

Міністерство освіти і науки України
Одеський державний аграрний університет
Вроцлавський економічний університет (Республіка Польща)
Комратський державний університет (Республіка Молдова)
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



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

**Збірник матеріалів I Міжнародної науково-практичної
конференції**

(1 листопада 2023 року)

Одеса 2023

УДК 339.9:364

Браславські читання. Економіка XXI століття: національний та глобальний виміри: Збірник матеріалів I Міжнародної наукової-практичної конференції, 1 листопада 2023 року. Одеса, ОДАУ. 2023. 289 с.

У збірнику розглянуто питання щодо розвитку економіки України, де висвітлені теоретичні, методичні та прикладні аспекти стосовно економічних відносин в аграрній сфері. Визначені пріоритети та наведені конкретні напрями для вирішення актуальних проблем розвитку галузі, з урахуванням досвіду як національного, так і зарубіжного рівнів. Також подані рекомендації з удосконалення бухгалтерського обліку, аудиту, менеджменту, управління маркетинговою та логістичною діяльністю підприємств, організації виробництва та впровадження сучасних технологій, розвитку персоналу та стимулювання праці.

Розраховано на науковців, економістів, спеціалістів та фахівців економічного профілю, викладачів, аспірантів, здобувачів закладів вищої освіти.

Рекомендовано до друку рішенням науково-методичної ради Одеського державного аграрного університету протокол №6 від «30» листопада 2023 року.

Редакційна колегія:

Мацієвич Т.О., к.е.н., доцент, в.о. декана факультету економіки та управління ОДАУ (голова ред.колегії)

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

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

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

Шабатура Т.С., д.е.н., професор, зав. кафедри економічної теорії та економіки підприємства ОДАУ

Ревуцька А.О., к.е.н., доцент кафедри економіки Уманський національний університет садівництва

Найда А.В., к.е.н., доцент (відповідальний секретар)

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

НАУКОВО-ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ КОМІТЕТ КОНФЕРЕНЦІЇ

- МАЦІЄВИЧ Т.О.** голова оргкомітету, кандидат економічних наук, доцент, в. о. декана факультету економіки та управління, Одеський державний аграрний університет;
- ДОГА В.С.** доктор хабілітат економічних наук, професор, академік НААН України з іноземним статусом, головний науковий співробітник, координатор, Національний інститут економічних досліджень, Республіка Молдова;
- ZIELIŃSKA A.** profesor doktor habilitowany, doktor honoris causa, Wrocław University of Economics, Poland;
- PACZOSKI P.** Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu, dr h.c., radny Rady Miejskiej Jeleniej Góry
- ПАРМАКЛІ Д.М.** доктор хабілітат економічних наук, професор Комратського державного університету, Лауреат національної премії Республіки Молдова з економіки (2017), керівник науково-дослідного центру «Прогрес» Комратського державного університету, Республіка Молдова;
- БЕЗДУШНА Ю.С.** доктор економічних наук, старший науковий співробітник, завідувач відділу обліку та оподаткування, Національний науковий центр «Інститут аграрної економіки»
- БАЛАНЮК І.Ф.** доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри обліку і аудиту, Прикарпатський національний університет ім. Василя Стефаника;
- НАЗАРЕНКО О.В.** доктор економічних наук, професор, професор кафедри обліку і оподаткування, Сумський національний аграрний університет
- СУЩЕНКО О.М.** доктор економічних наук, професор, професор кафедри інноваційних бізнес-технологій кафедри фінансів Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана. Науковий співробітник Центру дослідження довкілля імені Гельмгольца (Німеччина)
- ЗОСЬ-КІОР М.В.** доктор економічних наук, професор кафедри менеджменту ім. І.А. Маркіної, Полтавський державний аграрний університет, Україна;
- КРЮКОВА І.О.** доктор економічних наук, професор, зав. кафедри обліку і оподаткування, Одеський державний аграрний університет;
- ЗАПША Г.М.** доктор економічних наук, професор, зав. кафедри менеджменту, Одеський державний аграрний університет;
- ШАБАТУРА Т.С.** доктор економічних наук, професор, зав. кафедри економічної теорії та економіки підприємства, Одеський державний аграрний університет;
- НАЙДА А.В.** **заступник голови**, кандидат економічних наук, доцент кафедри обліку і оподаткування, Одеський державний аграрний університет.

Пам'ятна записка



Наша конференція пов'язана з ім'ям видатного вченого-економіста, заслуженого діяча науки УРСР, який і став першим деканом економічного факультету.

Матвій Овсійович Брасланець народився 28 грудня 1906 р. в селі Могильово, Царичанського району, Дніпропетровської області. Батьки його були селянами.

Видатний науковець у галузі агроекономічної науки, Матвій Овсійович Брасланець першим серед економістів-аграрників країни застосував економіко-математичні методи і електронно-обчислювальну техніку в економічних дослідженнях у сільському господарстві. У монографії «Економіко-математичні методи в організації і плануванні сільськогосподарського виробництва» професор Брасланець М. О. запропонував оригінальні економіко-математичні моделі внутрішньогосподарського та галузевого аналізу і планування, актуальність яких для вирішення економічних проблем агропродовольчої сфери України існує донині, особливо зростає в умовах сучасного ведення аграрного бізнесу.

Авторитет М. О. Браславця як ученого значно зріс у зв'язку зі створенням наукової школи в аграрній економічній науці. Під його керівництвом проводилися численні дослідження, було захищено 67 кандидатських і 9 докторських дисертацій. Завдяки завзяттю і наполегливості Матвія Овсійовича у 1966 р. на факультеті розпочато підготовку економістів-математиків, а в 1970 р. відкрито факультет економічної кібернетики (ФЕК), єдиний серед ВНЗ Міністерства сільського господарства СРСР.

Невтомний ентузіаст і вчений-педагог, піонер економіко-математичного напрямку в агрономічній науці, він в 1965 р. створив першу серед сільськогосподарських ВУЗів СРСР кафедру економічної кібернетики, якою завідував і на якій працював до останніх днів свого життя – по 1976 рік.

пошкоджень. Випуск 2 від 10.11.2022. URL: <https://minagro.gov.ua/storage/app/sites/1/uploaded-files/damagesreport...>

2. Огляд непрямих втрат від війни в сільському господарстві України. В 2, 10 листопада 2022. Випуск 2 від 10.11.2022. URL: <https://minagro.gov.ua/storage/app/sites/1/uploaded-files/lossesreporti...>

3. Громов О. Наповнюють бюджет і годують. *Урядовий кур'єр* від 20.12.2022. URL: <https://ukurier.gov.ua/uk/articles/napovnyuyut-byudzheth-i-goduyut/>

4. Висоцький Т. Окупанти крадуть в українських аграріїв зернові, олію, овочі та сільгосптехніку. Опубліковано 13.05.2022. URL: <https://minagro.gov.ua/news/visockij-okupanti-kradut-v-ukrayinskih-agra>

5. Дадус О. Збитки від загибелі тварин та пошкодження тваринницьких ферм становлять приблизно 2 млрд. гривень. Опубліковано 11.11.2022. URL: <https://minagro.gov.ua/news/zbitki-vid-zagibeli-tvarin-ta-poshkodzhenny>

Мохненко А.С.,

*д.е.н., професор, професор кафедри фінансів, обліку та підприємництва
Херсонський державний університет
м. Херсон, Україна*

Антонов Р.А.,

*аспірант кафедри економіки, менеджменту та адміністрування
Херсонський державний університет
м. Херсон, Україна*

Чмут О.О.,

*аспірант кафедри економіки, менеджменту та адміністрування
Херсонський державний університет
м. Херсон, Україна*

МАРКЕТИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Сучасні підприємства все більше акцентують увагу на створенні програм для сталого розвитку. Це важливо через те, що орієнтація діяльності підприємств на принципах економічної, соціальної та екологічної стійкості дозволяє підприємству отримувати значні конкурентні переваги на ринку і сприяти заходам щодо покращення та збереження ресурсів для наступних поколінь [5, С. 16].

Сталий розвиток підприємства (Sustainable Development) – це стратегічний підхід до управління підприємством, який поєднує економічну прибутковість, соціальну відповідальність та дбайливе ставлення до навколишнього середовища. Цей підхід спрямований на створення ефективних бізнес-моделей, які не тільки генерують прибуток, але і сприяють довгостроковому благополуччю суспільства і збереженню природних ресурсів.

Маркетинг відіграє важливу роль у забезпеченні сталого розвитку

підприємства. Стале розвиток передбачає здатність підприємства функціонувати на тривалий термін, забезпечуючи економічний успіх, сприяючи соціальній відповідальності та зменшенню негативного впливу на навколишнє середовище [2, С. 136].

Маркетинг впливає на сталий розвиток підприємства наступними способами:

1. Сприяння інноваціям: Маркетинг допомагає ідентифікувати нові можливості на ринку та потреби споживачів. Це важливо для розвитку інноваційних продуктів та послуг, які можуть забезпечити конкурентні переваги та сталий розвиток підприємства [1, С. 281].

2. Залучення клієнтів та збільшення відданості: Маркетинг допомагає залучати нових клієнтів та підтримувати відданість існуючих. Це забезпечує стабільний потік прибутку та підвищує лояльність споживачів [3, С. 20].

3. Ринкова адаптація: Маркетинг дозволяє підприємству адаптуватися до змін на ринку, таких як зміни в попиті, технології, конкуренція тощо. Це дозволяє підприємству залишатися життєздатним у змінному середовищі.

4. Споживча освіта: Маркетинг може грати роль у підвищенні свідомості споживачів щодо сталої споживчої поведінки та виробництва. Інформування споживачів про вплив продуктів на навколишнє середовище може сприяти зміні їхніх виборів.

5. Спільнота та соціальна відповідальність: Сприяючи соціальній відповідальності і взаємодії зі спільнотами, маркетинг допомагає підприємству будувати позитивний імідж і сприяти сталому розвитку на місцевому та глобальному рівнях.

6. Зменшення відходів та ресурсозбереження: Маркетинг може спонукати підприємство до оптимізації процесів виробництва та зменшення відходів, що сприяє сталому використанню ресурсів [4, С. 13].

7. Визначення цілей сталості: Маркетинг допомагає підприємству визначити цілі сталого розвитку та створити стратегії для досягнення цих цілей.

Сталий розвиток підприємства відіграє ключову роль у сучасному бізнесі, оскільки сприяє підтримці довгострокової конкурентоспроможності та сприяє більш стійкому та відповідальному бізнес-підходу в умовах зростаючих вимог щодо соціальної та екологічної відповідальності.

Маркетинг важливий для того, щоб підприємство було успішним на довгостроковій основі, забезпечуючи при цьому економічний, соціальний та екологічний розвиток.

Література:

1. Мохненко А.С. Organizational and economic mechanism for the development of an enterprise in the IT-sphere. Стратегічні пріоритети розвитку економіки, менеджменту, сфери обслуговування та права в умовах інтеграційних процесів: збірник тез та доповідей Міжнародної науково-практичної конференції (м. Івано-Франківськ, 03-04 листопада 2022 р.). Івано-Франківськ, 2022. С. 281-282.

2. Мохненко А.С. Маркетинг як інструмент ефективного функціонування логістичної системи підприємства. Маркетинг у підприємстві, біржовий

діяльності та торгівлі в smart-суспільстві: управлінський, інноваційний та методичний виміри: колективна монографія. Львів, 2023. С. 136–160.

3. Мохненко А.С. Модель організаційно-економічного механізму логістичної системи підприємства. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія "Економічні науки". Херсон, 2023. №48. С. 19–24.

4. Мохненко А.С. Організаційно-економічний механізм управління конкурентоспроможністю підприємства. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія "Економічні науки". Херсон, 2023. №49. С. 11–17.

5. Мохненко А.С. Теоретичні, методологічні та практичні аспекти конкурентоспроможного розвитку підприємств регіону: звіт про науково-дослідну роботу. Херсон. ХДУ, 2023. 229 с.

6. Мохненко А.С. Маркетингу як інструмент управління персоналом підприємств готельної сфери / Маркетингові та організаційні механізми повоєнного розвитку галузі гостинності та туризму України: I Всеукр. наук.–практ. конф. (м. Харків, 14-15 листопада 2023 року). Харків, 2023. С. 87-90.

7. Мохненко А.С. Класифікація факторів управління конкурентоспроможністю продукції підприємства / Сучасні проблеми менеджменту: XIX міжнар. наук.–практ. конф. (м. Київ, 20 жовтня 2023 р.). Київ: НАУ, 2023. С. 91-92.

8. Мохненко А.С. Моделі управління людськими ресурсами підприємства / А.С. Мохненко, Р.А. Антонов // Актуальні проблеми менеджменту: теоретичні і практичні аспекти: міжнар. наук.-практ. конф. (м. Одеса, 28-29 вересня 2023 р.). Одеса, 2023. С. 179-180.

9. Мохненко А.С. Формування інноваційної стратегії розвитку підприємства / Економіка підприємства: сучасні проблеми теорії та практики: міжнар. наук.-практ. конф. (м. Одеса, 8 вересня 2023 р.). Одеса, 2023. С. 251-252.

Новицька А.Є

*здобувач факультету економіки та управління
Київського університету імені Бориса Грінченка
м. Київ, Україна*

Васечко Л.І

*к.е.н, доцент
Київського університету імені Бориса Грінченка
м. Київ, Україна*

РОЛЬ МАРКЕТИНГУ НА СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ ЯК ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ

Важливість будь-якого бізнесу полягає в отриманні прибутку або одержанні соціального ефекту. За словами Левенталю, ринкова стратегія дозволяє компанії отримати більше знань і розуміння свого цільового ринку. Цей метод значно підвищує ефективність усіх видів діяльності, які можуть вплинути на цінність споживача, впливає як на повернення інвестицій, так і на прибутковість. Успіх організації ґрунтується на чистій репутації, яка потім відображає та створює впізнаваність бренду її продуктів і послуг.

Кучмійова Т.С., Григор'єв Д.В. СТАРТАПОВИЙ МАРКЕТИНГ: КЛЮЧ ДО СТАЛОГО РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ	54
Ларін О.М., Шевченко В.С. УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ ПІДВИЩЕННЯ ПРОФЕСІЙНОЇ КВАЛІФІКАЦІЇ ТА ПРОСУВАННЯ СПІВРОБІТНИКІВ БУДІВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА	57
Мартус Н.Д., Мацієвич Т.О. АНАЛІЗ ФАКТОРІВ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА АГРАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ	60
Мохненко А.С., Антонов Р.А., Чмут О.О. МАРКЕТИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА	64
Новицька А.Є., Васечко Л.І. РОЛЬ МАРКЕТИНГУ НА СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ ЯК ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ	66
Павлій О.В. ВПЛИВ ОПОРУ ЗМІНАМ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ ЇХ РЕАЛІЗАЦІЇ НА ПІДПРИЄМСТВІ	68
Проценко Д.Є., Олексієнко Р.Ю. ЩОДО ВАЖЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ В СУЧАСНОМУ БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩІ	71
Рибалко-Рак Л.А., Морозов М.В., Гордівський М.В. ОРГАНІЗАЦІЙНІ АСПЕКТИ ПІДГОТОВКИ ВНУТРІШНІХ АУДИТОРІВ ДЛЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА	74
Рудов І.І., Дзеверіна К.С. ЕТИЧНЕ ІНВЕСТУВАННЯ ЯК ЧИННИК СТАЛОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ	76
Сахацький М.П., Чернов М.Г., Старчиков А.С. РОЗВИТОК РИНКУ ЗЕМЛІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПРИЗНАЧЕННЯ В УМОВАХ ВІЙНИ ТА ПОВОЄННИЙ ПЕРІОД	78
Семенюк А.В., Забунов Ю.П., Запша Г.М. ТЕОРЕТИКО-ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА	81