

**Міністерство освіти і науки України**  
**Одеський державний аграрний університет**  
**Вроцлавський економічний університет (Республіка Польща)**  
**Західно-Каспійський університет (Азербайджан)**  
**Національний інститут економічних досліджень (Республіка Молдова)**  
**Вища школа бізнесу, медіа та реклами (Республіка Польща)**  
**ННЦ Інститут аграрної економіки**  
**Київський національний економічний університет**  
**Полтавський державний аграрний університет**  
**Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника**  
**Сумський національний аграрний університет**  
**Уманський національний університет**

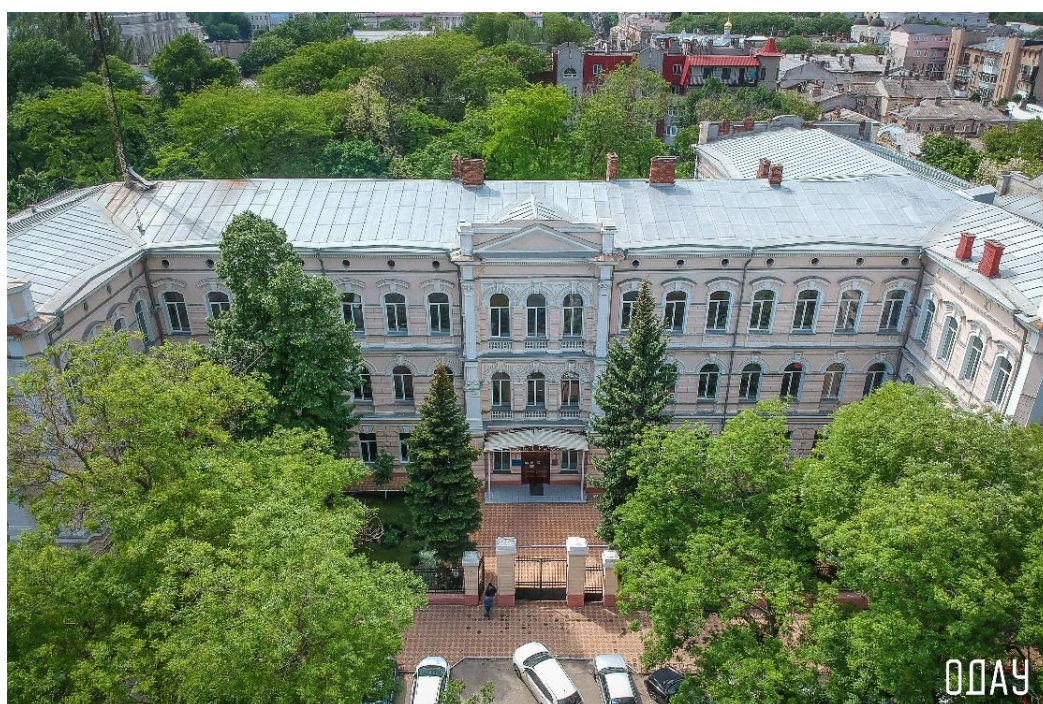


**«БРАСЛАВСЬКІ ЧИТАННЯ. ЕКОНОМІКА ХХІ  
СТОЛІТТЯ: НАЦІОНАЛЬНИЙ ТА ГЛОБАЛЬНИЙ  
ВИМІРИ»**

**Збірник матеріалів III Міжнародної науково-практичної  
конференції**  
(06 листопада 2025 року)

**Одеса 2025**

**Ministry of Education and Science of Ukraine**  
**Odesa State Agrarian University**  
**Wrocław University of Economics and Business (Republic of Poland)**  
**West Caspian University (Azerbaijan)**  
**National Institute of Economic Research (Republic of Moldova)**  
**Higher School of Business, Media and Advertising (Republic of Poland)**  
**National Scientific Center “Institute of Agrarian Economics”**  
**Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman**  
**Poltava State Agrarian University**  
**Vasyl Stefanyk Precarpathian National University**  
**Sumy National Agrarian University**  
**Uman National University**



**«BRASLAV READINGS. ECONOMY OF THE 21ST  
CENTURY: NATIONAL AND GLOBAL  
DIMENSIONS»**

**Proceedings of the III International Scientific and  
Practical Conference**

(November 6, 2025)

**Odesa 2025**

**DOI <https://doi.org/10.37000/7738387136>**

**УДК 339.9:364**

Браславські читання. Економіка XXI століття: національний та глобальний виміри: Збірник матеріалів III Міжнародної наукової-практичної конференції, 06 листопада 2025 року. Одеса, ОДАУ. 2025. 279 с.

Збірник матеріалів містить наукові надбання та доповіді учасників II Міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої актуальним питанням розвитку економіки в сучасних умовах. У матеріалах розглядаються теоретичні та практичні аспекти економічних відносин на національному та міжнародному рівнях, зокрема у сферах аграрного виробництва, фінансового менеджменту, маркетингу, логістики, обліку і оподаткування, управління персоналом та застосування сучасних технологій. Представлені дослідження та рекомендації спрямовані на пошук рішень для ефективного функціонування економіки в умовах глобалізації, враховуючи досвід різних країн.

Збірник буде корисним для науковців, економістів, викладачів, аспірантів, студентів та всіх, хто зацікавлений у вивченні сучасних економічних процесів і тенденцій.

Рекомендовано до друку вченою радою Одеського державного аграрного університету (протокол №3 від «27» листопада 2025 року).

#### **Редакційна колегія:**

*Топов А.Г., к.е.н., доцент, в.о. декана факультету економіки та управління ОДАУ (голова ред.колегії)*

*Баланюк І.Ф., д.е.н., професор, зав. кафедри обліку і аудиту, Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника*

*Дяченко О.П., д-р наук з держ. упр., професор, Академія технічно-артистична, Республіка Польща*

*Запіша Г.М., д.е.н., професор, зав. кафедри менеджменту ОДАУ*

*Князева О.А., д.е.н., професор, в.о. зав. кафедри економічної теорії та економіки підприємства ОДАУ*

*Крюкова І.О., д.е.н., професор, професор кафедри обліку і оподаткування ОДАУ*

*Калюжна М.М., к.е.н., доцент, в.о. зав. кафедри обліку і оподаткування ОДАУ*

*Найда А.В., к.е.н., доцент кафедри обліку і оподаткування (заступник голови ред.колегії)*

*Петренко О.П. к.е.н., доцент кафедри економічної теорії та економіки підприємства ОДАУ (відповідальний секретар)*

*Макарова Т.О. лаборант кафедри менеджменту ОДАУ (технічний редактор)*

*Відповідальність за достовірність даних, зміст і якість матеріалів збірника несуть автори.*

## НАУКОВО-ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ КОМІТЕТ КОНФЕРЕНЦІЇ

- ТОПОВ А.Г.** голова оргкомітету, кандидат економічних наук, доцент, в. о. декана факультету економіки та управління, Одеський державний аграрний університет;
- НАЙДА А.В.** заступник голови, кандидат економічних наук, доцент кафедри обліку і оподаткування, Одеський державний аграрний університет.
- ПЕТРЕНКО О.П.** секретар, кандидат економічних наук, доцент кафедри економічної теорії та економіки підприємства, Одеський державний аграрний університет
- ДЯЧЕНКО О.П.** доктор наук з державного управління, професор, Академія технічно-артистична, Республіка Польща
- ДОГА-МІРЗАК М.** доктор економічних наук, доцент кафедри фінансів та банківської справи факультету економічних наук, Державний університет Молдови, Республіка Молдова;
- ГАЛИЦЬКИЙ О.М.** доктор економічних наук, професор, професор кафедри кадрової, мобілізаційної та організаційно-штатної роботи, Військова академія, Україна;
- ВОРОНЬКО-НЕВІДНИЧА Т.В.** доктор економічних наук, доцент, завідувач кафедри менеджменту ім. І. А. Маркіної, Полтавський державний аграрний університет, Україна;
- БАЛАНЮК І.Ф.** доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри обліку і аудиту, Прикарпатський національний університет ім. Василя Стефаника, Україна;
- ЗАПША Г.М.** доктор економічних наук, професор, зав. кафедри менеджменту, Одеський державний аграрний університет, Україна;
- КНЯЗЄВА О.А.** доктор економічних наук, професор, в.о. зав. кафедри економічної теорії та економіки підприємства, Одеський державний аграрний університет, Україна;
- КРЮКОВА І.О.** доктор економічних наук, професор, професор кафедри обліку і оподаткування, Одеський державний аграрний університет;
- КАЛЮЖНА М.М.** кандидат економічних наук, доцент, в.о. зав. кафедри обліку і оподаткування, Одеський державний аграрний університет, Україна;
- СОКОЛЮК К. Ю.** кандидат економічних наук, доцент, докторант, старший науковий співробітник відділу ринкових механізмів та структур, ДУ «Інститут ринку і економіко-екологічних досліджень НАН України», Україна.

менеджменту; впровадження цифрових технологій управління; створення стратегічних партнерств і мережових форм співпраці [3].

Ключову роль у стратегічному управлінні відіграє лідерство, орієнтоване на зміни. Стратегічний керівник у кризових умовах має забезпечувати комунікацію, підтримку персоналу, стимулювати інноваційну активність та формувати організаційну культуру, орієнтовану на навчання та розвиток. Підприємство має діяти як організація, що навчається, постійно вдосконалюючи свої процеси, структуру та компетенції.

Отже, управління конкурентоспроможністю підприємства в умовах кризи є невід'ємною складовою стратегічного управління. Воно передбачає інтеграцію антикризових, інноваційних, ресурсних і фінансових стратегій у єдину систему, спрямовану на забезпечення довгострокової стабільності. Успіх у кризових умовах залежить не лише від здатності підприємства швидко реагувати на зовнішні виклики, але й від стратегічного мислення, яке дозволяє перетворити кризу на можливість для розвитку.

### Література:

1. Геращенко І. О., Шмадченко О. О. Управління конкурентоспроможністю підприємства. Вісник економіки транспорту і промисловості, 2015. Вип. 50. С. 297-301. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1647>

2. Євтушенко Н. О., Байдін М. В. Управління конкурентоспроможністю підприємства в умовах стратегічних змін. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*, 2021. № 4. URL: <https://journals.dut.edu.ua/index.php/emb/article/view/2686>  
journals.dut.edu.ua

3. Феєр О., Хаустова К., Густі С. Стратегічне управління підприємством в умовах воєнного стану. *Innovation and Sustainability*, 2023. № 4. С. 90-97. DOI: <https://doi.org/10.31649/ins.2023.4.90.97>

**Гапонюк А. П.,**

здобувач вищої освіти спеціальності 073 Менеджмент

Полтавський державний аграрний університет

Полтава, Україна

**Воронько-Невіднича Т. В.,**

д.е.н., доцент, завідувач кафедри менеджменту ім. І. А. Маркіної

Полтавський державний аграрний університет

Полтава, Україна

## МАРКЕТИНГОВІ ІНСТРУМЕНТИ ЯК ЗАСІБ ДОСЯГНЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ

У сучасних умовах воєнного стану питання забезпечення сталого розвитку підприємств набуває особливої актуальності. Дестабілізація економічного середовища, порушення логістичних ланцюгів, скорочення купівельної спроможності населення, реколяція підприємств та високий рівень

невизначеності вимагають від бізнесу гнучких і адаптивних управлінських рішень. В цьому контексті маркетинг виступає не лише інструментом просування товарів і послуг, а й стратегічним механізмом забезпечення життєздатності суб'єкта господарювання.

Сучасний маркетинг у період війни трансформується у напрямі соціальної відповідальності, цифровізації комунікацій та переорієнтації на потреби локальних ринків. Підприємства, які активно застосовують маркетингові інструменти – дослідження ринку, брендинг, CRM-системи, SMM-комунікацію та контент-маркетинг – отримують можливість не лише зберегти клієнтську базу, але й зміцнити довіру споживачів. Особливої ваги набуває концепція соціально відповідального маркетингу, яка поєднує економічні цілі з підтримкою місцевих громад, допомогою Збройним силам та участю у відновленні економіки країни. Такий підхід формує позитивний імідж підприємства та підвищує його стійкість у кризових умовах. Використання цифрових технологій – аналітики даних, онлайн-торгівлі, платформ електронних комунікацій – дає змогу швидко адаптуватися до змін споживчої поведінки та забезпечити безперервність бізнес-процесів навіть за умов обмежень воєнного часу [2; 3].

Таким чином, маркетингові інструменти управління підприємством – це сукупність методів, засобів і підходів, спрямованих на підвищення ринкових позицій господарюючого суб'єкта та реалізацію його стратегічних цілей у сфері маркетингу. В умовах зростаючої конкуренції, економічної нестабільності та динамічних змін зовнішнього середовища вони набувають особливої ваги як механізм забезпечення **сталого розвитку** [1; 4]. Завдяки ефективному використанню маркетингових інструментів суб'єкти господарювання можуть інтегрувати принципи сталого розвитку у свою господарську діяльність, оптимізувати ресурси, зміцнювати взаємовідносини зі споживачами та суспільством і забезпечувати довгострокову економічну, соціальну, екологічну та безпекову ефективність.

Отже, маркетингові інструменти у період повномасштабної війни стають ключовим чинником збереження бізнес-діяльності, забезпечення конкурентоспроможності, підтримки сталого розвитку та, як наслідок, відновлення економічного потенціалу суб'єктів ринку України.

### Література:

1. Багорка М. О. Концепція екологічного маркетингу в маркетинговій стратегії сталого розвитку виробництва аграрних підприємств. Інтелект ХХІ. 2019. № 3. С. 23–28.
2. Барна М. Ю., Воронько-Невіднича Т. В., Ткаченко В. І., Іщейкін Т. Є. Організаційно-правові аспекти безпекового кадрового потенціалу в системі управління проектами підприємств сфери агротуризму. Актуальні проблеми інноваційної економіки та права. 2023. № 4. С. 11-16. URL: 2023 / #4 – АПІЕ (apie.org.ua).
3. Райко Д. В., Подрез О. І., Черепанова В. О. Сучасні підходи до формування маркетингових інструментів управління підприємством. Проблеми

економіки. 2022. № 3 (53). С. 128-136. URL: [https://www.problecon.com/export\\_pdf/problems-of-economy-2022-3\\_0-pages-128\\_136.pdf](https://www.problecon.com/export_pdf/problems-of-economy-2022-3_0-pages-128_136.pdf).

4. Фастовець Н., Харчук Т., Подольська О., Лутковська С., Воронько-Невіднича Т., Левківська Л. Стратегічне управління фінансами інноваційно адаптивних підприємств у стартап-бізнесі глокалізованих ринків. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*. 2025. № 4 (63). Р. 166–179. <https://doi.org/10.55643/fcaptp.4.63.2025.4916>.

**Гельман В.М.,**

*д.е.н., професор кафедри управління персоналом і маркетингу  
Запорізький національний університет  
м. Запоріжжя, Україна*

**Дмитренко М.І.,**

*магістрант спеціальності «Економіка»  
Запорізький національний університет  
м. Запоріжжя, Україна*

## **МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД ТА ІМПЛЕМЕНТАЦІЯ СУЧАСНИХ ПРАКТИК УПРАВЛІННЯ РИНКОМ ПРАЦІ У ДІЯЛЬНІСТЬ РЕГІОНАЛЬНИХ ІНСТИТУЦІЙ**

Раціональні управлінські рішення є ключовим інструментом забезпечення ефективності діяльності організацій, досягнення стратегічних цілей та сталого розвитку в умовах постійних змін і невизначеності зовнішнього середовища. Вони відіграють визначальну роль у системі менеджменту, адже дозволяють своєчасно реагувати на соціально-економічні виклики, ефективно розподіляти ресурси та формувати конкурентні переваги. Завдяки прийняттю обґрунтованих управлінських рішень підвищується продуктивність, зміцнюється конкурентоспроможність і стабільність функціонування економічних суб'єктів, тоді як ризики їх діяльності мінімізуються.

Сучасний етап розвитку ринку праці характеризується посиленням процесів цифровізації, гнучкістю форм зайнятості та зростанням ролі онлайн-платформ як інструментів пошуку роботи і взаємодії між роботодавцями та найманими працівниками. Використання цифрових платформ стимулює інновації, посилює конкуренцію, розширює формати зайнятості та створює нові можливості працевлаштування. Водночас це зумовлює необхідність вирішення низки управлінських питань, зокрема щодо забезпечення якості виконання робіт, відповідності професійних компетентностей вимогам роботодавців, оптимізації взаємовідносин між замовником і виконавцем, а також коректної класифікації трудових відносин.

У таких умовах обґрунтованість управлінських рішень набуває особливої ваги. Вона передбачає послідовний процес — від визначення проблеми або можливості до збору та аналізу інформації, оцінювання альтернатив, реалізації оптимального варіанта і подальшої оцінки його ефективності. Таким чином,

<b>Галюк І. Б., Єжак Ф. Ф.</b> ВІДПОВІДНІСТЬ ЛОГІСТИКИ БУДІВНИЦТВА ПРИНЦИПАМ СТАЛОГО РОЗВИТКУ	<b>37</b>
<b>Галюк І. Б., Проць Я. М.</b> ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ВІЙНИ	<b>39</b>
<b>Галюк І. Б., Скотник В. В.</b> СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ЯК ОСНОВА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА УМОВАХ КРИЗИ	<b>41</b>
<b>Гапонюк А. П., Воронько-Невіднича Т. В.</b> МАРКЕТИНГОВІ ІНСТРУМЕНТИ ЯК ЗАСІБ ДОСЯГНЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ	<b>43</b>
<b>Гельман В.М., Дмитренко М.І.</b> МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД ТА ІМПЛЕМЕНТАЦІЯ СУЧАСНИХ ПРАКТИК УПРАВЛІННЯ РИНКОМ ПРАЦІ У ДІЯЛЬНІСТЬ РЕГІОНАЛЬНИХ ІНСТИТУЦІЙ	<b>45</b>
<b>Дога-Мирзак М.В., Чернов М.Г.</b> ЧИННИКИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ВИКОРИСТАННЯМ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ІНСТИТУЦІЙНИХ ЗМІН	<b>48</b>
<b>Євтушок О.В.</b> ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ В МЕНЕДЖМЕНТІ ТА МАРКЕТИНГУ ЯК ДРАЙВЕРИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНАЛЬНИХ ЕКОНОМІК	<b>52</b>
<b>Забунова Т.П., Дідур Г. І.</b> СУЧАСНІ МЕТОДИ ПІДБОРУ ТА ВІДБОРУ ПЕРСОНАЛУ	<b>56</b>
<b>Тимохова Г.Б., Замірець А.О.</b> ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГУ В КОНТЕКСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ, СОЦІАЛЬНОЇ ТА ЕКОЛОГІЧНОЇ СТІЙКОСТІ.	<b>59</b>
<b>Тимохова Г.Б., Самойлова В.І.</b> ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК ESG-ПОКАЗНИКІВ ТА РЕПУТАЦІЙНОГО КАПІТАЛУ В КОНТЕКСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ	<b>62</b>
<b>Зось-Кіор М. В. Гнатенко І. А.</b> СЕРВІСНЕ ЛІДЕРСТВО ВИКЛАДАЧА В СИСТЕМІ МЕНЕДЖМЕНТУ ЗАКЛАДУ ОСВІТИ	<b>65</b>
<b>Коляда Т. А.</b> МЕНЕДЖМЕНТ ПЕРСОНАЛУ ЯК ЧИННИК СТАЛОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНАЛЬНИХ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ МАРКЕТИНГ В УПРАВЛІННІ ПРОЄКТАМИ В СФЕРІ “ІТ ОСВІТА”	<b>67</b>
<b>Лабуш В.О.</b> МАРКЕТИНГ В УПРАВЛІННІ ПРОЄКТАМИ В СФЕРІ «ІТ ОСВІТА»	<b>69</b>