



Сумський  
Національний  
Аграрний  
Університет

**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**



**6-7 червня 2023 р.  
June 6-7, 2023**

**м. Суми, Україна  
Sumy, Ukraine**

**Міністерство освіти і науки України**  
**ННЦ «Інститут аграрної економіки»**  
**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)**  
**Київський національний університет технологій та дизайну**  
**Полтавський державний аграрний університет**  
**Західноукраїнський національний університет**  
**Державний біотехнологічний університет**

**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**

**6-7 червня 2023 р.  
June 6-7, 2023**

**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, 6-7 червня 2023 р.). Суми: СНАУ, 2023. 266 с.**

У збірнику тез доповідей представлено матеріали учасників Міжнародної науково-практичної конференції «Маркетинг та конкурентоспроможність соціально-економічних систем в умовах сталого розвитку» з:

Академія Сілезії, Польща

Варшавський університет природничих наук, Польща

Державний біотехнологічний університет, Україна

Дніпровський державний аграрно-економічний університет, Україна

Економіко-гуманітарний університет, Польща

Західноукраїнський національний університет, Україна

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Україна

Київський національний університет технологій та дизайну, Україна

Королівський аграрний університет, Великобританія

Львівський державний університет фізичної культури ім. І. Боберського, Україна

Львівський торговельно-економічний університет, Україна

Національний авіаційний університет, Україна

Національний науковий центр «Інститут аграрної економіки», Україна

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», Україна;

Одеський національний технологічний університет, Україна

Полтавський державний аграрний університет, Україна

Сумський державний педагогічний університет ім. А.С.Макаренка, Україна

Сумський національний аграрний університет

Університет агрономічних наук і ветеринарної медицини в Бухаресті, Румунія

Університет Анже, Університетська школа менеджменту, Франція

Університет Барселони, Іспанія

Університет Париж-Сакле, Франція

Харківський національний економічний університет ім. Семена Кузнеця, Україна

Хенанський інститут науки і технологій, Китай

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.



**Сумський  
Національний  
Аграрний  
Університет**

© Автори тез, 2023

© Сумський національний аграрний університет, 2023

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

**Жмайлов В. М., Коваль В. І.**

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ЯК ВАЖЛИВИЙ ЕЛЕМЕНТ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА..... 56

**Мірошниченко С. А.**

КОНКУРЕНТНА СТРАТЕГІЯ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ОСНОВА ЙОГО СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ..... 59

**Смігунова О. В., Богомолова К. С.**

ПРОБЛЕМИ ПРОСУВАННЯ ОРГАНІЧНОЇ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ..... 63

**Грищенко А. В.**

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ХЛІБОПЕКАРСЬКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ..... 66

**Бабаєв І. О.**

ПРОБЛЕМИ ВПРОВАДЖЕННЯ ОРГАНІЧНОГО ВИРОБНИЦТВА В УКРАЇНІ..... 69

**Шабалдає О. С.**

КОНКУРЕНТНІСТЬ МОЛОКОЗАВОДУ: ОЦІНКА ПРОДУКЦІЇ ТА СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ..... 72

**Бабука В. О.**

ФАКТОРИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ НА РИНКУ ПРОДУКЦІЇ РОСЛИННИЦТВА..... 75

**Есманова Л. І.**

СУЧАСНІ ЧИННИКИ МАРКЕТИНГОВИХ РИЗИКІВ ПІДПРИЄМСТВА..... 78

**Купріна Н. М., Баранюк Х. О., Гребейникова Н. А.**

АСПЕКТИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СУБ'ЄКТІВ МАЛОГО БІЗНЕСУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ..... 81

**Базарний С. О.**

НАПРЯМКИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВАМИ МАЛОГО БІЗНЕСУ..... 85

**Самофалов Д. М.**

ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ РИНКУ ЗАМОРОЖЕНИХ ЯГІД В УКРАЇНІ ПІД ЧАС ДІЇ ВОЄННОГО СТАНУ..... 88

**Зайденко М. А.**

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ..... 91

**Живицький Д. О.**

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ ЗАСАДИ СТВОРЕННЯ МОЛОЧНИХ КЛАСТЕРІВ..... 93

**Кошеленко Е.**

ОСНОВИ РОЗРОБКИ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ МАРКЕТИНГОВОЇ КОМУНІКАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ..... 96

**Литвиненко О.**

СУТНІСТЬ ТА ЧИННИКИ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА..... 99

**Кадирус І.**

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В БІЗНЕСІ ..... 102

**Пономарьова М., Зубко М., Сорокотяга В.**

МЕНЕДЖМЕНТ АГРОВИРОБНИЦТВА В ПОСИЛЕННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТА ПІСЛЯВОЄННОГО ОНОВЛЕННЯ..... 104

**Шовкун Л.**

ЕКОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ТА БЕЗПЕКИ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ..... 106

4. Урба С. І., Коковська С. І. Управління конкурентоспроможністю підприємств хлібопекарської галузі. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2018. № 20. С. 95-100.

УДК: 338.43

**Бабасєв Ігор**

здобувач ступеня доктора філософії

Керівник: д.е.н., проф. Онегіна Вікторія Михайлівна

Полтавський державний аграрний університет

## **ПРОБЛЕМИ ВПРОВАДЖЕННЯ ОРГАНІЧНОГО ВИРОБНИЦТВА В УКРАЇНІ**

Виробництво органічної продукції в нашій країні має величезні перспективи. Але на сьогодні, в порівнянні, наприклад, з країнами Європейського Союзу та Великобританією внутрішній ринок органічної продукції в Україні майже відсутній. Переважна більшість органіки, вирощеної на Українських землях відправляється на експорт у вигляді сировини.

Перспективам ринку органіки в Україні приділили багато уваги Грановська В., Чайка Т., Гаваза Є. та ін. Широкий спектр проблем, пов'язаних з перспективами впровадження органічного виробництва, розглянули у своїх працях Мороз О., Артиш В., Скидан О. та ін.

У сучасних умовах господарювання для підприємств вкрай важливо підтримувати достатній рівень конкурентоспроможності своєї продукції. Як зазначено у [1], інноваційний шлях розвитку є дієвим способом виживання підприємства на ринку жорсткої конкуренції та стратегією його конкурентної боротьби. Тому розроблення та просування на ринку будь-якої інновації, особливо екологічної, в сучасних умовах господарювання сприймається дуже

позитивно з позицій як окремого товаровиробника так і з позицій споживача.

В останні роки значно збільшилась частка органічного виробництва в аграрному секторі України. Проте її переробка та збут на території нашої держави майже не змінились. Однією з причин цього є зниження купівельної спроможності громадян через загальне здорожчання товарів та послуг, зменшення доходів. Отже широкі маси населення не можуть собі дозволити купувати органічні продукти харчування через їх вищу ціну порівняно із звичайними продуктами. Як зазначає В.Грановська [2], через те, що органічна продукція має вищу ціну ніж звичайна, через вищу собівартість виробництва та переробки, основний попит на неї зосереджений в економічно розвинених країнах. Але наші споживачі позитивно ставляться до органіки і можуть купляти її за умов доступності такої продукції в магазинах, та не надто великої різниці ціни (на 10 – 20%) порівняно з традиційною продукцією [3].

Запровадження органічного виробництва несе в собі багато позитивних моментів, таких як зменшення негативного впливу на здоров'я людей, максимально знижений вплив на екосистеми, захист від забруднення навколишнього середовища. Як зазначають науковці [4], органічні методи господарювання покращують стан ґрунту та його родючість без застосування хімічно синтезованих добрив. Боротьба з бур'янами та шкідниками проводиться без застосування токсичних пестицидів, оберігаючи тим самим земельні та водні ресурси від забруднення токсичними сполуками. Обов'язкове застосування сівозмін, використання насіння і порід, адаптованих до місцевих умов, і відновлення функціонального біорізноманіття сприяють подальшому зміцненню екологічного балансу

Та не дивлячись на вищесказане, українські компанії мають низку проблем, пов'язаних із переходом на органічне виробництво. Перш за все це відсутність державних програм для заохочення переходу на органіку та відсутність державної підтримки в перші три роки впровадження, адже для того, щоб мати змогу вирощувати органічну продукцію на земельній ділянці,

аграрні підприємства повинні за 3 роки повністю припинити там використання пестицидів, стимуляторів росту та мінеральних добрив. Отже, протягом трьох років буде недобір врожаю, а собівартість продукції буде навпаки зростати. Не менш важливою є і проблема пошуку ринків збуту продукції. Науковці до цих проблем також додають [5]: нестача кваліфікованих кадрів з виробництва органічної продукції; нестача інвестиційних ресурсів; відсутність науково обґрунтованих технологій з виробництва та переробки органічної сільськогосподарської продукції рослинництва і тваринництва; недосконалість вивчення економічного потенціалу органічного виробництва, факторів його реалізації, переваг та передумов, та інші.

Таким чином можна зробити висновок, що в Україні спостерігається тенденція до збільшення виробництва органічної продукції, але недосконалість законодавства, соціальні негаразди в суспільстві, невисока зацікавленість виробників, недостатність наукових досліджень значно гальмують процес розвитку напряду.

Список літератури:

1. Мороз О.В., Андрущенко В.М. Брендинг як інструмент підвищення конкурентоспроможності виробництва органічної продукції в Україні. Ефективна економіка. 2015. № 2.
2. Грановська В. Перспективи розвитку ринку органічної продукції в Україні. 2017. URL: <http://hdl.handle.net/123456789/4168>
3. Чайка Т.О. Передумови розвитку ринку органічної продукції в Україні. 2011. URL: <http://dspace.mnau.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/446/1/.pdf>
4. Берсуцька С.Я., Козичева Т.О. Сучасний стан і перспективи розвитку ринку органічної продукції. Економічний вісник Донбасу. 2020. №2.(60). С.165-172. URL: <http://dspace.nbu.gov.ua/handle/123456789/171643>
5. Вінюкова О.Б., Чугрій Г.А. Ринок органічної продукції в Україні: проблеми та перспективи розвитку. 2018. URL: <https://dspace.organic-platform.org/xmlui/bitstream/handle/data/142/12f.pdf?sequence=3>