

Міністерство освіти і науки України
 Полтавський державний аграрний університет
 Департамент агропромислового розвитку Полтавської ОВА
 Інститут модернізації змісту освіти МОН України
 ННЦ «Інститут аграрної економіки» НААН України
 Українська асоціація з розвитку менеджменту та бізнес-освіти
 Національний університет біоресурсів і природокористування України
 Державна установа «Інститут економіки та прогнозування
 Національної академії наук України»
 Одеський національний економічний університет
 Сумський національний аграрний університет
 Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця
 Дніпровський державний аграрно-економічний університет
 Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського
 Українсько-Британський Центр Центру Європейської освіти та іноземних мов Полтавського
 державного аграрного університету
 Glendale Community College of Maricopa Community College System, Arizona (США)
 Atlântica – Instituto Universitário (Португалія)
 WSHU - Akademia Nauk Stosowanych w Poznaniu (Польща)
 Queen Mary University of London Ukrainian Society (Сполучене Королівство Великої Британії та
 Північної Ірландії)
 The University School of Occupational Safety Management in Katowice (Польща)
 Academy of Management and Administration in Opole (Польща)
 University of Economics in Bratislava (Словаччина)
 Scientific Center of Innovative Research (Естонія)
 Information Systems Management Institute (Латвія)
 Eurasian National University them. L. N. Gumilev (Казахстан)

МАТЕРІАЛИ

III Міжнародної науково-практичної конференції

**«Стратегічний менеджмент агропродовольчої сфери в
умовах глобалізації економіки: безпека, інновації,
лідерство»**

м. Полтава, 23 вересня 2025 року

Міністерство освіти і науки України
Полтавський державний аграрний університет
Департамент агропромислового розвитку Полтавської ОВА
Інститут модернізації змісту освіти МОН України
ННЦ «Інститут аграрної економіки» НААН України
Українська асоціація з розвитку менеджменту та бізнес-освіти
Національний університет біоресурсів і
природокористування України
Державна установа «Інститут економіки та прогнозування Національної
академії наук України»
Одеський національний економічний університет
Сумський національний аграрний університет
Харківський національний економічний університет імені Семена
Кузнеця
Дніпровський державний аграрно-економічний університет
Кременчуцький національний університет імені М. Остроградського
Українсько-Британський Центр Центру Європейської освіти та іноземних
мов Полтавського державного аграрного університету
Glendale Community College of Maricopa Community College System,
Arizona (США)
Atlântica – Instituto Universitário (Португалія)
WSHIU -Akademia Nauk Stosowanych w Poznaniu (Польща)
Queen Mary University of London Ukrainian Society (Сполучене Королівство
Великої Британії та Північної Ірландії)
The University School of Occupational Safety Management in Katowice
(Польща)
Academy of Management and Administration in Opole (Польща)
University of Economics in Bratislava (Словаччина)
Scientific Center of Innovative Research (Естонія)
Information Systems Management Institute (Латвія)
Eurasian National University them. L. N. Gumilev (Казахстан)

МАТЕРІАЛИ

III Міжнародної науково-практичної конференції «Стратегічний менеджмент агропродовольчої сфери в умовах глобалізації економіки: безпека, інновації, лідерство»

23 вересня 2025 року

Полтава 2025

УДК 005. 21 : 338. 43 : 005. 591. 6 /. 934 : 316. 46
DOI: <https://doi.org/10.32782/23-09-25-2>

Стратегічний менеджмент агропродовольчої сфери в умовах глобалізації економіки: безпека, інновації, лідерство: матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції, 23 вересня 2025 р. Полтава : ПДАУ, 2025. Том 2. 363 с.

У матеріалах конференції розглядаються безпекові та інноваційні особливості стратегічного менеджменту агропродовольчої сфери в умовах актуалізації лідерства в глобальній економіці; практичні рекомендації щодо адаптації, протидії ризикам та підвищення ефективності розвитку суб'єктів господарювання.

Збірник розрахований на науково-педагогічних працівників, аспірантів, здобувачів закладів вищої освіти, фахівців-практиків.

Редакційна колегія:

О. А. Галич, к.е.н., професор, ректор Полтавського державного аграрного університету,

В. І. Аранчій, к.е.н., професор, перший проректор Полтавського державного аграрного університету,

Т. В. Воронько-Невіднича, д.е.н., доцент, завідувач кафедри менеджменту ім. І.А. Маркіної Полтавського державного аграрного університету,

V. Riashchenko – dr.oec., prof., expert of Latvian Council of Science, ISMA University of Applied Science,

М. В. Зось-Кіор, д.е.н., професор, професор кафедри менеджменту ім. І. А. Маркіної Полтавського державного аграрного університету,

Д. В. Дячков, д.е.н., професор, професор кафедри менеджменту ім. І. А. Маркіної Полтавського державного аграрного університету,

Н. В. Баган, PhD з економіки, доцент кафедри менеджменту ім. І. А. Маркіної Полтавського державного аграрного університету

Матеріали друкуються мовою оригіналів.

За виклад, зміст і достовірність матеріалів відповідають автори.

© Розповсюдження та тиражування без офіційного дозволу ПДАУ заборонено

Т. Воронько-Невіднича, д.е.н., доцент,
А. Герасько, В. Ярош, здобувачі вищої освіти
ОПП Бізнес-адміністрування,
*Полтавський державний аграрний університет,
м. Полтава, Україна*

РОЗВИТОК ТА ІМПЛЕМЕНТАЦІЯ DIGITAL- МАРКЕТИНГОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ В АГРОПРОДОВОЛЬЧІЙ СФЕРІ

Сучасна агропродовольча сфера перебуває у стані швидкої цифрової трансформації, що зумовлює появу та впровадження нових маркетингових практик та інструментів. Розвиток digital-маркетингових технологій у цьому секторі відображає глобальні тенденції, водночас враховуючи специфіку виробництва та дистрибуції харчових продуктів. Серед ключових технологій варто виділити:

електронна комерція та моделі D2C (direct-to-consumer). Зростання онлайн-продажів продовольчих товарів стимулює агровиробників до створення власних каналів збуту та використання маркетплейсів. Що, у свою чергу, формує нові стратегії комунікації зі споживачами та дозволяє скоротити кількість посередників;

технології трасуваності та блокчейн-рішення. Прозорість походження продукції стає ключовим чинником довіри. Використання QR-кодів, цифрових паспортів товару та блокчейн-платформ дозволяє споживачам отримати інформацію про шлях продукту від виробника до полиці;

використання великих даних і штучного інтелекту. AI-технології застосовуються для прогнозування попиту, персоналізації пропозицій та автоматизації рекламних кампаній. Очевидно, що аналітика великих даних допомагає точніше сегментувати цільову аудиторію та підвищувати ефективність маркетингових інвестицій;

омніканальність та last-mile логістика. Інтеграція онлайн- і офлайн-каналів продажу поєднується з розвитком рішень для доставки, що є критично важливим для продуктів із коротким терміном зберігання. Маркетингові стратегії включають акценти на швидкості та якості обслуговування;

контент-орієнтований маркетинг та спільноти. Сторітелінг, демонстрація виробничих процесів, кулінарні поради та взаємодія у соціальних мережах сприяють формуванню лояльності споживачів і створенню ціннісно орієнтованих брендів.

Відтак, у сучасних умовах глобалізації та зростаючої конкуренції на міжнародних ринках суб'єкти аграрного ринку змушені оновлювати підходи до маркетингу, щоб зберігати свою позицію та освоювати нові канали збуту. Використання цифрових інструментів відкриває широкі перспективи для просування продукції, налагодження ефективної комунікації зі споживачами, удосконалення внутрішніх процесів і формування управлінських рішень на основі аналітики великих даних

Таким чином, цифрові технології трансформують маркетингові практики агропродовольчої сфери, зміщуючи акценти від традиційних інструментів до інтегрованих digital-стратегій. Подальші дослідження мають бути спрямовані на оцінку ефективності впровадження цих технологій у різних сегментах агробізнесу та їх вплив на конкурентоспроможність підприємств за сучасних умов.

Список використаних джерел:

1. Березіна Л. М., Воронько-Невіднича Т. В., Логінська І. Я., Шкурупій К. Є. Ключові аспекти управління розвитком агропродовольчої сфери в межах національної економічної стратегії – 2030. *Modern Economics*. 2021. № 30. С. 34-38. DOI: [https://doi.org/10.31521/modecon.V30\(2021\)-05](https://doi.org/10.31521/modecon.V30(2021)-05).

2. Воронько-Невіднича Т., Лопатинський Р., Буціна М., Чередніченко Р. Логістичні аспекти в системі управління бізнес-процесами підприємства. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2024. № 6. С. 285-289. URL: <https://heraldes.khmnu.edu.ua/index.php/heraldes/article/view/1192/1213>. DOI:10.31891/2307-5740-2024-336-45.

3. Германюк Н. В. Особливості традиційного і цифрового маркетингу у сільському господарстві. *Економіка, фінанси, менеджмент: актуальні питання науки і практики*. 2021. № 4 (58). С. 194-206.

4. Петренко О. Інтеграція цифрових технологій у

маркетингову стратегію аграрних підприємств: організаційно-економічний підхід. *Економіка та суспільство*. 2024. № 65. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-65-127>

5. 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). P. 166–179. <https://doi.org/10.55643/fcaptp.4.63.2025.4916>.

6. Kissane D. Twenty trends in digital marketing for 2016. URL: www.doz.com.

Л. Горбатюк, к.е.н., доцент кафедри економіки і маркетингу,
В. Борисенко, ЗВО першого (бакалаврського) рівня
спеціальності 051 Економіка
ДЗ «Луганський національний університет імені Тараса Шевченка»,
м. Полтава, Україна

AGRITECH ТА ЦИФРОВІЗАЦІЯ ЯК КЛЮЧОВІ ДРАЙВЕРИ УКРАЇНСЬКОГО АПК ДО ЄВРОПЕЙСЬКОГО РИНКУ В УМОВАХ ВІЙНИ

Агропродовольчий комплекс (АПК) України залишається основою економічної стабільності країни, забезпечуючи понад 40 % валютної виручки від експорту товарів [1]. Повномасштабна війна, що триває з 2022 року, створила безпрецедентні виклики для сектору: руйнування логістичної інфраструктури, мінування сільськогосподарських земель, обмежений доступ до ресурсів, нестабільність енергопостачання та багато інших. Попри це, європейська інтеграція залишається стратегічним пріоритетом для України, що вимагає відповідності високим стандартам ЄС у сфері якості та безпеки продукції. За даними Продовольчої та сільськогосподарської організації ООН (FAO), «цифрові технології в сільському господарстві вже не є опцією; вони є необхідністю для забезпечення конкурентоспроможності та сталого розвитку» [2].

Цифрова трансформація АПК у глобальному масштабі набуває особливого значення в умовах конфліктів, де традиційні методи стають ризикованими або неможливими. За оцінками

ЗМІСТ
**СЕКЦІЯ 5. ТРЕНДИ РОЗВИТКУ DIGITAL-
МАРКЕТИНГОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ В
АГРОПРОДОВОЛЬЧІЙ СФЕРІ В ІНТЕГРАЦІЙНИХ
ПЕРСПЕКТИВАХ**

| | |
|--|----|
| <i>O. Galych</i> STATE SUPPORT TO THE AGRICULTURAL SECTOR IN CONDITIONS OF MARTIAL STATE..... | 4 |
| <i>O. Karpenko, I. Karpenko</i> SUSTAINABLE MARKETING AS THE BASIS FOR BUILDING RELATIONSHIPS WITH CONSUMERS IN THE CONTEXT OF DIGITALIZATION..... | 6 |
| <i>R. Protas, Y. Ponochovnyi</i> ECONOMIC ASSESSMENT OF THE EFFICIENCY OF CRM SYSTEMS WITH BIG DATA INTEGRATION..... | 8 |
| <i>Anna Sobczyk-Kolbuch, Małgorzata Ruprich, Olena Trokhymets</i> EMERGING TRENDS IN DIGITAL MARKETING TECHNOLOGIES FOR THE AGRI-FOOD SECTOR: AN INTEGRATIVE PERSPECTIVE..... | 12 |
| <i>A. Безніщенко, М. Сисюк</i> СУТНІСТЬ ТА РОЛЬ МОТИВАЦІЙНОГО МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА..... | 16 |
| <i>О. Вдовиченко</i> ЕКСПОРТНИЙ ПОТЕНЦІАЛ АГРАРНОГО СЕКТОРУ УКРАЇНИ: ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ..... | 18 |
| <i>Т. Воронько-Невіднича, А. Герасько, В. Ярош</i> РОЗВИТОК ТА ІМПЛЕМЕНТАЦІЯ DIGITAL- МАРКЕТИНГОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ В АГРОПРОДОВОЛЬЧІЙ СФЕРІ..... | 21 |