

УДК 658.8:338.43:69:005.21

JEL M31, L74, Q13, O18, M10

DOI <https://doi.org/10.32782/2786-765X/2026-14-24>**Талавири М.П.**

доктор економічних наук, професор,
завідувач кафедри економічної теорії,
Національний університет біоресурсів і природокористування України
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6915-4815>

Вакуленко В.Л.

доктор економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту ім. проф. Й. С. Завадського,
Національний університет біоресурсів і природокористування України
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7019-1832>

Лю Юнтао

доцент,
Школа бізнесу, Новий Західний Університет, США
ORCID: <https://orcid.org/0009-0001-2141-9041>

ПРОСУВАННЯ БУДІВЕЛЬНИХ ПОСЛУГ ЯК ІНФРАСТРУКТУРНОГО ЧИННИКА СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

У статті проаналізовано особливості стратегічного розвитку сільськогосподарських підприємств, визначено сутність та зміст цього поняття. Визначено роль співпраці між сільськогосподарськими та будівельними підприємствами як ключового механізму забезпечення інфраструктурного розвитку. З'ясовано особливості просування будівельних послуг, що розглядається як складова системи взаємодії, котра орієнтована на забезпечення стратегічних потреб сільськогосподарських підприємств, а не тільки на стимулювання попиту. У межах системно-інтеграційного підходу воно набуває координативного характеру та передбачає узгодження інтересів і ресурсів учасників. Визначено основні напрями просування: формування партнерських відносин, орієнтація на інфраструктурні потреби, інтеграція у виробничо-інвестиційні процеси, розвиток комунікацій та управління ризиками.

Ключові слова: аграрний сектор, аграрні підприємства, будівельні послуги, інфраструктурний чинник, просування, стратегічний розвиток.

Постановка проблеми. Розвиток сільськогосподарських підприємств у сучасних умовах дедалі більше залежить не лише від наявності виробничих ресурсів, а й від рівня забезпеченості належною інфраструктурою. Будівельні послуги відіграють важливу роль у формуванні матеріальної основи аграрного виробництва, оскільки сприяють створенню та оновленню виробничих, складських, транспортних і допоміжних об'єктів. Саме від якості та доступності таких послуг значною мірою залежить здатність підприємств адаптуватися до змін зовнішнього середовища, впроваджувати інновації та підвищувати власну конкурентоспроможність.

У сучасній практиці просування будівельних послуг для аграрного сектору нерідко розглядається переважно як маркетинговий процес, що зосереджується на інструментах залучення замовників та збільшення обсягів реалізації. Водночас недостатньо уваги приділяється розгляду просування як складової

системи взаємодії між будівельною та аграрною сферами, що забезпечує довгостроковий розвиток сільськогосподарських підприємств. Такий підхід обмежує можливості комплексного врахування економічних, організаційних та інфраструктурних чинників, які впливають на результативність співпраці між учасниками ринку.

Особливої актуальності набуває необхідність формування системно-інтеграційного підходу, який дозволив би розглядати процес просування будівельних послуг у взаємозв'язку зі стратегічними цілями розвитку аграрних підприємств, потребами модернізації виробничої бази та вимогами сталого функціонування сільських територій. Це зумовлює потребу в теоретичному осмисленні місця і ролі просування будівельних послуг у забезпеченні інфраструктурного розвитку аграрного сектору.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Наукові напрацювання за проблематикою

статті охоплюють передусім маркетингові засади діяльності будівельних підприємств, форми їх взаємодії з представниками інших секторів економіки, а також питання стратегічного розвитку сільськогосподарських підприємств. Водночас ці напрями здебільшого розглядаються окремо, що залишає простір для глибшого осмислення ролі просування будівельних послуг у формуванні інфраструктурних передумов довгострокового розвитку аграрного виробництва. Маркетингову складову діяльності будівельних підприємств досліджує І. В. Білецький [1], зосереджуючи увагу на специфіці роботи суб'єктів будівництва житлової нерухомості на B2B-ринку. Такий підхід важливий для розуміння особливостей корпоративного попиту та побудови взаємодії між суб'єктами господарювання, де рішення щодо придбання послуги значною мірою пов'язане з її функціональною цінністю, надійністю виконання та перспективою подальшої співпраці. В. Яцентюк [2] досліджує особливості продукції промислового призначення у процесах формування та розвитку брендів промислових підприємств, що дає змогу доповнити маркетинговий підхід аспектами позиціонування, репутації та формування довіри на ринку. Безпосередньо питання маркетингового менеджменту будівельних підприємств розкривають О. П. Бутенко, О. М. Чупир та К. П. Коробко [12], тоді як О. С. Рубцова, О. С. Гриценко та Ю. О. Запєчна [13] акцентують увагу на можливостях використання інтернет-технологій у формуванні маркетингової моделі будівельних підприємств. У сукупності ці дослідження засвідчують поступове розширення розуміння просування – від традиційної комунікації з потенційним замовником до комплексної системи формування цінності та підтримання ділових зв'язків. Окремий пласт досліджень стосується організаційного поєднання будівельної та аграрної діяльності. Т. С. Кравчуновська, Г. П. Євсєєва, В. В. Ковальов, В. О. Євсєєв та С. М. Косячевська [3] обґрунтовують проєктний підхід до організації та управління будівельно-сільськогосподарськими кластерами, що акцентує увагу на координації діяльності учасників, спільному використанні ресурсів і реалізації узгоджених проєктів. Ю. А. Чуприна [4] розглядає можливості застосування BIM-технологій під час формування життєвого циклу проєктів, реалізованих у межах будівельного кластера. Ці положення мають безпосереднє значення для досліджуваної проблематики, оскільки сучасна взаємодія будівельних та аграрних

підприємств дедалі більше потребує не окремого виконання будівельних робіт, а координації проєктних, інвестиційних, інформаційних та організаційних процесів. Інший напрям становлять дослідження стратегічного розвитку сільськогосподарських підприємств. І. М. Кирилюк, Є. П. Ломако та В. О. Черняк [6] розглядають стратегічний розвиток сільськогосподарського підприємства як довгостроковий процес, що потребує відповідного управлінського та ресурсного забезпечення. Д. В. Максименко [9] акцентує увагу на виборі й реалізації стратегій розвитку сільськогосподарських підприємств, тоді як Т. В. Мацибора [7] пов'язує перспективи розвитку аграрного сектору з формуванням його інвестиційного потенціалу. У роботі С. П. Білоус, А. С. Трохименко та В. В. Камінського [8] стратегічне управління розглядається крізь призму кризових і військових викликів, що особливо актуалізує питання адаптивності та стійкості підприємств. Г. Ф. Мазур, Р. Е. Лавров, І. О. Криворучко, Л. В. Олійник та О. А. Безп'ятко [10] також звертають увагу на сучасні обмеження та перспективи розвитку аграрного сектору України в умовах війни. Найближчим до предмета цього дослідження є напрацювання В. О. Чертінова та Н. К. Болгарової [11], у якому безпосередньо проаналізовано стан просування будівельних послуг для сільськогосподарських підприємств. Ця робота важлива тим, що поєднує два раніше переважно відокремлені напрями – маркетингову діяльність будівельних підприємств і потреби аграрного виробництва. Проте подальшого розвитку потребує питання про те, яким чином просування таких послуг може бути пов'язане не лише з пошуком замовника та стимулюванням попиту, а й із довгостроковим формуванням інфраструктурної бази сільськогосподарського підприємства. Отже, проведений аналіз засвідчує достатню розробленість окремих складових досліджуваної проблематики – маркетингу будівельних підприємств [1; 2; 12; 13], кластерної та проєктної взаємодії [3; 4], управління ризиками [5], стратегічного, інвестиційного та антикризового розвитку аграрних підприємств [6–10]. Водночас між цими науковими напрямами залишається недостатньо опрацьованим зв'язок, за якого просування будівельних послуг розглядається як інструмент формування інфраструктурних передумов стратегічного розвитку сільськогосподарських підприємств. Саме ця обставина визначає необхідність подальшого обґрунтування системно-інтеграційного підходу, що поєднує

маркетингові, організаційні, інвестиційні та інфраструктурні аспекти взаємодії будівельного й аграрного секторів.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Незважаючи на наявність наукових досліджень, присвячених питанням просування будівельних послуг та стратегічного розвитку аграрних підприємств, у науковій літературі недостатньо уваги приділено вивченню просування будівельних послуг як інфраструктурного чинника стратегічного розвитку сільськогосподарських підприємств. Невирішеними залишаються питання теоретичного обґрунтування взаємозв'язку між процесами просування будівельних послуг і розвитком інфраструктурної бази аграрного сектору, а також визначення ролі просування як механізму координації довгострокової взаємодії між будівельними та аграрними підприємствами. Потребує подальшого дослідження системно-інтеграційний підхід до просування будівельних послуг, зокрема щодо визначення його основних напрямів, інструментів реалізації та впливу на забезпечення стратегічного розвитку сільськогосподарських підприємств в умовах сучасних економічних викликів.

Метою статті є теоретичне обґрунтування системно-інтеграційного підходу до просування будівельних послуг як інфраструктурного чинника стратегічного розвитку сільськогосподарських підприємств та визначення основних напрямів взаємозв'язку процесів просування будівельних послуг із забезпеченням ефективного функціонування і довгострокового розвитку аграрного сектору.

Виклад основного матеріалу дослідження. Стратегічний розвиток сільськогосподарських підприємств у загальному варто розглядати як безперервний процес довгострокових якісних і кількісних змін у діяльності суб'єкта господарювання, спрямованих на зміцнення його конкурентних позицій, підвищення ефективності використання ресурсів та забезпечення стійкості функціонування в умовах динамічного зовнішнього середовища. Такий розвиток передбачає формування перспективних напрямів діяльності, адаптацію до економічних викликів та реалізацію заходів, орієнтованих на досягнення стратегічних цілей [6; 7].

Стратегічний розвиток підприємств аграрного сектору залежить від низки чинників, зокрема стану ринкового середовища, ресурсного потенціалу, рівня інноваційної активності, інвестиційного забезпечення, кадрових можливостей, технологічного розвитку та екологічних вимог. Значний вплив також мають інституційні умови, державна

підтримка, доступ до фінансових ресурсів і рівень розвитку інфраструктури, яка забезпечує ефективне здійснення виробничих, логістичних та збутових процесів. Відповідно до цього його формування відбувається під впливом взаємодії внутрішніх і зовнішніх факторів, що визначають можливості підприємства щодо реалізації довгострокових планів розвитку [6; 8].

Значення інфраструктурного чинника у стратегічному розвитку аграрних підприємств полягає у тому, що він забезпечує необхідні умови для ефективного здійснення виробничої, логістичної та збутової діяльності. Наявність сучасної інфраструктури сприяє скороченню витрат, підвищенню продуктивності праці, зменшенню втрат продукції під час зберігання та транспортування, а також створює передумови для впровадження інновацій і розширення масштабів господарської діяльності.

Окрім цього, слабка інфраструктура обмежує розвиток аграрного сектору в цілому, оскільки ускладнює доступ виробників до ринків збуту, підвищує витрати на транспортування продукції та знижує ефективність використання виробничих ресурсів. Недостатній рівень розвитку складської, транспортної та виробничої інфраструктури негативно впливає на інвестиційну привабливість сільськогосподарських підприємств і стримує реалізацію їхніх стратегічних планів [10; 11].

В умовах повномасштабної війни значення цього чинника посилюється, що зумовлено руйнуванням виробничих об'єктів, пошкодженням транспортних шляхів, порушенням логістичних ланцюгів та необхідністю оперативного відновлення інфраструктурних потужностей. Додаткові труднощі виникають через зростання вартості перевезень, обмеження експортних маршрутів та необхідність адаптації підприємств до нових умов господарювання. З огляду на це, підприємства мають потребу в розвитку та модернізації інфраструктурної бази, залученні інвестицій для будівництва й реконструкції виробничих об'єктів [10; 12].

Зважаючи на це, можемо сказати, що одним із ефективних кроків забезпечення розвитку інфраструктури сільськогосподарських підприємств, що має особливо важливе значення для їх стратегічного розвитку, є ефективна взаємодія з підприємствами будівельного сектору. Така взаємодія має ґрунтуватись на довгостроковому партнерстві, узгодженні інтересів сторін, а також спільному плануванні та реалізації інфраструктурних проєктів з урахуванням специфіки аграрного виробництва,

сезонності та фінансових можливостей підприємств.

Системно-інтеграційний підхід передбачає, що аграрні та будівельні підприємства розглядаються як взаємопов'язані елементи єдиної економічної системи, у межах якої відбувається узгодження виробничих, інвестиційних та організаційних процесів. Його сутність полягає у забезпеченні цілісності управління інфраструктурним розвитком, коли рішення щодо будівництва, модернізації чи відновлення об'єктів приймаються не ізольовано, а з урахуванням стратегічних потреб аграрного сектору та ресурсних можливостей будівельних підприємств.

Тому взаємодію будівельних та аграрних підприємств у цьому напрямку можна розглядати як організаційно-економічну систему координації дій, спрямовану на формування, відновлення та розвиток інфраструктурної бази аграрного виробництва, що забезпечує його стійкість і довгострокову ефективність.

Ключовими складовими такої взаємодії є:

- узгоджене стратегічне планування інфраструктурних проєктів;
- координація інвестиційних ресурсів та джерел фінансування;
- проєктний підхід до реалізації будівельних робіт в аграрному секторі;
- розподіл та мінімізація ризиків між учасниками співпраці;
- інформаційна взаємодія та обмін даними щодо потреб і можливостей;
- управління життєвим циклом інфраструктурних об'єктів від проєктування до експлуатації.

Враховуючи значення взаємодії аграрних та будівельних підприємств, а також її вплив на забезпечення інфраструктурної складової стратегічного розвитку сільськогосподарського сектору, підходи до просування

будівельних послуг набувають якісно іншого змісту. У таких умовах просування перестає бути лише інструментом стимулювання попиту і трансформується у складову системи довгострокової взаємодії між учасниками ринку, орієнтованої на формування сталих партнерських зв'язків та реалізацію спільних інфраструктурних рішень.

У контексті системно-інтеграційного підходу процес просування будівельних послуг має бути узгоджений із стратегічними цілями аграрних підприємств і враховувати їх виробничі цикли, інвестиційні можливості та інфраструктурні потреби. Відповідно до цього просування буде виконувати роль координаційного механізму. Таким чином буде поєднувати інформаційний, економічний та організаційний вплив і забезпечувати взаємне узгодження інтересів сторін. Особливо важливою також є орієнтація на довгострокову цінність співпраці. Тобто для підприємств важливо забезпечити тривалу співпрацю в майбутньому, що є вигідним для обох сторін [11; 12].

Крім того, у межах такого підходу важливим є формування гнучких моделей взаємодії, які дозволяють адаптувати пропозицію будівельних послуг до змін зовнішнього середовища та специфіки діяльності аграрних підприємств. Це зумовлює необхідність переходу від традиційних маркетингових інструментів до більш комплексних рішень, що поєднують аналітичні, комунікаційні та сервісні складові.

Узагальнення особливостей системно-інтеграційного підходу до просування будівельних послуг дозволяє визначити його ключові напрями та відповідні інструменти реалізації (Таблиця 1).

Відповідно до цього, доцільно окреслити низку практичних рекомендацій щодо підвищення ефективності просування будівельних

Таблиця 1

**Напрями та методи просування будівельних послуг
у межах системно-інтеграційного підходу**

Напрями просування	Методи реалізації
Формування довгострокових партнерських відносин	індивідуальні угоди співпраці, стратегічні альянси, спільне планування проєктів
Орієнтація на інфраструктурні потреби аграрних підприємств	аудит потреб, проєктні консультації, попереднє техніко-економічне обґрунтування
Інтеграція у виробничо-інвестиційні цикли агросектору	гнучкі графіки реалізації проєктів, поетапне фінансування, контрактне планування
Підвищення прозорості комунікацій	цифрові платформи взаємодії, CRM-системи, інформаційні сервіси
Формування ціннісної пропозиції	пакетні рішення «під ключ», сервісне обслуговування, гарантійні програми
Управління взаємними ризиками	договірне закріплення зобов'язань, страхування проєктів, спільний моніторинг виконання

Джерело: власна розробка авторів

послуг у межах системно-інтеграційного підходу. Їх реалізація дозволяє підсилити узгодженість дій між аграрними та будівельними підприємствами та забезпечити більш прогнозований характер співпраці:

- формування довгострокових рамкових угод із аграрними підприємствами з фіксацією етапів реалізації інфраструктурних проєктів;
- використання проєктного супроводу замовника на всіх стадіях будівництва, включаючи передінвестиційний аналіз;
- запровадження індивідуалізованих рішень залежно від масштабу та спеціалізації сільськогосподарського підприємства;
- застосування цифрових інструментів для оперативного узгодження технічних рішень і контролю виконання робіт;
- орієнтація на сервісну модель взаємодії, що передбачає не лише виконання будівельних робіт, а й подальший супровід об'єктів.

У сукупності такі підходи дозволяють перейти від епізодичної взаємодії до системного партнерства, в межах якого будівельні послуги виконують функцію інфраструктурного забезпечення довгострокового розвитку аграрного сектору.

Висновки. Таким чином, спираючись на результати проведеного дослідження, можна

стверджувати, що просування будівельних послуг у сучасних умовах виходить за межі класичних маркетингових підходів і набуває системного характеру, інтегрованого у процеси стратегічного розвитку сільськогосподарських підприємств. Його ефективність безпосередньо залежить від рівня узгодженості взаємодії між аграрним і будівельним секторами та здатності враховувати довгострокові потреби інфраструктурного розвитку. Запропонований системно-інтеграційний підхід дозволяє розглядати просування як елемент забезпечення інфраструктурної стійкості аграрного виробництва, що поєднує економічні, організаційні та управлінські складові. Це створює передумови для більш раціонального використання ресурсів, зниження невизначеності у процесі реалізації будівельних проєктів та підвищення результативності співпраці між учасниками ринку. Перспективи подальших досліджень доцільно пов'язати з удосконаленням механізмів практичної імплементації системно-інтеграційного підходу, зокрема у частині цифровізації взаємодії та формування ефективних моделей партнерства між підприємствами аграрного та будівельного секторів.

Бібліографічний список

1. Білецький І. В. Особливості маркетингової діяльності суб'єктів будівництва житлової нерухомості на ринку B2B. *Ефективна економіка*. 2023. № 2. URL: <https://nauka.com.ua/index.php/ee/article/view/1162/1171>
2. Яцентюк В. Застосування особливостей продукції промислового призначення при формуванні та розвитку брендів промислових підприємств. *Бізнес-інформ*. 2014. № 3. С. 155–160. URL: https://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2014-3_0-pages-155_160.pdf
3. Кравчуновська Т. С., Євсєєва Г. П., Ковальов В. В., Євсєєв В. О., Косячевська С. М. Проєктний підхід до організації та управління будівельно-сільськогосподарськими кластерами. *Металознавство та термічна обробка металів*. 2022. № 2. С. 55–62. URL: <http://srd.pgasa.dp.ua:8080/xmlui/handle/123456789/8785>
4. Чуприна Ю. А. Залучення прикладних переваг BIM-технологій до методики і практики формування життєвого циклу проєктів у складі державних цільових програм, які втілюються будівельним кластером. *Економіка та держава*. 2019. № 3. С. 67–70. URL: <http://www.economy.in.ua/?op=1&z=4280&i=11>
5. Zaiats Yev. I., Kovalov V. V., Kravchunovska T. S., Kirnos O. V. (2018) Risk level assessment while organizationalmanagerial decision making in the condition of dynamic external environment. *Scientific Bulletin of the National Mining University*. № 2 (164). Pp. 123–129. DOI: 10.29202/nvngu/2018-2/24
6. Кирилук І. М., Ломако Є. П., Черняк В. О. Стратегічний розвиток сільськогосподарського підприємства. *Економіка та суспільство*. 2025. № 79. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/6822>
7. Мацибора Т.В. Інвестиційний потенціал аграрного сектору України: формування та розвиток. *Економіка АПК*. 2020. №6, С. 49–58. URL: https://eapk.com.ua/web/uploads/pdf/Ekonomika%20APK_Iss.6_2020_49-58.pdf
8. Білоус С. П., Трохименко А.С., Камінський В.В. Стратегічне управління розвитком підприємства в умовах кризи та військових викликів. *Економіка та суспільство*. 2024. Вип. 68, С. 511–520. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-68-62>.
9. Максименко Д. В. Стратегії розвитку сільськогосподарських підприємств. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2018. № 22. С. 452–455. URL: <http://global-national.in.ua/archive/22-2018/88.pdf>
10. Мазур Г. Ф., Лавров Р. Е., Криворучко І. О., Олійник Л. В., Безп'ятко О. А. Перспективи та шляхи розвитку аграрного сектору України в умовах війни. *Агросвіт*. 2024. № 23. С. 40–45. URL: <https://www.nauka.com.ua/index.php/agrosvit/article/view/5179>

11. Чертінов В. О., Болгарова Н. К. Аналіз стану просування будівельних послуг для сільськогосподарських підприємств. *Економіка та суспільство*. 2025. № 75. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/6151>
12. Бутенко О. П., Чупир О. М., Коробко К. П. Основи концепції маркетингового менеджменту для будівельних підприємств. *Науковий вісник будівництва*. 2021. № 3. С. 259–264. URL: <https://svc.kname.edu.ua/index.php/svc/uk/article/view/637>
13. Рубцова О. С., Гриценко О. С., Запечна Ю. О. Передумови використання інтернет-технологій в побудові маркетингової моделі на будівельних підприємствах України. *Будівельне виробництво*. 2018. № 64. С. 76–79. URL: <https://share.google/AY55N8Pr9cF11gZDt>

References

1. Biletskyi, I. V. (2023). Osoblyvosti marketynhovoї diialnosti sub'iektiv budivnytstva zhytlovoi nerukhomosti na rynku B2B [Peculiarities of marketing activity of residential real estate construction entities in the B2B market]. *Efektivna ekonomika – Efficient Economy*, no. 2. Available at: <https://nayka.com.ua/index.php/ee/article/view/1162/1171>
2. Yatsentiuk S.V. (2014) Application of the features of industrial products in the formation and development of brands of industrial enterprises [The application of the features of industrial products in the formation and development of brands of industrial enterprises]. *Biznes-inform – Business information*, vol. 3, pp. 155–160. Available at: https://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2014-3_0-pages-155_160.pdf
3. Kravchunovska, T. S., Yevsieieva, H. P., Kovalov, V. V., Yevsieiev, V. O., & Kosiachevska, S. M. (2022) Proiektnyi pidkhid do orhanizatsii ta upravlinnia budivelno-ahrarymy klasteramy [Project approach to the organization and management of construction and agricultural clusters]. *Metaloznnavstvo ta termichna obrobka metaliv – Metal Science and Heat Treatment of Metals*, vol. 2, pp. 55–62. Available at: <http://srd.pgasa.dp.ua:8080/xmlui/handle/123456789/8785>
4. Chupryna Yu.A. (2019) Zaluchennia prykladnykh perevah BIM-tekhnologii do metodyky i praktyky formuvannia zhyttievoho tsykladu proektiv u skladi derzhavnykh tsilovykh prohram, yaki vtiliuiutcia budivelnym klasterom [Involvement of applied advantages of BIM-technologies in the methodology and practice of forming the life cycle of projects as part of state target programs implemented by the construction cluster]. *Ekonomika ta derzhava – Economy and State*, vol. 3, pp. 67–70. Available at: <http://www.economy.in.ua/?op=1&z=4280&i=11>
5. Zaiats, Y. I., Kravchunovska, T. S., Kovalov, V. V., & Kirnos, O. V. (2018) Risk level assessment while organizational-managerial decision making in the condition of dynamic external environment. *Naukovyi visnyk Natsionalnoho Hirnychoho Universytetu – Scientific Bulletin of the National Mining University*, vol. 2 (164), pp. 123–129. Available at: <https://doi.org/10.29202/nvngu/2018-2/24>
6. Kyryliuk I. M., Lomako Ye. P., Cherniak V. O. (2025) Stratehichni rozvytok silskohospodarskoho pidpriemstva [Strategic development of agricultural enterprise]. *Ekonomika ta suspilstvo – Economy and Society*, vol. 79. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-79-192>
7. Lupenko Yu. O., Malik M. Y. (2020) Stratehichni napriamy rozvytku ahrarynoho sektoru Ukrainy [Strategic directions of development of the agricultural sector of Ukraine]. *Ekonomika APK –*, vol. 6, pp. 5–12. Available at: https://eapk.com.ua/web/uploads/pdf/Ekonomika%20APK_Iss.6_2020_49-58.pdf
8. Bilous S.P., Trokhymenko A.S., Kaminskyi V.V. (2024) Stratehichne upravlinnia rozvytkom pidpriemstva v umovakh kryzy ta viiskovykh vyklykiv [Strategic management of enterprise development in times of crisis and military challenges]. *Ekonomika ta suspilstvo – Economy and Society*, vol. 68, pp. 511–520. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-68-62>
9. Maksymenko D. V. (2018) Stratehii rozvytku silskohospodarskykh pidpriemstv [Development strategies of agricultural enterprises]. *Hlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky – Global and National Problems of Economy*, vol. 22, pp. 452–455. Available at: <http://global-national.in.ua/archive/22-2018/88.pdf>
10. Mazur H. F., Lavrov R. E., Kryvoruchko I. O., Oliinyk L. V. & Bezpiatko O. A. (2024) Perspektyvy ta shliakhy rozvytku ahrarynoho sektoru Ukrainy v umovakh viiny [Prospects and ways of development of the agricultural sector of Ukraine in wartime conditions]. *Ahrosvit – Agroworld*, vol. 23, pp. 40–45. Available at: <https://www.nayka.com.ua/index.php/agrosvit/article/view/5179>
11. Chertinov V. O., Bolharova N. K. (2025) Analiz stanu prosuvannia budivelnykh posluh dlia silskohospodarskykh pidpriemstv [Analysis of the state of promotion of construction services for agricultural enterprises]. *Ekonomika ta suspilstvo – Economy and Society*, vol. 75. Available at: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/6151>
12. Butenko O. P., Chupyr O. M., Korobko K. P. (2021) Osnovy kontseptsii marketynhoho menedzhmentu dlia budivelnykh pidpriemstv [Fundamentals of the marketing management concept for construction enterprises]. *Naukovyi visnyk budivnytstva – Scientific Bulletin of Civil Engineering*, vol. 3, pp. 259–264. Available at: <https://svc.kname.edu.ua/index.php/svc/uk/article/view/637>
13. Rubtsova O. S., Hrytsenko O. S., Zapiechna Yu. O. (2018) Peredumovy vykorystannia internet-tekhnologii v pobudovi marketynhovoї modeli na budivelnykh pidpriemstvakh Ukrainy [Prerequisites

for using internet technologies in building a marketing model at construction enterprises of Ukraine]. *Budivelne vyrobnytstvo – Construction materials manufacturing*, vol. 64, pp. 76–79. Available at: <https://share.google/AY55N8Pr9cF11gZDt>

Mykola Talavyria

Doctor of Economics, Professor,
Head of the Department of Economic Theory,
National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6915-4815>

Vitalii Vakulenko

Doctor of Economics, Associate Professor,
Associate Professor at the Prof. Y. S. Zavadsky Department of Management,
National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7019-1832>

Liu Yuntao

Associate Professor at the School of Business,
New Western University, USA
ORCID: <https://orcid.org/0009-0001-2141-9041>

PROMOTING CONSTRUCTION SERVICES AS AN INFRASTRUCTURE FACTOR IN THE STRATEGIC DEVELOPMENT OF AGRICULTURAL ENTERPRISES

The study examines the promotion of construction services as an infrastructural factor in the strategic development of agricultural enterprises within the framework of a systems-integrated approach. At present, the promotion of construction services in the agricultural sector is taking place against the backdrop of a transforming economic environment and the growing importance of infrastructure support as a key prerequisite for the development of agricultural enterprises. This creates a need to reconsider traditional marketing approaches and adopt more comprehensive models of interaction between stakeholders in the agricultural and construction sectors. The purpose of the article is to provide a theoretical substantiation of a systems-integrated approach to the promotion of construction services as a component of infrastructure support for the strategic development of agricultural enterprises. The study analyzes the specific features of the strategic development of agricultural enterprises and clarifies the essence and content of this concept. The findings indicate that infrastructure constitutes a critical factor in the strategic development of agricultural enterprises, as it involves the creation and modernization of production, logistics, and supporting facilities that ensure the efficiency of business operations. The role of cooperation between agricultural and construction enterprises as a key mechanism for infrastructure development is also examined. The study demonstrates that the promotion of construction services should be viewed not merely as a means of stimulating demand but as an integral component of a broader interaction system aimed at meeting the strategic needs of agricultural enterprises. Within the systems-integrated framework, the promotion of construction services assumes a coordinating role, facilitating the alignment of stakeholders' interests and resources. The research identifies the principal directions of promotion, including the development of partnership-based relationships, a focus on infrastructural needs, integration into production and investment processes, the enhancement of communication mechanisms, and risk management, each supported by appropriate implementation tools. The practical significance of the findings lies in their potential application to improving cooperation between agricultural and construction enterprises and enhancing the effectiveness of infrastructure project implementation. Future research should focus on refining the mechanisms for the practical implementation of the proposed approach.

Keywords: agricultural sector; agricultural enterprises; construction services; infrastructure factor; promotion; strategic development.

Дата надходження статті: 26.07.2026

Дата прийняття статті: 18.08.2026

Дата публікації статті: 02.09.2026