

**Міністерство освіти і науки України**  
**Навчально-науковий інститут фінансів, економіки, управління та права**  
**Національного університету**  
**«Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка» (Україна)**  
**Національна школа публічного адміністрування (Канада)**  
**Варненський вільний університет Чорноризця Храбра (Болгарія)**  
**Гентський університет (Бельгія)**  
**Балтійська міжнародна академія (Латвія)**  
**Міжнародний науково-освітній та навчальний центр (Естонія)**  
**Покров Чехінвест s.r.o. (Чеська Республіка)**  
**Київський національний університет імені Тараса Шевченка (Україна)**  
**Національний технічний університет України**  
**«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського» (Україна)**  
**Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна (Україна)**  
**Київський національний університет будівництва та архітектури (Україна)**  
**Державний торговельно-економічний Університет (Україна)**  
**Сумський державний університет (Україна)**  
**Львівський державний університет фізичної культури**  
**імені Івана Боберського (Україна)**  
**Ужгородський національний університет (Україна)**  
**Державна установа «Інститут економіки та прогнозування Національної**  
**академії наук України» (Україна)**  
**Державна установа «Інститут демографії та проблем якості життя**  
**Національної академії наук України» (Україна)**  
**Українська асоціація з розвитку менеджменту та бізнес-освіти (Україна)**  
**Полтавське територіальне відділення Всеукраїнської професійної громадської**  
**організації «Співка аудиторів України» (Україна)**  
**Торгово-промислова палата України (Україна)**



## **ЗБІРНИК**

# **III Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції «СТАЛИЙ РОЗВИТОК: ВИКЛИКИ ТА ЗАГРОЗИ В УМОВАХ СУЧАСНИХ РЕАЛІЙ»**



With the support of the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

**05 червня 2025 року**

**ПОЛТАВА**

**Ministry of Education and Science of Ukraine  
National University «Yuri Kondratyuk Poltava Polytechnic»  
Educational and Research Institute of Finance, Economy, Management and Law  
(Ukraine)  
National School of Public Administration (Canada)  
Varna Free University «Chernorizets Hrabar» (Bulgaria)  
Ghent University (Belgium)  
Baltic International Academy (Latvia)  
The International Research Education & Training Center (Estonia)  
Pokrov Czechinvest s.r.o. (Czech Republic)  
Taras Shevchenko National University of Kyiv (Ukraine)  
National Technical University of Ukraine «Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute»  
(Ukraine)  
V. N. Karazin Kharkiv National University (Ukraine)  
Kyiv National University of Construction and Architecture (Ukraine)  
State University Of Trade And Economics  
Sumy State University (Ukraine)  
Lviv State University of Physical Culture named after Ivan Bobersky (Ukraine)  
Uzhhorod National University (Ukraine)  
Public Institution «Institute for Economics and Forecasting of the National Academy  
of Sciences of Ukraine» (Ukraine)  
Public Institution «Institute for Demography and Quality of Life of the National  
Academy of Sciences of Ukraine» (Ukraine)  
Ukrainian Association for Management Development and Business Education  
(Ukraine)  
Poltava Territorial Branch of the All-Ukrainian Professional NGO «Union of Auditors  
of Ukraine» (Ukraine)  
Ukrainian Chamber of Commerce and Industry (Ukraine)**

## **COLLECTION**

### **III International Scientific and Practical Internet Conference**

#### **«SUSTAINABLE DEVELOPMENT: CHALLENGES AND THREATS IN CONDITIONS OF MODERN REALITIES»**

**June 05, 2025**



With the support of the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

**Poltava**

УДК 330.34-021.87”363”:342.77  
С 76

Розповсюдження та тиражування без офіційного дозволу  
Національного університету імені Юрія Кондратюка заборонено

**Редакційна колегія:**

Онищенко С.В., д.е.н., професор;  
Крекотень І.М., к.е.н., доцент;  
Глебова А.О., к.е.н., доцент;  
Глушко А.Д., к.е.н., доцент;  
Гришко В.В., д.е.н., професор;  
Карпенко Є.А., к.е.н., доцент;  
Кульчій І.О., канд. держ. упр, доцент;  
Птащенко Л.О., д.е.н., професор;  
Свистун Л.А., к.е.н., доцент;  
Чижевська М.Б., к.е.н., доцент;  
Чичкало-Кондрацька І.Б., д.е.н., професор.

**Сталий розвиток: виклики та загрози в умовах сучасних реалій** : матеріали  
С 76 III Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції, 05 червня 2025 р. – Полтава :  
Національний університет імені Юрія Кондратюка, 2025. – 387 с.

У збірнику матеріалів Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції розглянуто теоретичні, методологічні й практичні аспекти, виклики та загрози розвитку суб’єктів господарювання та держави в умовах сучасних реалій.

Досліджено теоретичні та практичні аспекти співпраці влади, менеджменту підприємства та громадських інституцій у контексті цілей сталого розвитку. Визначено проблеми та перспективи стабілізації фінансової системи як умова євроінтеграції України. Висвітлено сучасний стан та перспективи розвитку міжнародної економічної діяльності України. Досліджено особливості бухгалтерського обліку, аудиту, контролю й оподаткування суб’єктів господарювання в умовах сучасних реалій, а також окреслено перспективи соціально-економічного розвитку країни в контексті євроінтеграції.

Збірник розраховано на фахівців із фінансів, економіки та менеджменту, працівників органів державної влади й місцевого самоврядування, науковців, викладачів, аспірантів і студентів.

УДК 330.34-021.87”363”:342.77  
С 76

*Матеріали друкуються мовою оригіналів.  
За виклад, зміст і достовірність матеріалів відповідають автори*

ISBN 978-966-616-186-7

© Національний університет  
«Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»

Азаров А.В., Чайка Д.В.

Науковий керівник – Левченко І.В., доктор філософії, доцент  
Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»  
(м. Полтава, Україна)

## УПРАВЛІННЯ ПРОСУВАННЯМ ПРОДУКЦІЇ ПРОДОВОЛЬЧОГО ПРИЗНАЧЕННЯ

Сучасний ринок продовольчої продукції вимагає комплексного підходу до просування товарів. Управління просуванням – це процес розробки, впровадження та моніторингу маркетингових стратегій, спрямованих на забезпечення впізнаваності бренду, залучення нових клієнтів та підтримання лояльності існуючих споживачів. В основі цього процесу лежать розуміння потреб цільової аудиторії, конкурентоспроможність продукту та адаптація маркетингових інструментів до специфіки продовольчого ринку [1].

Основні компоненти управління просуванням [1-3]:

Аналіз ринку та визначення цільової аудиторії. Для успішного просування продукції спочатку необхідно провести детальний аналіз ринку, дослідити поведінку споживачів, виявити конкурентів та зрозуміти поточні тенденції. Чітке визначення цільової аудиторії дозволяє адаптувати повідомлення, підібрати відповідні канали комунікації і розробити унікальні торговельні пропозиції. Розробка маркетингової стратегії. Маркетингова стратегія має включати: визначення ключових повідомлень, що акцентують якість, безпеку та користь продукції для здоров'я; вибір каналів просування (телевізійна реклама, соціальні мережі, PR-кампанії, участь у виставках та дегустаціях); планування рекламного бюджету та графіку заходів; використання традиційних та цифрових каналів комунікації

Зважаючи на сучасні тренди, продуктивне просування включає як традиційні методи (ПР, друкована реклама), так і сучасні цифрові інструменти: соціальні мережі, де можна оперативіно спілкуватися з аудиторією та отримувати зворотний зв'язок. Веб-сайти та блоги з інформацією про користь і способи вживання продукції. Співпраця з лідерами думок та блогерами, що можуть підсилити довіру до бренду.

Після впровадження маркетингових заходів важливо аналізувати результати: Використання ключових показників ефективності (KPI) дозволяє відслідковувати динаміку продажів, впізнаваність бренду та рівень взаємодії із споживачами. Регулярний аналіз ринку допомагає вчасно коригувати стратегію та реагувати на зміни в поведінці аудиторії. Зворотній зв'язок від клієнтів сприяє вдосконаленню продукту та процесів просування [3].

Ефективне управління просуванням продукції продовольчого призначення базується на комплексному підході, який враховує особливості ринку, потреби споживачів та сучасні тенденції в цифрових комунікаціях. Важливо постійно вдосконалювати стратегії, експериментувати з новими формами взаємодії з аудиторією та підтримувати високу якість як самого продукту, так і рекламних повідомлень. Такий підхід сприятиме довготривалому успіху бренду та задоволенню споживачів.

### Список використаних джерел

1. Новицька І.В. Scientific and theoretical approach to the management of organic products promotion / І.В. Новицька // Економіка і регіон. 2021. № 3 (82). С. 84-90.
2. Новицька, І. В. (1). ОСНОВНІ МЕТОДИКИ ТА ОСОБЛИВОСТІ СИСТЕМИ ПРОСУВАННЯ ОРГАНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ. *Економічний простір*, (159), 92-96. <https://doi.org/10.32782/2224-6282/159-19>.
3. Лагодієнко В. В., Басюркіна Н. Й., Савченко Т. В. Стратегія та механізми просування товарів у системі маркетингу агропродовольчих підприємств. Актуальні проблеми інноваційної економіки та права. 2023. № 1-2, С. 59-64.