

УДК 338.26:330.101.541:339.13

DOI: https://doi.org/10.31521/modecon.V55(2026)-25

Нікульнікова Г. В., кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу, обліку, оподаткування та публічного управління, Криворізький національний університет, м. Кривий Ріг, Україна

ORCID: 0000-0002-0703-5041

e-mail: tomskogo18@gmail.com

Бондарчук О. М., кандидат технічних наук, доцент кафедри економіки, організації та управління підприємствами, Криворізький національний університет, м. Кривий Ріг, Україна

ORCID: 0000-0001-9366-2019

e-mail: bondarchuk@knu.edu.ua

Економічне планування в умовах взаємозалежності локальних і національних ринків

Анотація. У статті досліджено теоретико-методичні засади економічного планування в умовах зростаючої взаємозалежності локальних і національних ринків. Актуальність теми зумовлена поглибленням просторових економічних зв'язків, посиленням ролі регіонів у соціально-економічному розвитку та ускладненням механізмів узгодження управлінських рішень на різних рівнях економічної системи. Метою дослідження є обґрунтування підходів до економічного планування на основі комплексного аналізу макро-, мікро- та регіональних взаємозв'язків із використанням маркетингових інструментів.

У процесі дослідження охарактеризовано вплив макроекономічних чинників на функціонування локальних і регіональних ринків, визначено роль регіонального рівня в трансформації макроекономічних цілей у мікроекономічну поведінку суб'єктів господарювання та обґрунтовано адаптивний характер планування діяльності підприємств у багаторівневій ринковій системі. Особливу увагу приділено інтеграції маркетингових інструментів у процес економічного планування як механізму узгодження інтересів економічних агентів і забезпечення зворотного зв'язку між рівнями управління.

Запропоновано багаторівневу структурно-функціональну схему економічного планування, яка відображає взаємодію локальних, регіональних і національних ринків в умовах економічної нестабільності. Отримані результати можуть бути використані в процесі розроблення стратегій соціально-економічного розвитку та регіональних програм планування.

Ключові слова: економічне планування, локальні ринки, національні ринки, регіональний розвиток, міжрівневі економічні взаємозв'язки, економічна нестабільність.

Nikulnikova Hanna, PhD (Economics), Associate Professor of the Department of Accounting, Taxation and Public Administration, Kryvyi Rih National University, Kryvyi Rih, Ukraine

Bondarchuk Olga, PhD (Engineering), Associate Professor of the Department of Enterprise Economics, Organization and Management, Kryvyi Rih National University, Kryvyi Rih, Ukraine

Economic Planning Under Conditions of Interdependence Between Local and National Markets

Abstract. Introduction. Contemporary economic development is increasingly characterized by deepening interdependence between local, regional, and national markets, which significantly complicates the process of economic planning. Globalization, decentralization, structural transformations, and economic instability enhance the role of spatial factors and require a reconsideration of traditional planning approaches. In such conditions, isolated decision-making at either the macroeconomic or microeconomic level proves insufficient. Effective economic planning must be based on a systemic vision that integrates national strategic priorities, regional development objectives, and the adaptive behavior of market actors. Particular importance is attached to the use of marketing tools as a means of aligning planning decisions with real market conditions and ensuring feedback between different levels of the economic system.

Purpose. The purpose of the article is to substantiate theoretical and methodological approaches to economic planning under conditions of interdependence between local and national markets through a comprehensive analysis of macroeconomic, regional, and microeconomic interrelations and the integration of marketing instruments into the planning process.

Results. The study identifies key macroeconomic factors that shape the operating environment of local and regional markets and determines their differentiated impact depending on territorial and structural characteristics. The role of the regional level as a coordinating link between national economic policy and the microeconomic behavior of enterprises and households is substantiated. It is proven that regional mechanisms ensure the adaptation of macroeconomic goals to local market conditions and reduce spatial imbalances in development. The research demonstrates that enterprise-level planning within a multilevel market system acquires an adaptive character and requires systematic consideration of national economic

¹Стаття надійшла до редакції: 11.02.2026

Received: 11 February 2026

trends and regional development priorities. The integration of marketing tools into economic planning at macro, regional, and local levels is justified as a mechanism for improving the validity of planning decisions and strengthening inter-level feedback. A multilevel structural and functional scheme of economic planning is proposed, reflecting the interaction of markets and coordination mechanisms under conditions of economic instability.

Conclusions. *The results of the study confirm that effective economic planning in a multilevel market system is possible only through the integration of macroeconomic regulation, regional coordination, and microeconomic adaptation. The proposed approaches enhance the coherence of planning decisions, increase their flexibility, and contribute to balanced socio-economic development. The findings may be used in the development of national and regional development strategies, as well as in improving enterprise planning practices.*

Keywords: *economic planning, local markets, national markets, regional development, interlevel economic linkages, economic instability.*

JEL Classification: *O21, R11, R58, M31*

Постановка проблеми. Сучасні трансформаційні процеси в економіці характеризуються зростанням взаємозалежності між локальними, регіональними та національними ринками, що зумовлено поглибленням територіального поділу праці, розвитком логістичних мереж, цифровізацією економічних відносин та підвищенням мобільності ресурсів. За цих умов традиційні підходи до економічного планування, які ґрунтуються на відносній автономності окремих рівнів економічної системи, виявляються недостатніми для забезпечення стійкого розвитку та ефективного розподілу ресурсів.

Економічне планування в умовах взаємозалежності локальних і національних ринків ускладнюється асиметрією соціально-економічного розвитку регіонів, нерівномірністю доступу до фінансових, трудових та інноваційних ресурсів, а також різною чутливістю локальних ринків до макроекономічних шоків. Макрорівневі рішення у сфері фіскальної, монетарної та структурної політики без урахування специфіки регіональних і локальних ринків можуть призводити до викривлень ринкових сигналів, зниження ефективності інвестицій та посилення міжрегіональних диспропорцій.

Водночас на мікроекономічному рівні суб'єкти господарювання дедалі більше залежать від загальнонаціональних та регіональних тенденцій попиту, цінової кон'юнктури, інституційних обмежень і маркетингового середовища. Недостатня інтеграція мікроекономічного аналізу з макро- та регіональними аспектами економічного планування обмежує можливості формування адаптивних стратегій розвитку підприємств і територій, що особливо актуально в умовах нестабільності та структурних змін.

Особливого значення в цьому контексті набуває використання маркетингових інструментів як засобу узгодження інтересів економічних агентів на різних рівнях ринку. Аналіз ринкової кон'юнктури, сегментація споживачів, оцінка конкурентного середовища та прогнозування попиту дозволяють підвищити обґрунтованість планових рішень і забезпечити їх відповідність реальним економічним процесам. Проте в наукових дослідженнях ці інструменти часто розглядаються ізольовано від системного аналізу макро-, мікро- та регіональних взаємозв'язків.

Таким чином, існує науково-практична проблема формування цілісного підходу до економічного планування, який би поєднував аналіз макроекономічних тенденцій, мікроекономічної поведінки суб'єктів ринку та регіональних особливостей розвитку з використанням сучасних маркетингових інструментів. Невирішеність зазначеної проблеми зумовлює потребу в поглибленому теоретико-методичному обґрунтуванні механізмів економічного планування в умовах взаємозалежності локальних і національних ринків.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. У сучасній українській економічній науці проблеми економічного планування в умовах взаємозалежності локальних і національних ринків розглядаються крізь призму інтеграції маркетингових підходів з макро- та регіональними економічними процесами. Так, ґрунтовні теоретико-методологічні настанови щодо використання маркетингових стратегій у просторовому розвитку територій представлені в роботі Олексюк, Хром'як і Попадинця, де маркетингова стратегія розглядається як ключовий інструмент реалізації стратегічного плану розвитку територіальних громад, що дозволяє адаптувати рішення місцевих економічних агентів до загальнонаціональних та регіональних соціально-економічних умов. Вони обґрунтовують необхідність інтеграції маркетингових підходів у стратегічне планування, зокрема шляхом деталізації механізмів досягнення цілей і врахування післявоєнних змін у нормативному середовищі [5].

Дослідження Попадинця Н.М. присвячене сутності маркетингової діяльності у системі організації забезпечення споживчими товарами внутрішнього ринку, де автором акцентовано увагу на стимулюванні попиту, формуванні конкурентоспроможності продукції та адаптації виробництва до потреб населення. У цій праці маркетингові методи оцінки обсягів продукції та потреб споживачів розглядаються як важливі елементи взаємозв'язку мікро- і макрорівнів економічних процесів на внутрішньому ринку, що, з огляду на сучасні тенденції децентралізації, має безпосередній вплив на локальні ринки та їх інтеграцію у загальнонаціональну економічну систему [6].

Важливим внеском у розуміння ролі маркетингових інструментів у плануванні діяльності підприємств є робота Селезньової О., де маркетингове планування розглядається як адаптивний механізм реагування на економічну нестабільність. Авторка демонструє, що стратегічні маркетингові рішення повинні бути гнучкими і базуватися на оперативному аналізі ринкової кон'юнктури, що сприяє підвищенню конкурентоспроможності підприємств у динамічних умовах локальних та національних ринків [7].

Разом узяті ці дослідження демонструють, що сучасна вітчизняна наукова думка розвиває комплексний підхід до проблем економічного планування, у якому маркетингові інструменти розглядаються не лише як засоби мікрорівневого управління, але й як елемент системної інтеграції локальних ринків у національну економіку з врахуванням регіональних особливостей та макроекономічних тенденцій.

Формулювання цілей дослідження. Метою даного дослідження є теоретико-методичне обґрунтування підходів до економічного планування в умовах зростаючої взаємозалежності локальних і національних ринків на основі комплексного аналізу макро-, мікро- та регіональних економічних взаємозв'язків із використанням сучасних маркетингових інструментів.

Досягнення поставленої мети передбачає поглиблення наукових уявлень про механізми узгодження планових рішень на різних рівнях економічної системи, зокрема шляхом виявлення закономірностей впливу макроекономічних факторів на функціонування локальних ринків та адаптаційних можливостей суб'єктів господарювання до змін національної ринкової кон'юнктури. Важливим аспектом дослідження є визначення ролі регіонального рівня як проміжної ланки між державним економічним плануванням і мікроекономічними рішеннями підприємств та домогосподарств.

У межах дослідження також ставиться завдання обґрунтувати можливості інтеграції маркетингових інструментів у систему економічного планування з метою підвищення її адаптивності та результативності. Це передбачає формування підходів до використання маркетингового аналізу попиту, конкурентного середовища та просторової сегментації ринків для забезпечення узгодженості інтересів економічних агентів і мінімізації диспропорцій між локальним та національним рівнями розвитку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Економічне планування в сучасних умовах ґрунтується на визнанні системного характеру національної економіки, у межах якої локальні, регіональні та загальнодержавні ринки функціонують у тісному взаємозв'язку та взаємному впливі. Теоретичні

підходи до планування дедалі більше орієнтуються не на ізольований аналіз окремих ринкових сегментів, а на врахування багаторівневих економічних взаємозалежностей, що формуються під впливом макроекономічної політики, просторової структури виробництва та поведінки економічних агентів.

У межах макроекономічної теорії економічне планування розглядається як інструмент узгодження стратегічних цілей розвитку з наявними ресурсними обмеженнями та інституційними умовами. Водночас на локальному рівні планування набуває адаптивного характеру, оскільки має враховувати специфіку попиту, пропозиції та конкурентного середовища, що формується під впливом загальнонаціональних економічних тенденцій. Така взаємозалежність зумовлює необхідність інтеграції макро- і мікроекономічних підходів у єдину концептуальну модель планування.

Зміни у макроекономічній кон'юктурі визначають платоспроможний попит населення та інвестиційну активність суб'єктів господарювання, що безпосередньо відображається на місткості локальних ринків і структурі регіонального виробництва. Так, коливання темпів економічного зростання впливають на зайнятість і доходи домогосподарств, формуючи регіональні відмінності споживчої поведінки, тоді як інфляційні процеси зумовлюють зміну цінових пропорцій і конкурентних позицій виробників на місцевих ринках.

Фіскальна політика держави, зокрема механізми міжбюджетного перерозподілу та державні інвестиційні програми, виступає важливим чинником просторової диференціації економічного розвитку. Через систему бюджетних трансфертів і цільового фінансування держава впливає на рівень розвитку інфраструктури, ділову активність та інвестиційну привабливість окремих регіонів, що, у свою чергу, визначає умови функціонування локальних ринків і можливості їх інтеграції в національний економічний простір.

Монетарні чинники, пов'язані з доступністю кредитних ресурсів і вартістю капіталу, також відіграють суттєву роль у формуванні регіональних ринкових процесів. Єдині для всієї країни інструменти грошово-кредитної політики по-різному впливають на регіони залежно від галузевої структури економіки, рівня розвитку фінансової інфраструктури та концентрації підприємницької активності, що посилює асиметрію реакції локальних ринків на загальнонаціональні економічні рішення.

Ключову роль у узгодженні макроекономічних цілей держави та мікроекономічної поведінки суб'єктів ринку відіграє регіональний рівень, який виступає інституційним і економічним посередником між загальнонаціональною політикою та локальними ринковими процесами. Саме на регіональному рівні відбувається адаптація макроекономічних пріоритетів розвитку до конкретних соціально-економічних умов

територій, галузевої спеціалізації та ресурсного потенціалу.

У системі багаторівневих ринкових взаємозв'язків мікроекономічні аспекти планування діяльності підприємств набувають особливої значущості, оскільки рішення суб'єктів господарювання формуються під впливом не лише локальної ринкової кон'юнктури, але й загальнонаціональних та регіональних економічних процесів. Планування на рівні підприємства передбачає врахування змін макроекономічного середовища, регіональних особливостей попиту, ресурсних обмежень та інституційних умов, що зумовлює необхідність поєднання стратегічного і оперативного підходів до управління. Така взаємозалежність сприяє формуванню адаптивних моделей поведінки підприємств, орієнтованих на зниження ризиків і підвищення конкурентоспроможності в умовах нестабільності ринкового середовища.

Водночас ефективність мікроекономічного планування значною мірою визначається рівнем узгодженості дій підприємств із регіональними програмами розвитку та загальнонаціональними пріоритетами економічної політики. Інтеграція підприємницьких стратегій у ширший контекст економічного планування дозволяє підвищити результативність інвестиційних рішень, оптимізувати використання ресурсів і посилити позитивний мультиплікативний ефект для локальних і регіональних ринків.

Важливим інструментальним підґрунтям забезпечення такої узгодженості виступає інтеграція маркетингових інструментів у процес економічного планування на макро-, регіональному та локальному рівнях. На макрорівні маркетинговий аналіз використовується для оцінки структурних зрушень у споживанні, прогнозування динаміки внутрішнього ринку та формування пріоритетів державної економічної політики. На регіональному рівні

маркетингові інструменти сприяють ідентифікації конкурентних переваг територій, сегментації регіональних ринків і обґрунтуванню напрямів спеціалізації економіки регіонів.

На локальному рівні маркетинг виступає засобом адаптації планових рішень підприємств до реальних потреб споживачів і умов конкурентного середовища. Узгоджене використання маркетингових інструментів на всіх рівнях економічного планування створює передумови для формування цілісної системи прийняття рішень, у межах якої забезпечується баланс інтересів держави, регіонів і суб'єктів господарювання та підвищується ефективність функціонування багаторівневої ринкової системи.

В умовах економічної нестабільності узгодження планових рішень між локальними та національними ринками набуває особливої актуальності, оскільки посилюється ризик розбалансування економічних інтересів, асиметрії розвитку територій та зниження ефективності управлінських рішень. Економічна нестабільність проявляється через макроекономічні шоки, зміну кон'юнктури ринків, коливання попиту та пропозиції, що потребує використання спеціальних механізмів координації планування на різних рівнях економічної системи.

До таких механізмів належать інституційні, економічні та інформаційно-аналітичні інструменти, які забезпечують трансформацію загальнонаціональних стратегічних пріоритетів у практичні рішення на локальному рівні з урахуванням специфіки регіональних ринків. Їх систематизація дозволяє виокремити ключові напрями узгодження планових рішень (табл. 1).

Використання зазначених механізмів у комплексі дозволяє знизити негативний вплив нестабільності на функціонування локальних ринків і забезпечити їх інтеграцію в національний економічний простір, зберігаючи при цьому гнучкість та адаптивність планових рішень.

Таблиця 1 Механізми узгодження планових рішень між локальними та національними ризиками в умовах економічної нестабільності

Група механізмів	Зміст та характеристика	Результат впливу на узгодження планування
Інституційні	Державні та регіональні стратегії розвитку, нормативно-правове регулювання, механізми міжрівневої координації	Забезпечення єдності цілей і правил функціонування ринків
Фінансово-економічні	Бюджетні трансферти, державні інвестиційні програми, податкові стимули	Зменшення міжрегіональних диспропорцій, підтримка локальних ринків
Маркетингові	Аналіз попиту, сегментація ринків, прогнозування ринкової кон'юнктури	Підвищення адаптивності планових рішень до змін ринку
Інформаційно-аналітичні	Моніторинг соціально-економічних показників, системи раннього попередження	Своєчасне коригування планів на різних рівнях
Партнерські	Взаємодія держави, бізнесу та місцевих громад	Узгодження інтересів економічних агентів

Джерело: сформовано авторами

Використання зазначених механізмів у комплексі дозволяє знизити негативний вплив нестабільності на функціонування локальних ринків і забезпечити їх інтеграцію в національний економічний простір, зберігаючи при цьому гнучкість та адаптивність планових рішень.

З урахуванням виявлених міжрівневих взаємозв'язків, підвищення ефективності економічного планування доцільно пов'язувати з розвитком системного підходу до управління економічними процесами. Насамперед це передбачає посилення координації між макроекономічною політикою та регіональними програмами розвитку, що дозволяє узгоджувати стратегічні цілі з реальними можливостями локальних ринків.

Важливим напрямом є інституціоналізація маркетингових інструментів у процесі планування, що сприяє підвищенню обґрунтованості прогнозів та орієнтації планових рішень на потреби споживачів і

бізнесу. Крім того, ефективність економічного планування зростає за умови розвитку інформаційно-аналітичної бази, яка забезпечує своєчасний моніторинг макро-, регіональних і локальних показників та оперативне коригування планів.

Реалізація окреслених напрямів дозволяє сформулювати адаптивну та узгоджену систему економічного планування, здатну ефективно функціонувати в умовах економічної нестабільності та складної взаємозалежності локальних і національних ринків.

Узагальнення результатів проведеного дослідження доцільно представити у вигляді багаторівневої структурно-функціональної схеми, яка відображає систему економічного планування в умовах взаємозалежності локальних і національних ринків, а також механізми їх узгодження через регіональний рівень і маркетингові інструменти (рис. 1).

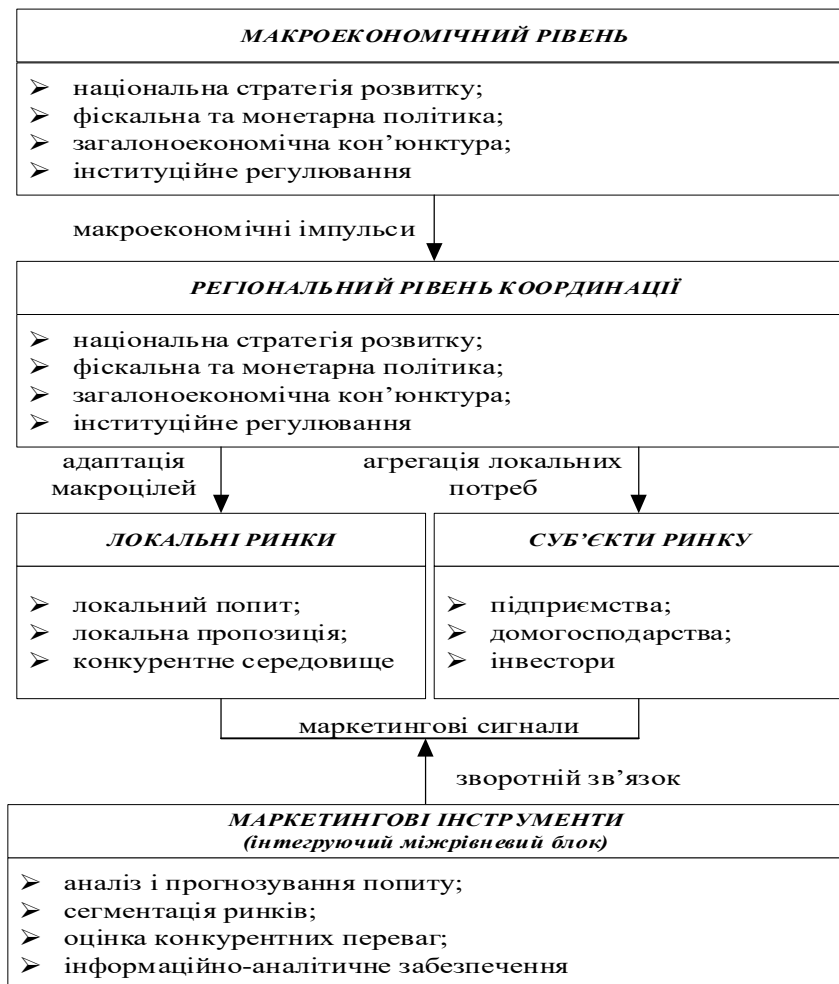


Рисунок 1 – Багаторівнева схема економічного планування в умовах взаємозалежності локальних і національних ринків

Джерело: розроблено авторами

Запропонована схема (рис. 1) відображає багаторівневу систему економічного планування, у

межах якої макроекономічний рівень формує стратегічні орієнтири та інституційні умови розвитку, що транслюються на регіональний рівень. Регіон, у

свою чергу, виконує функцію координації та адаптації макроекономічних цілей до специфіки локальних ринків і мікроекономічної поведінки суб'єктів господарювання.

Особливістю схеми є наявність двосторонніх зв'язків і інтегруючого маркетингового блоку, який забезпечує циркуляцію інформації між рівнями системи планування. Маркетингові інструменти виступають механізмом зворотного зв'язку, що дозволяє коригувати планові рішення відповідно до змін ринкової кон'юнктури та потреб економічних агентів.

Висновки. У статті досліджено особливості економічного планування в умовах зростаючої взаємозалежності локальних і національних ринків, що зумовлена поглибленням просторових економічних зв'язків, посиленням ролі регіонів та ускладненням механізмів ринкової координації. Обґрунтовано, що ефективність планових рішень у сучасній економіці визначається не стільки ізольованим впливом окремих макроекономічних інструментів, скільки здатністю економічної системи забезпечувати узгодженість рішень на різних рівнях функціонування ринків.

У ході дослідження встановлено, що макроекономічні чинники формують загальні рамкові умови розвитку локальних і регіональних ринків, однак їх реальний вплив має просторово диференційований характер. Це зумовлює необхідність активного залучення регіонального рівня до процесу економічного планування як ключової ланки трансформації загальнонаціональних

стратегічних цілей у конкретні умови функціонування локальних ринків і поведінки суб'єктів господарювання.

Доведено, що мікроекономічне планування діяльності підприємств у системі багаторівневих ринкових взаємозв'язків набуває адаптивного характеру та потребує врахування не лише локальної ринкової кон'юнктури, але й макроекономічних імпульсів та регіональних особливостей розвитку. У цьому контексті інтеграція маркетингових інструментів у процес економічного планування виступає важливою передумовою підвищення обґрунтованості управлінських рішень і забезпечення зворотного зв'язку між рівнями економічної системи.

Запропонована багаторівнева схема економічного планування дозволяє концептуалізувати взаємодію макроекономічних, регіональних і локальних елементів ринкової системи та окреслити механізми узгодження планових рішень в умовах економічної нестабільності. Її використання сприяє формуванню цілісного підходу до планування, орієнтованого на баланс інтересів держави, регіонів і суб'єктів ринку.

Практична значущість отриманих результатів полягає у можливості застосування запропонованих підходів у процесі розроблення стратегій соціально-економічного розвитку, регіональних програм і планів діяльності підприємств. Подальші дослідження доцільно спрямувати на поглиблення емпіричної оцінки міжрівневих ринкових взаємозв'язків та розроблення інструментарію кількісного вимірювання ефективності економічного планування в умовах трансформаційних змін.

Література:

1. Белоусов Я. І., Редько К. Ю., Белаковський Л. М. Взаємодія глобальних та регіональних чинників у формуванні економічного простору України. *Здобутки економіки : перспективи та інновації*. 2024. №9. DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.13147674>.
2. Білик Р. С., Кіцак М. М. Сучасні маркетингові інструменти управління територіальними громадами. *Регіональна економіка*. 2023. №3(110). DOI: <https://doi.org/10.36818/1562-0905-2023-4-1>.
3. Іванова І. М., Толстанов О. К. Шляхи соціально-економічного розвитку регіону. *Інвестиції : практика та досвід*. 2021. № 19. С. 102–109. DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6814.2021.19.102>.
4. Кондратенко Н. О., Красноносова О. М., Папп В. В. Проблеми та перспективи соціально-економічного розвитку регіонів України. *Бізнес інформ*. 2022. Вип. 1. С. 198–204. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2022-1-198-204>.
5. Олексюк Г., Хром'як Й., Попадинець Н. Маркетингова стратегія як інструмент реалізації стратегічного плану розвитку територіальних громад. *Економіка України*. 2022. 65(7(728)). С. 67–88. DOI: <https://doi.org/10.15407/economyukr.2022.07.067/>.
6. Попадинець Н. М. Сутність маркетингової діяльності в системі організації забезпечення споживчими товарами внутрішнього ринку. *Регіональна економіка*. 2019. №4(94). С. 127–136. DOI: <https://doi.org/10.36818/1562-0905-2019-4-12>.
7. Селезньова О. Планування та організація маркетингової діяльності підприємства в умовах нестабільної економіки. *Економіка та суспільство*. 2025. №7. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-74-131>.
8. Сторонянська І. З., Бенюк Л. Я. Нова регіональна політика України : інструментарій та напрями реагування в умовах сучасних викликів. *Регіональна економіка*. 2023. №1(107). DOI: <https://doi.org/10.36818/1562-0905-2023-1-1>.
9. Угоднікова О. І. Аналіз тенденцій розвитку регіональних соціально-економічних систем на засадах маркетингу. *Комунальне господарство міст*. 2024. №7(188). С. 2–6. DOI: <https://doi.org/10.33042/2522-1809-2024-7-188-2-6>.
10. Хохуляк О. О. Удосконалення інструментарію стратегічного планування сталого розвитку територіальних громад. *Економіка і регіон*. 2022. №4(87). С. 110–118. DOI: [https://doi.org/10.26906/EIR.2022.4\(87\).2789](https://doi.org/10.26906/EIR.2022.4(87).2789).

References:

1. Bielousov, Ya. I., Redko, K. Yu., Belakovskiy, L. M. (2024). Interaction of Global and Regional Factors in Shaping Ukraine's Economic Space. *Achievements of the Economy: Prospects and Innovations*, 9. <https://doi.org/10.5281/zenodo.13147674>.

2. Bilyk, R. S., Kitsak, M. M. (2023). Modern Marketing Instruments for the Management of Territorial Communities. *Regional Economy*, 3(110). <https://doi.org/10.36818/1562-0905-2023-4-1>.
3. Ivanova, I. M., Tolstanov, O. K. (2021). Paths of Socio-Economic Development of the Region. *Investments : Practice and Experience*, 19, 102–109. <https://doi.org/10.32702/2306-6814.2021.19.102>.
4. Kondratenko, N. O., Krasnonosova, O. M., Papp, V. V. (2022). Problems and Prospects of the Socio-Economic Development of the Regions of Ukraine. *Business Inform*, 1, 198–204. <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2022-1-198-204>.
5. Oleksiuk, H., Khromiak, Y., Popadynets, N. (2022). Marketing Strategy as an Instrument for Implementing the Strategic Development Plan of Territorial Communities. *Economy of Ukraine*, 65(7(728)), 67–88. <https://doi.org/10.15407/economyukr.2022.07.067/>.
6. Popadynets, N. M. (2019). The Essence of Marketing Activity within the System of Organizing the Supply of Consumer Goods to the Domestic Market. *Regional Economy*, 4(94), 127–136. <https://doi.org/10.36818/1562-0905-2019-4-12>.
7. Seleznova, O. (2025). Planning and Organization of a Company's Marketing Activities under Conditions of Economic Instability. *Economy and Society*, 7. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-74-131>.
8. Storonianska, I. Z., Benovska, L. Ya. (2023). The New Regional Policy of Ukraine: Instruments and Directions of Response under Contemporary Challenges. *Regional Economy*, 1(107). <https://doi.org/10.36818/1562-0905-2023-1-1>.
9. Uhodnikova, O. I. (2024). Analysis of Development Trends in Regional Socio-Economic Systems Based on Marketing Principles. *Municipal Utilities of Cities*, 7(188), 2–6. <https://doi.org/10.33042/2522-1809-2024-7-188-2-6>.
10. Khokhuliak, O. O. (2022). Improvement of the Strategic Planning Instruments for the Sustainable Development of Territorial Communities. *Economy and Region*, 4(87), 110–118. [https://doi.org/10.26906/EiR.2022.4\(87\).2789](https://doi.org/10.26906/EiR.2022.4(87).2789).



Ця робота ліцензована Creative Commons Attribution 4.0 International License