



Сумський
Національний
Аграрний
Університет

**III МІЖНАРОДНА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ
INTERNATIONAL SCIENTIFIC-PRACTICAL CONFERENCE**

**МАРКЕТИНГ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ
СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ
В УМОВАХ СТАЛОГО РОЗВИТКУ**

**MARKETING AND COMPETITIVENESS OF
SOCIO-ECONOMIC SYSTEMS IN THE
CONDITIONS OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT**

**Збірник тез доповідей
Book of abstracts**



**15-16 травня 2025 р.
May 15-16, 2025**

**м. Суми, Україна
Sumy, Ukraine**

Міністерство освіти і науки України
Сумський національний аграрний університет
Університет Париж-Сакле (Франція)
Університет Барселони (Іспанія)
Варшавський університет природничих наук (Польща)
Університет агрономічних наук і ветеринарної медицини в Бухаресті (Румунія)
Королівський аграрний університет (Великобританія)

**III МІЖНАРОДНА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА
КОНФЕРЕНЦІЯ
INTERNATIONAL SCIENTIFIC-PRACTICAL
CONFERENCE**

**МАРКЕТИНГ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ
СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ
В УМОВАХ СТАЛОГО РОЗВИТКУ**

**MARKETING AND COMPETITIVENESS OF
SOCIO-ECONOMIC SYSTEMS IN THE
CONDITIONS OF SUSTAINABLE
DEVELOPMENT**

**Збірник тез доповідей
Book of abstracts**

**15-16 травня 2025 року
May 15-16, 2025**

**м. Суми, Україна
Sumy, Ukraine**

УДК 330.111.66:504.03(042.5)

Маркетинг та конкурентоспроможність соціально-економічних систем в умовах сталого розвитку: збірник тез доповідей міжнародної науково-практичної конференції (Суми, 15-16 травня 2025 р.). Суми: СНАУ, 2024. 298 с.

У збірнику тез доповідей висвітлюються результати наукових досліджень з актуальних питань маркетингу та конкурентоспроможності соціально-економічних систем в умовах сталого розвитку.

Тематика конференції охоплює актуальні проблеми: соціально-економічних процесів в умовах сталого розвитку; конкурентоспроможності продукції та суб'єктів господарювання; маркетингового забезпечення підприємницьких структур; маркетингових інноваційних бізнес-стратегій в умовах цифровізації та діджиталізації; логістики і управління ланцюгами поставок в конкурентному середовищі.

Видання розраховане на науковців, викладачів, працівників органів державного управління, студентів вищих навчальних закладів, аспірантів, докторантів, працівників державного сектору економіки та суб'єктів підприємницької діяльності.



© Автори тез, 2025

© Сумський національний аграрний університет, 2025

Офіційний сайт: <https://science.snau.edu.ua/>

ЗМІСТ CONTENTS

РОЗДІЛ 1. СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ ПРОЦЕСИ В УМОВАХ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

Варакін Д. ВІПРОВАДЖЕННЯ CRM-СИСТЕМИ ЯК СПОСОБУ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ПРОЄКТАМИ ТА ВНУТРІШНІМИ БІЗНЕС-ПРОЦЕСАМИ В УКРАЇНСЬКІЙ ІТ-КОМПАНІЇ.....	10
Жук Р. ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ЗБУТОМ В УМОВАХ СТАЛОГО РОЗВИТКУ.....	13
Кіхтенко Н. ОРГАНІЗАЦІЯ ПЕРВИННОЇ МЕДИЧНОЇ ДОПОМОГИ: ВИКЛИКИ ТА НОВАТОРСЬКІ МОДЕЛІ РОЗВИТКУ.....	17
Лищенко В. ВИДИ ТА МЕТОДИ СОЦІАЛЬНО-ВІДПОВІДАЛЬНОГО УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ	20
Лищенко М. ІННОВАЦІЙНІ МЕХАНІЗМИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ЧЕРЕЗ ЦИФРОВІ ТА ТЕХНОЛОГІЧНІ ІНСТРУМЕНТИ.....	22
Макарова В. ОСОБЛИВОСТІ ПРОВЕДЕННЯ МОНІТОРИНГУ ЗЕМЕЛЬ ПІД ЧАС ВОЄННОГО СТАНУ	25
Петухова М. ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ БРЕНДУ ТЕРИТОРІЇ (НА ПРИКЛАДІ М. СУМИ)	28
Телетов О. ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГУ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ В УМОВАХ СТАЛОГО РОЗВИТКУ АГРАРНОЇ ГАЛУЗІ	31
Шиян Д. ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ПОПИТУ В ДОМОГОСПОДАРСТВАХ УКРАЇНИ У ПЕРЕДВОЄНИЙ ПЕРІОД	35

РОЗДІЛ 2. КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПРОДУКЦІЇ ТА СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Білошанка Ю. ВИБІР КОНКУРЕНТНОЇ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ЯК ОСНОВА УПРАВЛІННЯ ПОРТФЕЛЕМ БІЗНЕСУ	39
Веселий І. УПРАВЛІННЯ ТОВАРНИМ АСОРТИМЕНТОМ: СТРАТЕГІЇ ФОРМУВАННЯ ТА ОПТИМІЗАЦІЇ	42
Захарова О. ОЦІНКА ТА МЕТОДИКА КЛАСИФІКАЦІЇ ТОВАРНОГО АСОРТИМЕНТУ	46
Кіріченко А. СТРАТЕГІЧНЕ МАРКЕТИНГОВЕ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ: KEY CASE АГРАРНОГО СЕКТОРУ	49
Лисянський С. ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ У СФЕРІ ВЕТЕРИНАРНОЇ МЕДИЦИНИ	53

2. Телєтов О. С. Створення нових цінностей для споживачів як складова маркетингу партнерських відносин. *Формування ринкової економіки : Сучасні проблеми теорії і практики маркетингу* : зб. наукових праць. Спец. вип. Київ : КНЕУ, 2005. С. 142–152.

3. Телєтов О. С., Григоренко В. Ю. Бренд-менеджмент малого та середнього бізнесу в умовах створення об'єднаних територіальних громад. *Бренд-менеджмент: маркетингові технології* : тези доповідей II Міжнародної науково-практичної конференції (м. Київ, 11 червня 2020 р.) / відп. ред. Є. В. Ромат. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2020. С. 141–143.

УДК 330.3

ШИЯН Дмитро

д.е.н., професор,

професор кафедри економіки підприємства та організації бізнесу

Харківський національний економічний

університет ім. Семе́на Кузне́ця

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ПОПИТУ В ДОМОГОСПОДАРСТВАХ УКРАЇНИ У ПЕРЕДВОЄНИЙ ПЕРІОД

Війська агресія рф мала суттєвий вплив на ринках багатьох товарів в Україні. Населення вимушено було обмежувати споживання одних товарних груп і збільшити відповідно інших. Це шокові процеси для економічних систем які суттєво трансформують відповідні ринки. Разом з тим, після закінчення військових дій економічна система, на першому етапі, повернеться на довоєнний рівень та відновляться ті залежності які були сформовані під час звичайного розвитку економічної системи.

Питання дослідження попиту та структури споживання в домогосподарствах є об'єктом дослідження багатьох як вітчизняних так і закордонних вчених [1,2,3]. Дана проблема дозволяє з одного боку виявити особливості формування попиту у різних груп населення, а з іншого – дає можливість чітко представити ринок того чи іншого товару з точки зору перспектив маркетингової стратегії.

В якості бази дослідження виступали статистичні дані державних спостережень умов життя домогосподарств. Файл «Анонімні мікродані за основними показниками щодо доходів, витрат та умов життя домогосподарств» налічував у 2021 році 7614 домогосподарств (16,2 тис. осіб). В процесі обстеження були отриманні дані по домогосподарствах щодо доходів та ресурсів, окремих соціально-демографічних характеристик домогосподарств, витрат домогосподарств, споживання домогосподарствами продуктів харчування, окремих характеристик житла, самооцінки домогосподарствами доступності окремих товарів та послуг, самооцінки респондентами рівня своїх доходів тощо.

1. Вплив рівня доходів на споживання окремих продуктів харчування у домогосподарств великих міст та сільських територій в Україні у 2021 році.

Дохід, грн	Хліб і хлібопродукти		М'ясо		Риба		Молоко, сир та яйця	
	ВМ	СТ	ВМ	СТ	ВМ	СТ	ВМ	СТ
до 40000	4420	5675	4627	3303	1103	1063	3598	2273
40000,1-60000	5165	6567	6429	3971	1497	1377	4803	2774
60000,1-80000	5897	7570	8406	5560	1910	1937	5858	3226
80000,1-100000	6785	8868	10328	6311	2225	2245	7044	3762
100000,1-120000	7388	9271	11637	7020	2587	2748	7824	3879
120000,1-140000	8000	10030	12606	8385	2647	3055	7974	4503
140000,1-160000	9105	10188	15489	8738	3507	3163	9181	4389
160000,1-180000	8587	11481	14224	10427	3373	3720	9172	4501
180000,1-200000	9459	12064	16514	11784	3762	4147	10219	5061
200000,1-240000	10120	12440	18572	11636	4139	3918	11484	5705
більш 240000	11530	14575	19778	15494	4840	5060	12438	7531

Джерело (4)

Було вирішено здійснити оцінки споживання основних продуктів

харчування залежності від рівня доходів у великих містах (ВМ) та сільських територіях (СТ) (табл. 1). Споживання продуктів харчування є одним з індикаторів якості життя та відповідно базовою умовою формування відповідного рівня людського капіталу в державі. Крім того, важливим є також збалансованість раціону харчування, за яким Україна, нажаль, має суттєві проблеми порівняно з розвинутими країнами світу. Аналіз в розрізі типів населених пунктів дає можливість більш чітко представити дану проблему.

Перший висновок який можна зробити по даним таблиці стосується того факту що рівень доходу має безпосередній вплив на споживання продуктів харчування. Так, споживання хліба і хлібопродуктів у домогосподарств з рівнем доходу до 40000 грн у великих містах дорівнювало 4420 грн, а з рівнем доходу більше 240000 грн – 11530 грн або у 2,6 ази більше. По м'ясу дане співвідношення дорівнювало 4,3 рази, риби -4,4 рази, молоку, сиру та яйцям - 3,5 рази. На сільських територіях ситуація була подібною. Таким чином, найбільш бідні домогосподарства мають суттєві проблеми як якістю харчування, так і з його раціоном. В розвинутих країнах світу для цієї групи домогосподарств існують різні програми державної підтримки, які дозволяють компенсувати дефіцит грошових коштів в першу черг з точки зору споживання саме продуктів харчування.

Другий висновок який можна зробити пов'язаний з тим, що рівень витрат сільських домогосподарств на м'ясо та молочні продукти суттєво поступається їх величенні у великих містах. В групі домогосподарств з рівнем доходу до 40000 грн рівень витрат на м'ясо у сільських домогосподарств дорівнював лише 71,4% до їх витрат у великих містах, по молоку цей показник становив 63,2%. В групі домогосподарств з найбільшим рівнем доходу дане співвідношення дорівнювало по м'ясу 78,3% по молоку 60,5%. В даному випадку можна припустити, що в сільській місцевості багато домогосподарств перекривають цей дефіцит завдяки власному підсобному господарству. Однак, сьогодні переважна більшість з них не мають корів, а птицю або свиней тримають менше половини.

Таким чином, ця проблема перекривається власним підсобним господарством в меншій кількості випадків. Крім того, як свідчать наведені дані сільські домогосподарства споживають більше хлібних виробів. В першій групі співвідношення величини витрат на них порівняно з великими містами дорівнювало 128,4 %, а в останній групі -126,4%. Фактично, це є свідчення того, що саме даною категорією харчових продуктів перекривається енергетична цінність харчового балансу. Однак, як добре відомо, це може призводити до недостатці корисних елементів в системі харчування людини та мати інші негативні наслідки.

Таким чином, проведене нами дослідження дозволило встановити, що рівень доходу виступає в якості визначального фактору для формування відповідного рівня харчування. Це є одним з свідчень того, що рівень доходу в Україні є дуже низьким, а відповідно рівень витрат на продукти харчування у їх структурі дуже високим. Крім того, було встановлено що в сільській місцевості рівень витрат на м'ясо та молочні продукти суттєво поступається їх величині у великих містах. Це, в свою чергу, може призводити до проблем з рівнем збалансованості харчування сільських мешканців.

Список літератури

1. Fukase, E., & Martin, W. (2020). Economic growth, convergence, and world food demand and supply. *World Development*, 132, 104954. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2020.104954>
2. Piras, S., Pancotto, F., Righi, S., Vittuari, M., & Setti, M. (2021). Community social capital and status: The social dilemma of food waste. *Ecological Economics*, 183(183), 106954. <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2021.106954>
3. Hougaard, J.L., Østerdal, L.P. (2009). Decreasing serial cost sharing: an axiomatic characterization. *Int J Game Theory* 38, 469–479 <https://doi.org/10.1007/s00182-009-0165-6>
4. Анонімні мікродані по особах, які входять до складу домогосподарства. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>