РОЗРОБЛЕННЯ МЕТОДОЛОГІЇ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ
ВИНОРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВTHE METHODOLOGY ELABORATION FOR WINEMAKING
ENTERPRISES DEVELOPMENT STRATEGY

УДК 330.3

<https://doi.org/10.32843/bses.56-8>**Каламан О.Б.**к.е.н., доцент кафедри
менеджменту і логістики
Одеська національна академія
харчових технологій**Пурцхванідзе О.В.**к.ф.н., доцент кафедри
менеджменту і логістики
Одеська національна академія
харчових технологій**Мандрикін Д.В.**магістр кафедри
менеджменту і логістики
Одеська національна академія
харчових технологій**Kalamana Olga**Odessa National Academy
of Food Technologies**Purtskhvanidze Olga**Odessa National Academy
of Food Technologies**Mandrykin Denis**Odessa National Academy
of Food Technologies

У статті розглянуто історичні аспекти формування та розвитку поняття «методологія». Показана трансформація змісту і сутності досліджуваного терміна. Окреслено предмет методології формування стратегії розвитку виноробних підприємств. Показана центральна ланка методології дослідження, що відповідає потребам суспільства і відображає їх. Як основний мотив дослідження визначено єдність напрямів розвитку виноробних підприємств, інтегрованих у форматі організованого підходу. Зображено методологію формування та реалізації стратегії розвитку виноробних підприємств, алгоритм формування методології стратегії розвитку виноробних підприємств та логічну послідовність дій у стратегічному управлінні виноробними підприємствами. Сформовано результат проведеного дослідження, що заснований на наведеній логічній послідовності щодо виноробних підприємств як виробничо-економічної системи, та визначено структурно-логічні блоки стратегії сталого розвитку.

Ключові слова: методологія, стратегія розвитку, виноробні підприємства, стратегічне управління, методологія стратегії.

В статье рассмотрены исторические аспекты формирования и развития понятия

«методология». Показана трансформация содержания и сущности исследуемого понятия. Очерчен предмет методологии формирования стратегии развития винодельческих предприятий. Показано центральное звено методологии исследования, отвечающее потребностям общества и отражает их. Как основной мотив исследования определено единство направлений развития винодельческих предприятий, интегрированных в формате организованного подхода. Изображена методология формирования и реализации стратегии развития винодельческих предприятий, алгоритм формирования методологии стратегии развития винодельческих предприятий и логическая последовательность действий в стратегическом управлении винодельческими предприятиями. Сформирован результат проведенного исследования, основанный на приведенной логической последовательности винодельческих предприятий как производственно-экономической системы, и определены структурно-логические блоки стратегии устойчивого развития.

Ключевые слова: методология, стратегия развития, винодельческие предприятия, стратегическое управление, методология стратегии.

The article considers the historical aspects of the formation and development of the concept of "methodology" from ancient times to the present. The transformation of the content and essence of the studied term is shown. The general characteristics of methodology as a philosophical doctrine, a set of principles, the doctrine of the system of activity, etc. are revealed. It is noted that most authors highlight its main structural elements. The subject of methodology for the formation of strategy for the development of wineries is identified. The central link of the research methodology that meets the needs of society and reflects them is shown. The main motive of the study is the unity of directions of development of wineries, integrated in the format of the organic approach. It is noted that the organismic approach is based on the synthesis of modern traditional and alternative concepts and ideas in the field of agricultural economics. Accordingly, the purpose of the research methodology is to develop theoretical and methodological provisions, approaches and recommendations of methodological and applied nature for the formation and implementation of strategies for the development of wineries. It is emphasized that the tasks of the methodology are the means, conditions, elements, tools and approaches necessary and sufficient to obtain objectively true knowledge, the use of which will ensure the achievement of goals. The methodology of formation and realization of strategy of development of wineries, algorithm of formation of methodology of strategy of development of wineries and logical sequence of actions in strategic management of wineries are represented. The result of the research is formed, which is based on the given logical sequence concerning wineries as a production and economic system, the structural and logical blocks of the strategy of sustainable development are determined. It is noted that in the process of developing a strategy for sustainable development of wineries in a particular region must take into account the goals, objectives, deadlines, targets and development guidelines specified in similar strategic programs and projects.

Key words: methodology, development strategy, winemaking enterprises, strategic management, strategy methodology.

Постановка проблеми. Досліджуючи методологію розроблення стратегій, спрямованих на забезпечення сталого розвитку виробничо-економічних систем, важливим є всебічне вивчення категорії «методологія», що дасть змогу використовувати максимально повний набір атрибутів, які їй властиві. З метою систематизації підходу до вивчення основ методології наукового дослідження доцільно побудувати таку послідовність логіки вивчення:

1. Дослідження й аналіз історичних аспектів формування і розвитку категорії «методологія» і її змісту.

2. Вивчення логічної структури методології, її елементного складу.

3. Побудова й опис методологічної моделі щодо розроблення стратегії розвитку виноробних підприємств з використанням попередніх результатів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Дослідження стратегічного процесу є ключовим науковим напрямом багатьох відомих учених, зокрема І. Ансоффа [1], А. Аакера [2], Р. Акоффа [3], Г. Мінцберга [4], М. Портера [5], В. Віханського [6], О. Трухана [7], А. Наливайко [8], І. Смоліна [9], В. Пастухової [10], І. Агеєвої [11], І. Седікової [12] та інших [13]. Проте сьогодні відсутні

ґрунтовні дослідження, в яких була би приділена необхідна увага питанням методології розроблення стратегії розвитку виноробних підприємств.

Постановка завдання. Ситуація, що сформувалася в науковому просторі щодо питань стратегічного розвитку, є досить цікавою. Так, зазначене поняття було досить всебічно розглянуте, проте відсутнє осмислене обґрунтування саме методології стратегії розвитку виноробних підприємств та її безпосереднє розроблення. Такий стан справ зумовлений перш за все змінюваними умовами господарювання сучасних підприємств, що ускладнює розроблення методологічної підтримки стратегії розвитку, з одного боку, та недостатньою увагою, що мала би приділятися виноробній галузі України як найперспективнішому напрямку розвитку АПК – з іншого.

Виклад основного матеріалу. Характеризуючи історичні аспекти формування методологічного інструментарію, цей процес можна розподілити на етапи. Перший – це формування методології як системи принципів і способів організації та побудови теоретичної і прикладної діяльності, що відноситься до античних часів. Ця проблематика як напрям пізнання розглядалася Сократом, Платоном, Аристотелем [14].

Починаючи з давніх часів поняття «методологія» було бінарним, поєднуючи «метод» і «вчення», «знання». Таким чином, вивчаючи категорію «методологія», необхідно проаналізувати її базову складову частину – поняття «метод». Під методом розуміється система способів і прийомів дослідження, спрямованих на теоретичне і практичне освоєння дійсності. Значення методу полягає у його функціях, а відповідність методу вимогам наукового дослідження зумовлена критеріями науковості.

На другому етапі (період Нового часу) дослідження, присвячені тематиці методології, зумовлені зароджуваною капіталістичною формацією, що реалізовували Ф. Бекон з його індуктивним емпіричним підходом до природи явищ, Галілей і Декарт, які вивчали принципи механічної будови світу. До другого етапу включно методологія розглядалася буквально як вчення про методи діяльності, що безпосередньо впливає з перекладу її значення («метод» і «логос» – вчення). Таким чином, розуміння методології зводилося до здійснення аналізу методів, що обмежувало можливості її розвитку [15; 16].

Наступний етап розвитку методологічних досліджень припадав на XIX – поч. XX ст., що пояснюється стрибком науково-технічного розвитку, який встановив низку завдань із диференціації та інтеграції наукової думки і знань, появою нових дисциплін, розвитком наукових напрямів, які зробили науку інструментом продуктивних сил. В цей час питання розвитку і вивчення методології виходить на якісно новий рівень, трансформуючись із сукупності уявлень про основи науково-пізнавальної діяльності в спеціалізовану і відокремлену галузь

знань, яка характеризується наявністю спрямованості на вивчення внутрішніх процесів і механізмів, логіки руху і організацією знання. У працях П. Дюгема, Е. Кассієра, Е. Маха та інших розроблялися методологічні напрями в гуманітарних, історичних, соціальних та інших науках [14]. Найбільш помітну роль в цьому напрямі зіграли М. Вебер, В. Віндельбанд, В. Дільтей, П. Риккерт. Також на процес розвитку методологічної думки істотний вплив зробили дослідження, пов'язані із застосуванням методів математичної логіки: метод точного логічного аналізу, метод використання логічної формалізації тощо [14; 16].

Четвертий етап, під час якого методологія розвивалася як самостійна галузь наукового пізнання, тривав до початку 80-х рр. XX ст. і характеризувався динамічними процесами, серед яких відзначається перетворення методології в безпосередню технологію мислення (школа Г.П. Щедровицького) [17]. Основним завданням методології на цьому етапі було фактичне нормування мислення. Він отримав назву нормативного і призвів до її формалізації, що негативно відобразилося на інтересі до нього дослідницької діяльності.

Новітній, п'ятий етап розвитку методологічних досліджень почався в середині 1950-х рр., коли в абсолютно різних напрямках інтенсивно починає розвиватися як загальна, так і спеціальна методологія. В цей же час свій розвиток отримує програма логіки наукових досліджень, представником якої став С.Б. Кримський та інші вчені [18; 19]. За часів СРСР становлення методології як науки відбувалося протягом 60–70-х рр. XX ст. Таке «відставання» від світової думки було зумовлено політичними й ідеологічними причинами. Однак завдяки роботам В.І. Садовського [20], В.С. Швірева [21], Г.П. Щедровицького [17], Е.Г. Юдіна [22] та інших авторів цей напрям досліджень став розвиватися всупереч ідеологічному тиску.

На підставі дослідження наукових течій і поглядів, які вивчають процес методології, сформулюємо основні напрями, що характеризують методологію: філософське вчення про методи пізнання і перетворення дійсності; сукупність світоглядних принципів, що застосовуються до пізнавального процесу і духовної творчості, включаючи практичну діяльність; вчення про систему принципів і способів організації та побудови теоретичної і практичної діяльності і системи; специфічної сфери філософського аналізу наукового мислення; вчення про структуру, логічну організацію, методи та засоби діяльності; принципи побудови, форми і способи наукового пізнання; типи раціонально-рефлексивної свідомості, спрямованої на вивчення, формування та вдосконалення методів у духовній і практичній діяльності [19; 20; 21].

Більшість авторів, що присвятили свої праці становленню і розвитку методології, виділяють

такі її елементи, як: предмет, об'єкт, мета, завдання, гіпотези, засоби і методи. Відповідно до завдань дослідження необхідно розробити методологічну основу, що стосується формування стратегії розвитку виноробних підприємств. Як предмет у методології розроблення стратегії розвитку виноробних підприємств виступає сукупність виробничо-економічних, технологічних, соціальних та інших відносин і процесів, що мають суб'єктивну й об'єктивну природу і зумовлюють формування і функціонування всієї сукупності виноробних підприємств.

Для визначення центральної ланки методології дослідження – цілі – важливо позначити мотив дослідження, що відповідає потребам суспільства і відображає їх. Основним мотивом проведеного дослідження визначено єдність напрямів розвитку виноробних підприємств, інтегрованих у форматі організаційного підходу. Пошук нової ідеологічної платформи й узагальнення існуючих теоретико-методологічних розробок визначили необхідність застосування саме організаційного підходу до формування методології розроблення стратегії розвитку виноробних підприємств. Організаційний підхід заснований на синтезі сучасних традиційних та альтернативних концепцій та ідей у сфері економіки сільського господарства. Відповідно, мета методології дослідження полягає в розробленні теоретико-методологічних положень, підходів і рекомендацій методологічного та прикладного характеру щодо формування і реалізації стратегії розвитку виноробних підприємств.

Завданнями методології виступають засоби, умови, елементи, інструменти та підходи, необхідні і достатні для отримання об'єктивно-істинного знання, використання якого забезпечить досягнення поставлених цілей. Стосовно цього дослідження комплекс завдань включає в себе:

- 1) здійснення досліджень ґносеологічного характеру, спрямованих на виявлення, аналіз, систематизацію і уточнення: генезису, чинників і принципів формування і функціонування, теоретичних основ і характеристик економічного розвитку і зростання підприємств (рис. 1).

- 2) реалізація основного завдання включає розроблення концепції стратегії розвитку виноробних підприємств;

- 3) здійснення комплексу заходів прикладного характеру, відповідно до яких здійснюється поставка таких завдань:

1. Аналітичні завдання, виконання яких дозволить сформувати обґрунтоване уявлення щодо стану і тенденцій функціонування виноробних підприємств на різних територіальних рівнях, та характер факторного середовища, що детермінує процеси всередині підприємств і поза ними.

2. Розроблювальні завдання, вирішення яких дозволить розрахувати прогностичні показники функці-

онування з подальшим розробленням сценаріїв, що являють собою напрями реалізації стратегії розвитку.

3. Завдання з реалізації алгоритмів розроблених заходів і впровадження механізмів, дія яких сприятиме розвитку виноробних підприємств.

На основі вищевикладеного був розроблений алгоритм формування методології стратегії розвитку виноробних підприємств (рис. 2). Дотримання цього взаємозв'язку логічних елементів дозволяє забезпечити обґрунтованість і послідовність дослідження змісту методології стратегії розвитку виноробних підприємств. При цьому важливо визначити стратегію й розробити дієві інструменти розвитку об'єкта планування для його розвитку.

Розроблена методологія стратегії розвитку виноробних підприємств має стати організаційно-методичним забезпеченням управління і пов'язати поетапні дії щодо досягнення поставленої мети. Хронологічна послідовність таких етапів повинна повністю корелювати з логікою наукового дослідження, яка, в свою чергу, має базуватися на наявності взаємопов'язаних між собою елементів, таких як: теорія – концепція – методологія – розроблення і реалізація стратегії.

1. Теоретичні дослідження стосуються предмету, об'єкта, суб'єктів, процесів функціонування і факторів, що визначають характер і специфіку цих процесів. Крім дослідження генезису, особливостей і ознак об'єкта дослідження важливим є розгляд і систематизація особливостей функціонування виноробних підприємств із сформованими ними протиріччями. Саме таке поєднання дозволяє виявити потенційні точки, впливаючи на які в подальшому, суб'єкти зовнішнього і внутрішнього середовища виноробних підприємств отримують можливість управління різними процесами всередині підприємства і поза ним, що в кінцевому рахунку повинно відбитися на результатах функціонування цієї виробничо-економічної системи.

2. Концептуальний складник є ідейним етапом стратегії розвитку виноробних підприємств, що містить основні цілі, завдання та ідеї, які є смисловим наповненням стратегії розвитку. Ці ідеї повинні бути доповнені необхідними деталями і формувати конкретну реалізовану мету кожного етапу. Стосовно виноробних підприємств концепція їхнього сталого розвитку заснована на поєднанні компонентів організаційного підходу і сукупності альтернатив його розвитку, які залежать від зовнішніх і внутрішніх факторів.

3. Наступний етап реалізується шляхом розроблення субметодології дослідження виноробних підприємств із метою визначення стратегічних напрямів сталого розвитку виробничо-економічної системи цього виду. Особливістю методики сталого розвитку в аграрному секторі економіки є велика увага, що приділяється питанням не лише

Рис. 1. Методологія формування та реалізації стратегії розвитку виноробних підприємств (перша ланка методологічної концепції)

виробничо-економічного і фінансового характеру, а й соціально-економічного розвитку, інноваціям та екологічній безпеці. Як зазначалося раніше, методологічна платформа сталого розвитку включає в себе два складники довгострокового характеру: концепцію як ідеологічний орієнтир і стратегію як інструмент стратегічного планування.

4. Наступним є етап розроблення стратегії сталого розвитку, що визначає напрями, терміни, ресурси, необхідні для забезпечення процесу розвитку виноробних підприємств з урахуванням їхньої неоднорідності в територіальному, виробничому, історичному, соціальному та інших аспектах. Стратегія сталого розвитку буде виступати як

інструмент реалізації концептуальних ідей, сформованих на попередньому етапі, і являти собою сукупність принципів вибору цілей і способів їхнього досягнення (рис. 3).

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, формулюючи результат проведеного дослідження та опираючись на наведені логічні послідовності щодо виноробних підприємств як виробничо-економічної системи, визначено структурно-логічні блоки стратегії сталого розвитку:

1. Вступ (загальні положення), містить інформацію, що стосується: цілей і завдань стратегії сталого розвитку підприємства; пріоритетів і стратегічних орієнтирів підприємства; термінів та етапів реаліза-

Рис. 2. Алгоритм формування методології стратегії розвитку виноробних підприємств

Рис. 3. Логічна послідовність дій в стратегічному управлінні виноробними підприємствами

ції стратегії; очікуваних результатів реалізації стратегії, критеріїв і індикаторів досягнення результатів.

2. Аналіз стану галузі, присвячений вивченню динаміки і тенденцій її функціонування протягом релевантного періоду, оцінці сучасного стану галузі на різних територіальних рівнях за такими напрямками, як: аналіз динаміки та стану виноробних підприємств на різних територіальних рівнях; оцінка показників ефективності функціонування виноробних підприємств.

3. Моніторинг сценаріїв розвитку агросоціального середовища функціонування виноробних підприємств, комплексна оцінка ключових зовнішніх і внутрішніх факторів, що зумовлюють функціонування монопродуктового підкомплексу, виявлення сильних і слабких сторін, загроз і переваг, що забезпечують можливість розвитку підприємств та інших структур, які формують підкомплекс.

4. Визначення механізмів, необхідних для досягнення цілей сталого розвитку. Відповідно до змісту стратегії сталого розвитку пропонується реалізація заходів за такими напрямками, як: економіка; державна політика; інновації; управління ризиками в сільгоспвиробництві; конкурентоспроможність; зовнішньоекономічна діяльність; інші напрями.

5. Контроль за виконанням запланованих заходів та реалізацією розроблених механізмів щодо забезпечення сталого розвитку підприємства, що полягає в моніторингу як системного інструменту

контролю за їхньою реалізацією, визначеною стратегією розвитку виноробних підприємств.

У процесі розроблення стратегії сталого розвитку виноробних підприємств окремого регіону в обов'язковому порядку повинні враховуватися цілі, завдання, терміни реалізації, цільові показники та орієнтири розвитку, зазначені в аналогічних стратегічних програмах і проектах, розроблених органами влади у співпраці з великими науковими установами та інститутами. Такий підхід дозволяє забезпечити логічну й інформаційну ув'язку і відповідність стратегії розвитку виноробних підприємств планам, які розробляються як на регіональному, так і на державному рівнях.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Ансофф І. Стратегічне управління. Москва : Економіка, 1989. 519 с.
2. Аакер А.Д. Стратегічне ринкове управління. Бізнес-стратегії для успішного менеджменту. Санкт-Петербург : Пітер, 2002. 544 с.
3. Акофф Р. Планування майбутнього корпорації. Москва : Прогрес, 1985. 328с.
4. Мінцберг Г., Куїнн Дж. Б., Гошал С. Стратегічний процес. Санкт-Петербург : Пітер, 2001. 688 с.
5. Портер М. Конкурентна стратегія: Методика аналізу галузей і конкурентів. Москва : Альпіна Бізнес Букс, 2007. 453 с.
6. Виханський О.С. Стратегическое управление: учебник. Москва : Гардарики, 1998. 296 с.

7. Трухан О.Л. Змістовна сутність поняття «стратегія підприємства»: суперечності поглядів. *Вісник ЖДТУ: Економічні науки*, 2010. № 1 (51). С. 236–241.

8. Наливайко А.П. Теорія стратегії підприємства. Сучасний стан та напрямки розвитку: монографія. Київ : КНЕУ, 2001. 227 с.

9. Смолін І.В. Стратегічне планування розвитку організації: монографія. Київ : КНТЕУ, 2004. 344 с.

10. Пастухова В.В. Стратегічне управління підприємством: філософія, політика, ефективність. Київ : КНТЕУ, 2002. 302 с.

11. Агеєва І.М., Агаркова О.В. Планування розвитку підприємства на основі розробки стратегічного набору. *Економіка харчової промисловості*. 2018. Т. 10. Вип. 2. С. 60–68.

12. Durbalova N., Sedikova I. Strategic management competitive potential of the enterprise. *Економіка харчової промисловості*. 2019. Т. 11. Вип. 4. С. 58–64.

13. Kalaman O., Savenko I., Dolynska O. Conceptual positions of enterprise strategy functioning. *Економіка харчової промисловості*. 2019. Т. 11 (3). С. 50–58.

14. Кохановський В.П., Лешкевич Т.Г., Матяш Т.П., Фатхі Т.Б. Основи філософії науки: навч. посібник для аспірантів. Ростов-на-Дону : Фенікс, 2004. 608 с.

15. Баннікова Н.В., Костюченко Т.Н., Єрмакова Н.Ю. Методичні підходи до розробки програм розвитку сільськогосподарського виробництва. *Економіка сільськогосподарських і переробних підприємств*. 2011. № 8. С. 20–23.

16. Новиков А.М., Новиков Д.А. Методологія. Москва : Синтег, 2007. 668 с.

17. Щедровицький Г.П. Проблеми методології системного дослідження. Москва : Видавництво «Знання». 1964. 48 с.

18. Котарбінський Т. Трактат про хорошу роботу. Москва : Економіка, 1975. 271 с.

19. Кримський С.Б. Наукове знання і принципи його трансформації. Київ : Наукова думка, 1974. 207 с.

20. Садівський В.І. Становлення філософії науки і системного підходу в Росії в другій половині ХХ ст. *Питання філософії*. 2004. № 1. С. 99–109.

21. Швирьов В.С. Аналіз наукового пізнання: основні напрямки, форми, проблеми. Москва : Наука. 1988. 178 с.

22. Юдін Е.Г. Системний підхід і принцип діяльності. Москва : Наука. 1978. 391 с.

6. Vikhanskiy O.S. (1998) *Strategicheskoe upravlenie* [Strategic management]. Moscow : Gardarika (in Russian)

7. Truxan O.L. (2010) Zmistovna sutnist ponyattya «strategiya pidpryyemstva»: superechnosti poglyadiv [The substantive essence of the concept of "enterprise strategy": contradictions of views]. *Bulletin of ZhSTU: Economic Sciences*, no. 1 (51), pp. 236–241.

8. Nalyvaiko A.P. (2001) *Teoriia stratehii pidpryyemstva. Suchasnyi stan ta napriamky rozvytku* [Theory of enterprise strategy. Current state and directions of development]. Kyiv : KNEU. (in Ukrainian)

9. Smolin I.V. (2004) *Strategichne planuvannya rozvytku organizaciyi* [Strategic planning of the organization]. Kyiv : KNEU. (in Ukrainian)

10. Pastukhova, V. (2012) *Stratehichne upravlinnya pidpryyemstvom: filosofiya, polityka, efektyvnist* [Strategic management philosophy, politics, efficiency], Kyiv : KNEU. (in Ukrainian)

11. Aheieva I.M., & Aharkova O.V. (2018) Planuvannya rozvytku pidpryyemstva na osnovi rozrobky stratehichnoho naboru [Enterprise development planning based on strategic set development]. *Food Industry Economics*, no. 10 (2), pp. 60–68.

12. Durbalova N., Sedikova I. (2019) Strategic management competitive potential of the enterprise. *Food Industry Economics*. no. 11, vol. 4, pp. 58–64.

13. Kalaman O., Savenko I., Dolynska O. (2019) Conceptual positions of enterprise strategy functioning. *Food Industry Economics*. no. 11, vol. 3, pp. 50–58.

14. Kokhanovskiy V.P., Leshkevych T.Gh., Matjash T.P., Fatkhi T.B. (2004) *Osnovy filosofiji nauky* [Fundamentals of philosophy of science]. Rostov-on-Don : Phoenix. (in Ukrainian)

15. Bannikova N.V., Kostjuchenko T.N., Jermakova N.Ju. (2011) *Metodychni pidkhody do rozrobky program rozvytku sil's'kogospodars'kogho vyrobnyctva* [Methodical approaches to the development of programs for the development of agricultural production]. *Economics of agricultural and processing enterprises*. no. 8, pp. 20–23.

16. Novykov A.M., Novykov D.A. (2007) *Metodologhija* [Methodology]. Moscow : Sinteg. (in Ukrainian)

17. Shhedrovyc'kij Gh.P. (1964) *Problemy metodologhiji systemnogho doslidzhennja* [Problems of system research methodology]. Moscow : Publishing house "Knowledge". (in Ukrainian)

18. Kotarbins'kij T. (1975) *Traktat pro khoroshu robotu* [Treatise on good work]. Moscow : Economics. (in Ukrainian)

19. Kryms'kij S.B. (1974) *Naukove znannja i pryncypy jogho transformaciji* [Scientific knowledge and principles of its transformation]. Kyiv : Naukova Dumka. (in Ukrainian)

20. Sadv's'kij V.I. (2004) *Stanovlennja filosofiji nauky i systemnogho pidkhodu v Rosiji v drugij polovyni XX st.* [Formation of the philosophy of science and a systematic approach in the second half of XX century]. *Questions of philosophy*. no. 1, pp. 99–109.

21. Shvyr'ov V.S. (1988) *Analiz naukogho piznannja: osnovni naprjamky, formy, problemy* [Analysis of scientific knowledge: main directions, forms, problems]. Moscow : Science. (in Ukrainian)

22. Judin E.Gh. (1978) *Systemnyj pidkhid i pryncyp dijalnosti* [System approach and principle of operation]. Moscow : Science. (in Ukrainian)

REFERENCES:

1. Ansoff I. (1989) *Strategichne upravlinnya* [Strategic management]. Moscow : Economics. (in Ukrainian)

2. Aaker A.D. (2002) *Strategichne rynkove upravlinnya. Biznes-strategiji dlya uspishnogo menedzhmentu* [Strategic market management. Business strategies for successful management]. Saint-Petersburg : Peter. (in Ukrainian)

3. Akoff R. (1985) *Planuvannya majbutnogo korporaciyi* [Planning the future of the corporation]. Moscow : Progress. (in Ukrainian)

4. Minczberg G., Kuyinn Dzh. B., Goshal S. (2001) *Strategichnyj process* [Strategic process]. Saint-Petersburg : Peter. (in Ukrainian)

5. Porter M. (2007) *Konkurentna strategiya: Metodyka analizu galuzej i konkurentiv* [Competitive strategy: Methods of analysis of industries and competitors]. Moscow : Alpina Business Books. (in Ukrainian)