

## Підвищення стійкості та конкурентоспроможності малих аграрних підприємств

Ірина Василівна Драган<sup>1</sup>, Андрій Валентинович Герман<sup>2</sup>,  
Микола Валентинович Герман<sup>3</sup>

Опубліковано	Секція	УДК
30.07.2025	Економіка	338.43:631.11

DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.17012248>

Анотація. У статті розглянуто особливості маркетингової діяльності та системи управління сільськогосподарських підприємств України з акцентом на малі аграрні підприємства, які становлять основу вітчизняного аграрного сектору. Визначено специфіку маркетингу в агробізнесі, зумовлену сезонністю виробництва, високими ризиками, швидкопливним характером продукції та обмеженістю ресурсів малих господарств. Показано, що ефективна система управління малими аграрними підприємствами має базуватися на поєднанні маркетингових інструментів із сучасними підходами до планування, організації виробництва та контролю якості.

Наголошено на важливості державної підтримки у сфері ціноутворення, розвитку кооперації та створення сучасної інфраструктури аграрного ринку. Маркетинг і система управління в аграрному підприємстві України мають специфічні особливості, що визначаються сезонністю виробництва, природно-кліматичними умовами, нестачею ресурсів та високим рівнем ризиків. Для малих аграрних підприємств управління є вирішальним фактором, оскільки саме від нього залежить ефективне використання наявних ресурсів, формування гнучких стратегій збуту та адаптація до ринкових змін.

Визначено, що розвиток ефективної системи управління дозволяє малим виробникам: формувати конкурентоспроможну продукцію; оптимізувати витрати та підвищувати продуктивність; забезпечувати прозорість економічних відносин із партнерами; розширювати канали збуту та встановлювати прямий контакт зі споживачем.

Зроблено висновок, що впровадження інноваційних управлінських та маркетингових підходів є ключовим чинником підвищення конкурентоспроможності, економічної стійкості та соціально-економічного розвитку регіонів. Отже, інтеграція ефективної системи управління з маркетинговою стратегією є запорукою підвищення конкурентоспроможності малих сільськогосподарських підприємств, зміцнення продовольчої безпеки країни та розвитку сільських територій.

<sup>1</sup> доктор наук з державного управління, старший науковий співробітник, професор кафедри менеджменту, Заклад вищої освіти «Університет трансформації майбутнього», м. Чернігів.  
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-6906-5000>

<sup>2</sup> Аспірант, Державний університет «Житомирська політехніка», м.Житомир  
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-4065-9945>

<sup>3</sup> Державний університет «Житомирська Політехніка», м.Житомир  
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-5318-0410>

**Ключові слова:** аграрне підприємництво, аграрний ринок, конкурентоспроможність, малі аграрні підприємства, маркетинг, система управління, фінансова стійкість.

### **Increasing the sustainability and competitiveness of small agricultural enterprises**

**Annotation.** The article deals with the peculiarities of marketing activity and the management system of agricultural enterprises of Ukraine with a focus on small agricultural enterprises, which form the basis of the domestic agricultural sector. The specificity of marketing in agribusiness, caused by seasonality of production, high risks, perishable nature of products and the limited resources of small farms, is determined. It is shown that an effective system of management of small agricultural enterprises should be based on the combination of marketing tools with modern approaches to planning, production and quality control.

The importance of state support in the field of pricing, development of cooperation and the creation of modern agricultural market infrastructure is emphasized. Marketing and management system in the agricultural enterprise of Ukraine have specific features that are determined by the seasonality of production, natural and climatic conditions, lack of resources and high levels of risk. For small agricultural enterprises, management is a decisive factor, since it depends on the effective use of available resources, the formation of flexible marketing strategies and adaptation to market changes.

It is determined that the development of an effective management system allows small producers: to form competitive products; optimize costs and increase productivity; ensure transparency of economic relations with partners; expand sales channels and make direct contact with the consumer. It is concluded that the introduction of innovative management and marketing approaches is a key factor in improving competitiveness, economic stability and socio-economic development of regions. Therefore, the integration of an effective marketing strategy management system is the key to increasing the competitiveness of small agricultural enterprises, strengthening the country's food security and rural development.

**Keywords:** agrarian entrepreneurship, agricultural market, competitiveness, small agricultural enterprises, marketing, management system, financial sustainability.

### **Вступ**

Основою вирішення проблеми підтримки ефективного функціонування суб'єктів ринку сільськогосподарської продукції в Україні є забезпечення результативної діяльності аграрних підприємств, зокрема малих та середніх. Саме вони складають значну частину аграрного сектору та формують продовольчу безпеку держави, однак найчастіше стикаються з нестачею фінансових ресурсів, обмеженим доступом до ринків збуту та недостатньо розвинутою маркетинговою інфраструктурою.

Ефективність розвитку аграрних підприємств значною мірою залежить від досконалості ринкової інфраструктури — системи заготівлі, зберігання, переробки та реалізації продукції, а також від можливостей для просування товарів як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках. У процесі адаптації агропромислового комплексу України до постійно змінюваних економічних умов, зокрема до викликів воєнного часу та євроінтеграційних процесів, форми господарювання постійно трансформуються. Саме тому в сільському господарстві функціонують різноманітні типи суб'єктів: від особистих селянських господарств до малих фермерських підприємств і кооперативів.

Сучасна розробка ефективних організаційно-правових форм управління вимагає пошуку раціональних підприємницьких структур ринкового типу. Ключовим критерієм їх ефективності є конкурентоспроможність, яка дозволяє аграріям максимально раціонально організувати економічну діяльність, використовувати наявні ресурси та досягати сталого розвитку.

Раціональна підприємницька структура, зокрема мале аграрне підприємство або фермерське господарство, здатна забезпечити пропорційний розвиток аграрного сектору, створювати робочі місця в сільській місцевості та сприяти підвищенню ефективності виробництва. Ефективність діяльності таких суб'єктів визначається здатністю забезпечувати оптимальне поєднання ресурсів (земельних, фінансових, трудових та підприємницьких), а також інтенсивним використанням якісних та кількісних факторів виробництва. У результаті це дає змогу знижувати витрати, підвищувати продуктивність та забезпечувати стійкий розвиток українського аграрного сектору.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблематика забезпечення стабільного розвитку та ефективного функціонування малих аграрних підприємств в Україні перебуває у центрі уваги багатьох дослідників. Зокрема, питання управління стійкістю аграрного виробництва та підвищення ефективності малих підприємств розглядали В.І. Бойко, М.Й. Малік, О.В. Шубравська, О.Г. Бородіна, Л.І. Шепотько та інші науковці.

Попри те, що вітчизняна та зарубіжна економічна література достатньо глибоко досліджує проблеми формування та функціонування підприємницьких структур, безпосередньо сільськогосподарським підприємницьким структурам, особливо малим аграрним підприємствам, приділялося значно менше уваги. Це зумовлює необхідність детальнішого розгляду особливостей їх становлення, функціонування та адаптації до умов ринкового середовища.

Окремі аспекти розвитку підприємницьких структур в аграрній сфері досліджували М.Й. Малік, який вивчав особливості формування фермерських господарств, В.Я. Месель-Веселяк, що аналізував економічні механізми їхньої діяльності, О.М. Шпичак та Т.О. Осташко, які акцентували увагу на інтеграційних процесах в аграрному секторі, а також І.В. Прокопа та В.В. Юрчишин, що досліджували перспективи розвитку підприємницьких структур у сільському господарстві та їх роль у забезпеченні продовольчої безпеки.

Таким чином, наукові підходи до управління малими аграрними підприємствами в Україні потребують подальшого удосконалення, зокрема у контексті підвищення їхньої конкурентоспроможності, адаптації до викликів глобалізації та воєнних умов, а також інтеграції у європейський ринок.

**Формулювання цілей статті.** Головним завданням статті є формування концептуальних положень щодо підвищення стійкості та конкурентоспроможності малих аграрних підприємств, визначення напрямів удосконалення інституційних і організаційно-економічних механізмів їх розвитку, а також обґрунтування ролі державної аграрної політики у створенні сприятливого середовища для їх стабільного функціонування.

### Результати

Маркетингові аспекти взаємодії сільськогосподарських підприємств в Україні досі не знайшли достатнього висвітлення у наукових дослідженнях, хоча саме вони значною мірою визначають рівень конкурентоспроможності малих аграрних підприємств на внутрішньому та зовнішньому ринках.

Вперше в українській економічній літературі поняття «сільськогосподарських підприємницьких структур» розглядалося у працях вітчизняних дослідників, зокрема М.Й. Маліка, О.В. Шубравської, В.Я. Месель-Веселяка, які визначають їх як економічні одиниці, що функціонують на основі поєднання виробничих, організаційних, управлінських та соціально-економічних дій, спрямованих на отримання прибутку, регулюються чинним законодавством і задовольняють попит на аграрну продукцію.

Для уточнення поняття «сільськогосподарське підприємство» в українських реаліях доцільно спиратися на класифікацію, визначену Законом України «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва». Відповідно до нього, виділяють: мікропідприємства (до 10 працівників), малі підприємства (до 50 працівників), середні підприємства (до 250 працівників), великі підприємства (понад 250 працівників).

Слід зазначити, що саме малі аграрні підприємства та фермерські господарства становлять основу сучасного аграрного сектору України. Водночас індивідуальні підприємці та особисті селянські господарства, хоча й є суб'єктами підприємницької діяльності, не завжди підпадають під визначення повноцінних підприємницьких структур через відсутність статусу юридичної особи [3].

Послідовні ринкові трансформації в українському сільському господарстві, а також євроінтеграційні процеси, сприяли відродженню підприємницької активності та створенню аграрних формувань ринкового типу. Однією з сучасних тенденцій, на яку звертає увагу, зокрема, О.Г. Бородіна, є посилення процесів концентрації та інтеграції, коли великі агрохолдинги поглинають слабші малі фермерські господарства. Це з одного боку сприяє зростанню виробництва та експорту, але з іншого — посилює ризики втрати малими аграрними підприємствами своїх позицій на ринку.

Інтеграційні процеси, що розгортаються в аграрному секторі України, зумовлені потребою стабілізації діяльності суб'єктів агропродовольчого ринку, підвищенням ефективності виробництва, розширенням ринків збуту та забезпеченням належної якості продукції.

Таким чином, у сучасних умовах доцільно виділяти два основні типи сільськогосподарських підприємницьких структур: традиційні (індивідуальні підприємства та фермерські господарства, що самостійно функціонують у аграрному секторі); інтегровані (кооперативи, асоціації, агрохолдинги, кластери), що об'єднують ресурси та підвищують конкурентоспроможність на ринку [1].

Традиційні агропідприємницькі структури:

селянські (фермерські) господарства (з утворенням юридичної особи);

сільськогосподарські організації у вигляді товариств і об'єднань. Суб'єкти агропідприємницької діяльності: селянські (фермерські) господарства (без утворення юридичної особи), сільськогосподарські виробничі кооперативи, індивідуальні підприємці;

Інтегровані агропідприємницькі структури:

Корпоративна інтеграція: агрохолдинги, агрофірми, агрокомбінати, агроконцерни.

Асоційована інтеграція: асоціації сільгоспвиробників, союзи сільгоспвиробників і переробників продукції.

Це утворює контур формування агропідприємницьких структур.

Слід зазначити, що окремі суб'єкти підприємницької діяльності (індивідуальні підприємці, колективні фермерські господарства без утворення юридичної особи, виробничі сільськогосподарські кооперативи, які є об'єднанням фізичних осіб) можуть бути інтегровані до складу більших агропідприємницьких структур [2; 5].

Агропідприємницькі структури здійснюють пошук нових способів виживання та/або розвитку на нових чи існуючих ринках, у результаті чого вони інвестують у встановлення й розвиток партнерських відносин як стратегічного ресурсу. Тобто між ними формуються різні форми взаємодії.

Ці різні форми взаємовідносин, пов'язані з виробництвом і реалізацією сільськогосподарської продукції, стають підґрунтям для перегляду існуючих принципів і методів аналізу ефективності взаємодії агропідприємницьких структур на основі адаптації традиційних концептуальних підходів до сучасних умов їх функціонування.

Діяльність сільськогосподарських підприємств в Україні у сучасних умовах має свою специфіку, зумовлену наявністю власного аграрного ринку та особливостями його розвитку. Важливу роль у цьому відіграють не лише великі агрохолдинги, а й малі та середні аграрні підприємства, які забезпечують продовольчу безпеку регіонів, сприяють зайнятості сільського населення та розвитку місцевих громад.

У процесі аграрного підприємництва задовольняються потреби населення в продуктах харчування, що підкреслює важливість ефективного функціонування як великих, так і малих агропідприємств для насичення внутрішнього ринку сільськогосподарською продукцією та підтримки продовольчої безпеки держави.

Розвиток аграрного підприємництва значною мірою залежить від земельних ресурсів як основних засобів виробництва. Це вимагає раціонального їх використання, дотримання екологічних вимог та збереження ґрунтової родючості.

Сезонний характер виробництва за умов постійного попиту на харчові продукти, що обумовлений кліматичними умовами України, формує підвищені комерційні ризики у діяльності аграрних підприємств, особливо малих фермерських господарств.

Аграрне підприємництво тісно пов'язане з природним середовищем існування людини, що зумовлює необхідність витрат на охорону довкілля, впровадження екологічних заходів для зменшення негативного впливу на природу [6].

Інтеграційні процеси в діяльності сільськогосподарських підприємств, особливо в умовах України, сприяють підвищенню ефективності через взаємозв'язок етапів виробництва, зберігання, переробки та реалізації продукції в єдиний технологічний цикл. Це особливо актуально для малих аграрних підприємств, які завдяки кооперації можуть посилювати свою конкурентоспроможність.

Інноваційний характер агробізнесу визначається потребою у впровадженні сучасних науково-технічних досягнень, цифрових технологій, прогресивних форм організації виробництва та маркетингу.

Інтеграція та кооперація відіграють ключову роль у розвитку сільськогосподарських підприємницьких структур, які можуть розглядатися як об'єднання ресурсів, капіталу та знань з метою підвищення ефективності підприємницької активності.

Відповідність інтеграційних процесів діяльності сільськогосподарських підприємницьких структур пояснюється наступними обставинами:

Подолання структурних дисбалансів. Інтеграційна взаємодія аграрних підприємницьких структур — як великих агрохолдингів, так і малих фермерських та сімейних господарств — допомагає подолати диспропорції в сільськогосподарському виробництві, збалансувати відносини між виробниками, переробниками й торговельними структурами. Відсутність інтеграції призводить до формування замкнених агроіндустріальних комплексів, що монополізують ринок, підвищують ціни, знижують контроль за якістю продукції та ускладнюють її доступність для кінцевого споживача.

Формування спільної інфраструктури. Інтеграція дозволяє учасникам створювати спільні логістичні та збутові системи, центри зберігання й переробки, що особливо

важливо для малих аграрних підприємств, які поодиноці не мають ресурсів для таких інвестицій. Це сприяє зниженню трансакційних витрат, підвищенню прозорості інформаційних потоків, удосконаленню управління та посиленню можливостей у відстоюванні інтересів на регіональному й національному рівнях.

Зміцнення фінансової стійкості. Розбудова інтеграційних зв'язків знижує ризик нечесних угод на ринку, зменшує дефіцит матеріальних і фінансових ресурсів, особливо для малих та середніх підприємств, які найбільше страждають від нестабільності цін та обмеженого доступу до кредитування.

Підвищення конкурентоспроможності. Інтегровані аграрні структури посилюють позиції учасників на внутрішньому та зовнішньому ринках, стимулюють розвиток інноваційних процесів, сприяють оновленню інфраструктури, створюють робочі місця у сільських громадах, що має важливе соціально-економічне значення для регіонів України.

Оптимізація технологічних процесів. Завдяки інтеграції зростає ефективність використання виробничих потужностей, забезпечується доступ до сучасних технологій і додаткових інвестицій, що є ключовим чинником розвитку малих аграрних підприємств, орієнтованих на екологічно чисте виробництво та нішеві ринки.

Розвиток інновацій та екологічності. Інтеграційна взаємодія стимулює наукові дослідження та впровадження новітніх технологій у вирощуванні, зберіганні, переробці та реалізації продукції. Це дозволяє малим і середнім господарствам випускати якісні, конкурентоспроможні й екологічно чисті продукти харчування.

Формування нових економічних відносин. Інтеграція сприяє розвитку кооперації між підприємствами різних масштабів, розподілу ризиків і зміцненню адаптивних можливостей аграрного сектору в умовах мінливого ринкового середовища.

Таким чином, інтеграція є важливим інструментом розвитку аграрного підприємництва в Україні, особливо для малих аграрних підприємств, оскільки забезпечує їх фінансову стійкість, доступ до інновацій та ринків збуту, а також сприяє підвищенню соціально-економічного розвитку сільських територій.

Переваги інтеграційних процесів у діяльності сільськогосподарських підприємств України полягають у тому, що вони сприяють залученню інвестиційного капіталу, розвитку матеріально-технічної бази та розширенню масштабів господарської діяльності. Це особливо важливо для малих аграрних підприємств та фермерських господарств, які обмежені у власних фінансових ресурсах і часто мають складнощі з виходом на ринки збуту. Інтеграція створює умови для стабілізації економічних відносин, зменшує трансакційні витрати та забезпечує раціональний розподіл ризиків між учасниками агропідприємницької структури [8].

До ключових переваг інтеграції можна віднести:

Залучення інвестиційного капіталу для розвитку матеріально-технічної бази та розширення масштабів діяльності. Це дозволяє долати дефіцит ресурсів, що особливо актуально в кризові періоди, коли багато малих аграрних підприємств втрачають своїх постачальників чи покупців.

Стабілізація економічних відносин завдяки спрощенню взаємних розрахунків та ефективнішому обміну інформацією між підприємствами, що входять до інтегрованої аграрної структури. Для малих виробників це означає можливість зменшення фінансових ризиків і забезпечення прогнозованого збуту.

Раціональний розподіл ризиків між усіма учасниками інтегрованої системи, що знижує рівень невизначеності ринкового середовища й допомагає приймати зважені управлінські рішення. Це особливо важливо для дрібних фермерів, які найбільше страждають від коливань цін та кліматичних ризиків [8; 9; 10].

Зменшення впливу посередників на діяльність виробників, що відкриває можливості для формування більш справедливої цінової політики. Завдяки цьому малі аграрні підприємства отримують справедливу частку від реалізації продукції, а споживачі — якісні продукти за доступними цінами.

Організаційна єдність технологічного процесу виробництва, переробки, зберігання та реалізації сільськогосподарської продукції до кінцевого споживача. Такий підхід зменшує транзакційні витрати завдяки «ефекту масштабу» та створює передумови для підвищення ефективності аграрного бізнесу.

Таким чином, інтеграція у сільському господарстві України виступає ключовим чинником розвитку не лише великих агрохолдингів, але й малих аграрних підприємств, оскільки забезпечує їм доступ до інвестицій, новітніх технологій, збутових каналів і дозволяє зміцнити свої позиції на ринку.

З наукової точки зору, ефективність виробництва в підприємницьких структурах аграрної сфери визначається низкою ключових аспектів: раціональним зниженням витрат на виробництво продукції, оптимізацією її кількості та, що є найважливішим, відповідністю якості й параметрів продукції потребам споживачів. Саме тому останніми роками в Україні зростає кількість наукових публікацій, присвячених питанням маркетингової діяльності агробізнесу, зокрема в умовах функціонування малих і середніх аграрних підприємств [12].

Підприємницькі структури аграрної сфери діють у сучасному бізнес-середовищі, що характеризується: посиленням конкуренції; зростанням вимог споживачів до асортименту та якості продукції; високим рівнем мінливості та невизначеності зовнішнього середовища.

У цих умовах саме маркетинг фермерського господарства та малих агропідприємств виступає інструментом адаптації їхнього внутрішнього потенціалу до зовнішніх викликів.

Маркетингова діяльність у сільському господарстві суттєво відрізняється від класичного маркетингу через низку особливостей: високу залежність від сезонності виробництва та природно-кліматичних ризиків; швидкопливність більшості видів сільськогосподарської продукції; специфічні умови ціноутворення та обмеженість каналів збуту.

Основні особливості маркетингової діяльності аграрних підприємств України.

Функції, пов'язані з товаром. Сільськогосподарські підприємства, включно з малими фермерськими господарствами, задовольняють першочергові потреби населення у продовольчих товарах. Це зумовлює необхідність виробництва якісної та екологічно безпечної продукції у достатньому обсязі. У малих господарствах особливо гостро стоїть питання організації логістики та зберігання продукції, адже швидкопливний характер товарів вимагає сучасних складів та упаковки.

Використання земельних ресурсів. Ефективність агробізнесу безпосередньо залежить від родючості землі та екологічного стану ґрунтів. Для малих господарств раціональне застосування добрив і захист рослин є критично важливим, оскільки від цього залежить не лише урожайність, а й конкурентоспроможність на ринку.

Цінова політика. Малі аграрні підприємства часто не здатні конкурувати за ціною з великими агрохолдингами через вищу собівартість продукції та обмежені канали збуту. У такій ситуації держава відіграє ключову роль у регулюванні цінової політики: підтримці рентабельності основних галузей сільського господарства, запобіганні монополізації та демпінгу, забезпеченні прозорості на аграрних ринках.

Особливості збуту. Продаж сільськогосподарської продукції має сезонний характер, що потребує продуманих рішень щодо її переробки, зберігання й реалізації. В Україні значна частина малих підприємств не має достатніх ресурсів для самостійної

організації збуту, що зумовлює актуальність кооперації та інтеграційних форм співпраці.

Просування продукції. В умовах високої конкуренції ефективні інструменти маркетингових комунікацій (реклама, брендинг, участь у виставках, цифровий маркетинг) стають визначальними. Для малих агропідприємств особливо важливо формувати позитивний імідж і бренд «екологічно чистого українського продукту», що може забезпечити конкурентні переваги навіть при вищій собівартості.

Маркетинг взаємовідносин. Сучасний етап розвитку агробізнесу в Україні вимагає застосування концепції маркетингу партнерських відносин, що передбачає встановлення довгострокових взаємовигідних зв'язків між виробниками, переробниками, трейдерами та кінцевими споживачами. Це особливо важливо для малих аграрних підприємств, які через співпрацю отримують стабільність, ринки збуту й захист від цінових коливань.

### **Висновки**

Маркетинг і система управління в аграрному підприємстві України мають специфічні особливості, що визначаються сезонністю виробництва, природно-кліматичними умовами, нестачею ресурсів та високим рівнем ризиків. Для малих аграрних підприємств управління є вирішальним фактором, оскільки саме від нього залежить ефективне використання наявних ресурсів, формування гнучких стратегій збуту та адаптація до ринкових змін.

Розвиток ефективної системи управління дозволяє малим виробникам: формувати конкурентоспроможну продукцію; оптимізувати витрати та підвищувати продуктивність; забезпечувати прозорість економічних відносин із партнерами; розширювати канали збуту та встановлювати прямий контакт зі споживачем.

У поєднанні з маркетинговими інструментами сучасна система управління сприяє підвищенню економічної стійкості малих аграрних підприємств. Водночас державна політика має бути спрямована на створення умов для їхнього розвитку – зокрема, через стимулювання кооперації, вдосконалення інфраструктури аграрних ринків та формування прозорої системи ціноутворення.

Отже, інтеграція ефективної системи управління з маркетинговою стратегією є запорукою підвищення конкурентоспроможності малих сільськогосподарських підприємств, зміцнення продовольчої безпеки країни та розвитку сільських територій.

### **Література**

1. Клиновий Д. В. Сталі фінанси: теорія, методологія, практика / Державна установа «Інститут економіки природокористування та сталого розвитку Національної академії наук України» / К.: Видавництво «ПрофКнига», 2022. – 440 с.

2. Мазуркевич І. Дослідження методичних підходів до оцінки інвестиційної привабливості підприємств агропромислового комплексу. Економіка та суспільство. 2023. Випуск 53. DOI: 10.32782/2524%0072/2023%53%87.

3. Матвеев М. Сільське господарство та ринок сільськогосподарських земель України: вплив війни. URL: <https://voxukraine.org/silске%господарство%та%rynok%silskogосподарskyh%земел%ukr ayiny%vplyv%vijny>(дата звернення: 20.06.2025).

4. Методологічні засади сталого господарювання / за заг. ред. акад. НААН України, д.е.н., проф. М.А. Хвесика. Київ: Державна установа «Інститут економіки природокористування та сталого розвитку Національної академії наук України, 2023. 345 с.

5. Мовчанюк А.В., Дяченко М.І. Особливості управління інвестиційно-інноваційною діяльністю в сільському господарстві України. *Modern Economics*. 2022. No31.С. 97-103. DOI: 10.31521/modecon.V31(2022)%14.
6. Назаренко І.М. Аналіз інвестиційного забезпечення сільськогосподарських підприємств регіонів України. *Проблеми економіки*. 2015. № 4. С. 136—143.
7. Офіційний вебсайт План відновлення України.URL: <https://recovery.gov.ua/> (дата звернення: 22.07.2025).
8. Ставнічук В.В. Аналіз інвестиційної діяльності як передумови ефективного розвитку агроформувань. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2021. № 5 (2). С. 224-227. DOI: 10.31891/2307%5740%2021%298%5(2)%37.
9. Степаненко С.В. Диверсифікація джерел інклюзивного інвестування аграрних бізнес суб'єктів. *Таврійський науковий вісник*. 2023. Випуск 16. С. 175-184. DOI: <https://doi.org/10.32782/2708%0366/2023.16.23>.
10. Ткаченко С. Аналіз інвестиційної діяльності в аграрному секторі України, визначення факторів та шляхів її активізації. *Економіка та суспільство*. 2021. Випуск 23. DOI: 10.32782/2524%0072/2021%23%3.
11. Sakhno A., Polishchuk N., Salkova I., Kucher A. Impact of Credit and Investment Resources on the Productivity of Agricultural Sector. *European Journal of Sustainable Development*. 2019. № 8 (2). P. 335-345. DOI:10.14207/ejsd.2019.v8n2p335.
12. Malik, M.Yo.; Lupenko, Yu. O.; Shpykuliak, O.H. Підприємницька діяльність в аграрній сфері економіки: монографія. Київ: Національний науковий центр «Інститут аграрної економіки», 2023.