасним станом та напрямками розвитку методики опрацювання стратегії підприємства; озброєння студентів певними практичними навичками для самостійного здійснення необхідних робіт на усіх етапах дослідження, опрацювання та реалізації стратегії підприємства.

Компетентності:

загальні:

ЗК 3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

ЗК 4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.

ЗК 5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.

ЗК 6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

ЗК 7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ЗК 8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.

ЗК 15. Здатність до адаптації, креативності, генерування ідей та дій у новій ситуації, формувати та демонструвати лідерські якості та поведінкові навички.

фахові:

ФК 7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.

ФК 11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.

ФК 12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.

ФК 15. Здатність застосовувати основи обліку та фінансів, оцінювання результатів діяльності у сфері підприємництва.

ФК 16. Здатність поглиблено аналізувати проблеми і явища в сфері маркетингу з врахуванням економічних ризиків та можливих соціально-економічних наслідків.

Програмні результати навчання:

ПРН 2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.

ПРН 10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.

ПРН 11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.

ПРН 20. Планувати розвиток організації в напрямі підвищення економічної ефективності її діяльності та конкурентоспроможності.

Програма навчальної дисципліни

Тема 1. Стратегія підприємства: поняття, еволюція, концепції

Підприємство як відкрита економічна система. Завдання підприємства як відкритої системи у ринкових умовах. Еволюція поняття стратегії. Визначення стратегії як економічної категорії. Етапи розвитку підприємства у межах стратегічної моделі. Класифікація стратегій.

Підходи до опрацювання стратегії. Можливості, які дозволяє реалізувати стратегія на

рівні підприємства. Принципи формування стратегічної моделі. Особливості стратегічних управлінських рішень, що покладаються в основу опрацювання моделі стратегії та її практичної реалізації.

Сутність стратегічних перетворень на підприємстві. Альтернативи інтенсивного зростання підприємства. Інфраструктурне забезпечення опрацювання стратегічної моделі.

Тема 2. Визначення місії та цілей підприємства

Визначення місії підприємства. Образ, кредо, їх роль у формуванні місії підприємства. Організаційна (корпоративна) культура, чинники, що на неї впливають. Ешпрідська модель місії підприємства (за Е. Кемпбелом).

Значення місії для підприємства. Основні аспекти, що мають відображення у місії підприємства. Чинники, що впливають на формування місії підприємства (за Ф. Котлером).

Корпоративна культура. Її види. Взаємозв'язок корпоративної культури, цілей та місії підприємства. Визначення цілей підприємства. Класифікація цілей підприємства. Чинники, що враховуються при формуванні цілей.

Характеристичні риси цілей підприємства. Групи цілей, передбачені місією (фінансові та стратегічні). Вимоги до цілей. Особливості відносин між цілями. Можливості розв'язання конфліктів цілей. Функції цілей.

Етапи процесу визначення цілей. “Дерево цілей”, вимоги до його побудови. Носії інтересів, що мають вплив на формування цілей підприємства.

Тема 3. Стратегічний контекст підприємства

Організаційний розвиток. Напрями реструктуризації сучасних підприємств. Прояви можливостей стратегії. Ознаки недостатнього обґрунтованої стратегії. Ключові характеристики стратегії. Індикатори стратегічних досягнень. Напрями аналізу внутрішнього середовища економічної системи.

Характерні можливі зміни економічної системи, що можуть бути закладеними у стратегічну модель. Чинники, що впливають на зміну організаційної структури підприємства. Проблеми формування організаційної культури підприємства. Завдання управління реалізацією стратегії.

Навчання персоналу, його ключові моменти. Альтернативна вартість, критерій Паретто-ефективності. Опір змінам: сутність, причини, методи боротьби.

Тема 4. Оцінювання зовнішнього середовища

Поняття зовнішнього середовища. Чинники, що визначають складність зовнішнього середовища. Характеристика чинників мікросередовища. Характеристика чинників макросередовища. Найбільш поширені моделі зовнішнього середовища економічної системи. Етапи проведення аналізу зовнішнього середовища.

Схема аналізу зовнішнього середовища. Характеристика економічного механізму виникнення кризового стану. Сканування, його основні напрямки та інструментарій. Методичні матеріали для здійснення сканування. Моніторинг зовнішнього середовища.

Прогнозування зовнішнього середовища. PEST – аналіз. SWOT – аналіз. Метод “5×5”. Метод “Перелік з 4^х питань”.

Тема 5. Аналіз стратегічного потенціалу підприємства

Сутність стратегічного потенціалу. Класифікація елементів стратегічного потенціалу. Принципи використання стратегічного потенціалу. Класифікація внутрішньовиробничих резервів підприємства. Класифікація ресурсів підприємства. Характеристика ресурсів підприємства як сукупності можливостей досягнення цілей економічної системи. Відмінності тактичного і стратегічного планування. Кроки, які необхідно здійснити при плануванні з метою досягнення стратегічних цілей підприємства. Методика оцінки стратегічного потенціалу. Ефект синергії

Тема 6. Стратегії бізнесу

Гарвардська модель аналізу стратегічного потенціалу підприємства. Принципи діагностики стану підприємства у конкурентному середовищі. Алгоритм діагностики стану підприємства у конкурентному середовищі.

Оцінка маркетингової позиції підприємства. Схема оцінки конкурентних позицій підприємства. Сутність господарського ризику. Класифікація господарських ризиків.

Завдання створення стратегічної бази підприємства. Поняття стратегії бізнесу (за А.А.Томпсоном та А.Дж.Стріклендом). Чинники, що впливають на опрацювання стратегії бізнесу. Правила вибору стратегії за умов ризику (за І.Ансоффом). Характеристика найбільш розповсюджених стратегій бізнесу.

Сучасні моделі підприємства (мережеподібні, оболонкові, віртуальні, вертикальні (високі), горизонтальні (пласкі), едхократичні, партисипативні, гнучкі).

Тема 7. Стратегія диверсифікації діяльності підприємства

Поняття терміну “диверсифікації”. Форми диверсифікації. Диверсифікація як інструмент використання переваг підприємства. Диверсифікація як організаційно-економічний чинник зростання ефективності виробництва. Збуджувальні мотиви здійснення диверсифікації. Мотиви для обґрунтування необхідності диверсифікації.

Наукові гіпотези диверсифікації. Джерела диверсифікаційних процесів. Сутність стратегії диверсифікації. Основні чинники, що зумовлюють вибір стратегії диверсифікації.

Різновиди стратегії диверсифікації. Аналіз рівня диверсифікації підприємства, його показники (за Р.Румельтом). Вимір диверсифікації (сутнісний та просторовий), їх характеристика. Асортимент. Номенклатура. Особливості диверсифікації аграрних підприємств

Тема 8. Стратегія зовнішнього розвитку підприємства

Зовнішньоекономічна діяльність як форма господарської діяльності підприємства. Стимули розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємства. Цілі створення (з іншими державами) підприємств. Види спеціальних економічних зон. Інноваційна інфраструктура.

Цілі вивезення капіталу за кордон. Основні переваги іноземного інвестування. Інвестиційний клімат. Венчурний капітал.

Основні чинники, що враховуються при виході підприємства на закордонний ринок. Особливості міжнародних ринків.

Аспекти, що визначають необхідність стратегій зовнішнього середовища. Етапи процесу формування стратегії зовнішнього розвитку. Типи стратегій зовнішнього розвитку.

Типи конкурентів на міжнародних ринках. Стратегічні альянси (союзи). Зміст діяльності стратегічних альянсів. Принципи, необхідні для досягнення найкращих результатів від стратегічного альянсу. Притулки прибутку. Критичні ринки.

Тема 9. Корпоративна стратегія підприємства

Поняття і сутність корпоративної стратегії. Основні елементи, що формують корпоративну стратегію. Критерії механізму створення корпоративної стратегії. Агресивність стратегії. Основні завдання, що вирішуються у процесі опрацювання моделі корпоративної стратегії. Етапи опрацювання моделі корпоративної стратегії. Джерела інформації для опрацювання моделі корпоративної стратегії. Різновиди корпоративної стратегії. Дії, що застосовуються при опрацюванні корпоративної стратегії диверсифікованого підприємства.

Підходи до опрацювання корпоративної стратегії (за М.Портером). Стратегічний аналіз. Індукція. Дедукція. Бенчмаркінг. Кластерний аналіз. Дисперсійний аналіз. Теорія ігор як метод опрацювання моделі корпоративної стратегії.

Тема 10. Матричні методи формування корпоративної стратегії підприємства

Критерії вибору стратегічних рішень. Етапи вибору стратегії. Характеристика окремих матричних методів. Чинники привабливості ринку та стратегічного стану бізнесу. Характеристика стратегії підприємства на стадії впровадження та зростання життєвого циклу товару. Основні стратегії підприємства для стадії зростання і зрілості товару. Стратегії підприємства на стадії насичення ринку певним товаром. Стратегії для стадії спаду попиту на товар. Поняття сценарію. Роль сценарію в опрацюванні моделі корпоративної стратегії. Методологічні прийоми для опрацювання сценарію. Послідовність та правила опрацювання сценарію.

Тема 11. Альтернативність у стратегічному виборі

Результати діагностики як основа визначення можливих стратегій розвитку

підприємства. Сутність методичного підходу щодо формування раціональної основи визначення стратегічних альтернатив розвитку підприємства. Стратегічні альтернативи. Ранжування стратегічних проблем підприємства.

Ключові чинники аналізу проблеми реалізації стратегічних задумів. Стратегічний вибір. Стратегічні альтернативи для малих, середніх та великих підприємств.

Тема 12. Декомпонування корпоративної стратегії підприємства

Системний аналіз як основа декомпонування цілей економічної системи. Послідовні аспекти декомпонування стратегічної мети економічної системи. Декомпонування стратегії підприємства, проблеми, які воно вирішує. Етапи декомпонування стратегії підприємства. Типи програм декомпонування стратегії підприємства.

Основні методи здійснення декомпонування стратегії підприємства. Роль інформації у здійсненні декомпонування корпоративної стратегії підприємства. Інформаційні фільтри, їх характеристика. Модель стратегічної інформації. Інжиниринг, його сутність та значення для декомпонування корпоративної стратегії підприємства.

Основні види послуг, що надаються у ході інжинирингу. Контролінг, його зміст і види. Тактичний контролінг, його головні завдання. Стратегічний контролінг, його головні завдання. Експертні методи у процесі декомпонування стратегії.

Тема 13. Загальна характеристика функціональної стратегії

Сутність функціональних стратегій та їх призначення. Типи та взаємозв'язок між функціональними стратегіями. Процес вибору функціональної стратегії. Чинники, що впливають на формування функціональних стратегій. Матриця вибору функціональних стратегій. Проблеми, які вирішуються при формуванні функціональних стратегій. Місце стратегій у системі планів підприємства. Специфічні характеристики функціональних стратегій. Загальні характеристики функціональних стратегій. Контроль за реалізацією функціональних стратегій. Елементи функціональних стратегій. Сутність безпеки бізнесу. Основні елементи якості бізнесу.

Тема 14. Стратегічні аспекти у функціональних сферах діяльності підприємства

Функціональні сфери діяльності підприємства. Елементи функціональних стратегій, що враховують функціональні сфери діяльності підприємства. Стратегічні аспекти дослідження функціональних сфер діяльності підприємства. Альтернативи, які необхідно враховувати при аналізі функціональних сфер діяльності підприємства. Складові виробничої програми підприємства. Складові маркетингової стратегії. Елементи фінансової стратегії. Кадрова стратегія. Різновиди інноваційної стратегії. Призначення стратегії соціального розвитку. Механізм аналізу внутрішнього середовища підприємства. Сутність стратегічного балансу підприємства.

Тема 15. Сучасний стан та перспективи розвитку стратегічного управління в Україні

Сталий розвиток економіки у контексті. Концепції сталого розвитку суспільства (1992р., Ріо-де-Жанейро). Концепція управління, її сутність. Стратегічне управління. Характерні риси концепції стратегічного управління. Основні чинники, що впливають на формування характерних рис системи стратегічного управління. Мета стратегічного управління. Цільовий підхід та цільове управління. Чинники, що зумовлюють новий зміст концепції стратегічного управління. Основні сучасні напрями стратегічного управління. Основні принципи сучасного стратегічного управління. Проблеми стратегічного управління. Переваги стратегічного управління. Функції вищого керівництва при опрацюванні моделі стратегічної поведінки підприємства на ринку. Державні програми розвитку окремих галузей економіки.

Структура (тематичний план) навчальної дисципліни

Назви тем	Кількість годин денна форма			
	усього	у тому числі		
		Л	П	с.р.
Тема 1. Стратегія підприємства: поняття, еволюція, концепції	8	2	-	6
Тема 2. Визначення місії та цілей підприємства	7	-	2	5
Тема 3. Стратегічний контекст підприємства	9	2	2	5
Тема 4. Оцінювання зовнішнього середовища	8	-	2	6
Тема 5. Аналіз стратегічного потенціалу підприємства	9	2	2	5
Тема 6. Стратегії бізнесу	8	-	2	6
Тема 7. Стратегія диверсифікації діяльності підприємства	9	2	2	5
Тема 8. Стратегія зовнішнього розвитку підприємства	7	-	2	5
Тема 9. Корпоративна стратегія підприємства	8	2	-	6
Тема 10. Матричні методи формування корпоративної стратегії підприємства	8	-	2	6
Тема 11. Альтернативність у стратегічному виборі	9	2	2	5
Тема 12. Декомпонування корпоративної стратегії підприємства	7	-	2	5
Тема 13. Загальна характеристика функціональної стратегії	9	2	2	5
Тема 14. Стратегічні аспекти у функціональних сферах діяльності підприємства	7	-	2	5
Тема 15. Сучасний стан та перспективи розвитку стратегічного управління в Україні	7	2	-	5
Усього годин	120	16	24	80

**Схема нарахування балів з навчальної дисципліни
Розподіл балів оцінювання знань з навчальної дисципліни**

Назва теми	Види навчальної роботи здобувачів вищої освіти					Разом за темою
	Усне опитування	Тестовий поточний контроль	виконання вправ (розв'язування задач та ситуаційних завдань (кейсів) на практичних заняттях	виконання завдань самостійної роботи (написання рефератів, підготовка виступів та презентацій за темами дисципліни та виконання інших завдань самостійної роботи)	Підсумковий проєкт	
Тема 1. Стратегія підприємства: поняття, еволюція, концепції	1	1	1	-	-	3
Тема 2. Визначення місії та цілей підприємства	2	1	1	-	-	4
Тема 3. Стратегічний контекст підприємства	1	2	1	-	-	4
Тема 4. Оцінювання зовнішнього середовища	1	1	2	4	-	8
Тема 5. Аналіз стратегічного потенціалу підприємства	1	1	1	-	-	3
Тема 6. Стратегії бізнесу	1	1	1	-	-	3
Тема 7. Стратегія диверсифікації діяльності підприємства	2	1	2	-	-	5
Тема 8. Стратегія зовнішнього розвитку підприємства	1	2	1	4	-	7
Тема 9. Корпоративна стратегія підприємства	2	1	1	-	-	4
Тема 10. Матричні методи формування корпоративної стратегії підприємства	1	2	1	-	-	4
Тема 11. Альтернативність у стратегічному виборі	1	1	2	4	-	8
Тема 12. Декомпонування корпоративної стратегії підприємства	2	1	1	-	-	4
Тема 13. Загальна характеристика функціональної стратегії	1	2	1	4	-	8
Тема 14. Стратегічні аспекти у функціональних сферах діяльності підприємства	1	1	2	4	-	8
Тема 15. Сучасний стан та перспективи розвитку стратегічного управління в Україні	2	2	2	-	20	26
<i>Разом</i>	20	20	20	20	20	100

Критерії оцінювання та засоби діагностики результатів навчання, форми поточного і підсумкового контролю

Критерієм успішного проходження здобувачем вищої освіти підсумкового оцінювання є досягнення ним рівня вище незадовільного навчання.

Одним із обов'язкових елементів навчального процесу є систематичний поточний контроль засвоєння знань та підсумкова оцінка рівня засвоєння навчального матеріалу і вміння використовувати ці знання на практиці.

Засоби оцінювання та методи демонстрування результатів навчання для поточного контролю успішності здобувачів вищої освіти денної форми навчання здійснюється за видами навчальної роботи:

Поточний контроль успішності здобувачів вищої освіти здійснюється за видами навчальної роботи:

- відвідування лекцій та практичних занять – є обов'язковим для всіх здобувачів вищої освіти денної форми навчання, за винятком тих, які навчаються за індивідуальним графіком навчання, за відвідування лекцій та практичних занять бали не нараховуються;

- усне опитування (0-1 бал); 0 балів – здобувачів вищої освіти не готовий до відповіді або відповіді не вірні; 1 бал – відповіді правильні, обґрунтовані, студент добре володіє матеріалом, який розглядається; за темами 2, 7, 9, 12, 15 можна отримати максимум 2 бали за більш поглиблену відповідь;

- розв'язування тестів (0 – 1 бал). 0 балів – понад 40% відповідей невірні; 1 бал – вірні понад 60 % відповідей; за темами 3,8,10,13,15 можна отримати по 2 бали за відповіді на відкриті питання;

- виконання вправ (розв'язування задач та ситуаційних завдань (кейсів) на практичних заняттях (0 – 1 бал); 0 балів – студент не виконав передбачений обсяг завдань; 1 бал завдання виконано в повному обсязі; за темами 4, 7, 11, 14, 15 можна отримати 2 бали, якщо будуть підготовлені відповідні презентації;

- виконання завдань самостійної роботи (написання рефератів, підготовка виступів та презентацій за темами дисципліни та виконання інших завдань самостійної роботи) (0 – 4 бали); 0 балів студент не виконав передбачений обсяг завдань; 1 бал виконано до 40 % завдань; 2 бали – виконано від 40 до 60 %; 3 бали – виконано від 61 до 90 %; 4 бали – виконано понад 80 % завдань;

- виконання підсумкового проекту (0-20 балів). 0 – здобувач не виконав проект; 1-5 балів – здобувач виконав лише 30 % проекту; 6-10 балів – здобувач виконав до 50 % проекту, брав активну участь у дискусії під час захисту; 11-15 балів – підготовлено до 75 % проекту; 16-20 балів – підготовлено проект, доповідь і презентацію, здобувач брав активну участь у дискусії;

- виконання контрольної роботи студентами заочної форми навчання (0-50 балів). 0 балів – контрольна робота не виконана, студент не допускається до іспиту; (0-20 балів) – контрольна робота виконана не в повному обсязі, або (та) містить значні помилки, недоліки в оформленні; 21-45 балів – контрольна робота виконана в повному обсязі, можливі помилки та недоліки в оформленні; 46-50 балів – контрольна робота виконана в повному обсязі.

Форма проведення підсумкового контролю згідно робочого та навчального плану – залік.

Трудомісткість:

Загальна кількість годин 120 год

Кількість кредитів 4,0

Форма семестрового контролю залік

Політика навчальної дисципліни

Відвідування занять є обов'язковим. Усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані у встановлений термін. За використання телефонів і комп'ютерних засобів без дозволу викладача, порушення дисципліни здобувач вищої освіти отримує на занятті 0 балів та зобов'язаний відпрацювати таке заняття.

Списування під час контрольних робіт заборонені (у т. ч. із використанням мобільних пристроїв). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час он-лайн тестування. Документи стосовно академічної доброчесності наведені на сторінці АКАДЕМІЧНА ДОБРОЧЕСНІСТЬ ПДАУ: <https://www.pdaa.edu.ua/content/akademichna-dobrochesnist>.

Є можливість опанування даної навчальної дисципліни за програмами академічної мобільності (внутрішньої / міжнародної) за наявними укладеними угодами (договорами) між Університетом та закладом-партнером та / або індивідуальними запрошеннями. Визнання та перезарахування результатів такого навчання відбувається спеціально створеною комісією на

підставі поданих здобувачем вищої освіти відповідних документів з використанням Європейської кредитно-трансферної системи. Організаційні процеси навчання за програмами академічної мобільності регламентуються Положенням про академічну мобільність здобувачів вищої освіти Полтавського державного аграрного університету.

На здобувачів вищої освіти поширюється право про визнання результатів навчання, набутих у неформальній / інформальній освіті перед опануванням даної освітньої компоненти. Визнання набутих результатів навчання або відмова у їх визнанні. Набуття відповідних результатів навчання можливе після успішного опанування курсів (з документальним підтвердженням) на різноманітних навчальних платформах, зокрема: Prometheus, Coursera тощо. Особливості неформального / інформального навчання регламентовані Положенням про порядок визнання результатів навчання, набутих у неформальній та інформальній освіті, здобувачами вищої освіти Полтавського державного аграрного університету.

Рекомендовані джерела інформації Основні

1. Березін О.В., Безпарточний М.Г. Стратегія підприємства: навчальний посібник. К.: Ліра-К, 2010. – 224 с.
2. Волков В.В. Стратегічний підприємницький менеджмент. К. : 2006. 39 с.
3. Гордієнко П.Л. Стратегічний аналіз: Навчальний посібник. К.: Алерта, 2006. 404 с.
4. Іванов Ю.Б. Стратегія підприємства: підручн. для студ. ВНЗ. Харківський національний економічний ун-т. Х. : ВД “ІНЖЕК”, 2009. 560 с.
5. Ігнатєва І.А. Стратегічний менеджмент: теорія, методологія, практика. Київський національний ун-т технологій та дизайну. К. : Знання України, 2005. 250 с.
6. Клівець П.Г. Стратегія підприємства: Навч. посіб. К. : Академвидав, 2007. 320 с.
7. Сасенко М.Г. Стратегія підприємства: Підручник. Тернопіль: “Економічна думка”. 2006. 390 с.
8. Самойлик Ю.В. Стратегія підприємства: [навчально-методичний комплекс дисципліни Полтава: кафедра економіки та міжнародних економічних відносин ПДАУ, 2022. 317 с.

Допоміжна

1. Про захист від недобросовісної конкуренції: Закон України № 237/96-ВР від 07.06.96. База даних “Законодавство України”. ВР України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/236/96-%D0%B2%D1%80#Text>.
2. Про захист економічної конкуренції: Закон України № 2210-III від 11.01.2001. База даних “Законодавство України”. ВР України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2210-14#Text>
3. Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів: Закон України від 23.12.1997 р. за № 771/97-ВР. База даних “Законодавство України”. ВР України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/771/97-%D0%B2%D1%80#Text>.
4. Про основні принципи та вимоги до органічного виробництва, обігу та маркування органічної продукції: проект закону номер реєстрації № 2496-VIII від 10.07.2018. База даних “Законодавство України”. ВР України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2496-19#Text>.
5. Про особисте селянське господарство: Закон України від 15.05.2003 № 742-IV. База даних “Законодавство України”. ВР України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/742-15#Text>
6. Про сільськогосподарську кооперацію: Закон України від 21.07.2020 р. № 819-IX. База даних “Законодавство України” / ВР України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/819-20#Text>

Інформаційні ресурси мережі Інтернет

1. Агентство з розвитку інфраструктури фондового ринку України (АІФРУ) – (Stock market infrastructure development agency of Ukraine (SMIDA). web-site. URL: <https://smida.gov.ua/>
2. Аграрне інформаційне агентство. web-site. URL: <https://agravery.com>.

3. Офіційний сайт Державної податкової служби України. веб-сайт. URL: <https://tax.gov.ua>
4. Офіційний сайт Європейської Комісії. веб-сайт. URL: https://commission.europa.eu/index_en
5. Офіційний сайт статистичної служби Європейського Союзу (EUROSTAT). веб-сайт. URL: <https://ec.europa.eu/eurostat>
6. Статистичні дані FAOSTAT. веб-сайт. URL: <https://www.fao.org/faostat/en>
7. Major agribusiness. web-site. URL : <https://latifundist.com/rating>
8. U.S. department of agriculture. web-site. URL: <https://www.usda.gov>