

# АСПЕКТИ СТАБІЛЬНОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ

МАТЕРІАЛИ XVII МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ  
26 ТРАВНЯ 2022 Р.



**УДК 330(063)**

**A90**

*Рекомендовано до друку вченою радою Уманського національного університету садівництва (протокол №1 від 31.01.2022 року)*

**Редакційна колегія:**

О. О. Непочатенко – доктор економічних наук (відповідальний редактор);  
Ю. О. Нестерчук – доктор економічних наук (заступник відповідального редактора);  
М.І. Мальований – доктор економічних наук;  
Л. Ю. Мельник – доктор економічних наук;  
С. Ю. Соколюк – доктор економічних наук;  
О. Г. Пенькова – доктор економічних наук;  
Р. П. Мудрак – доктор економічних наук;  
О. Т. Прокопчук – доктор економічних наук;  
Ю. В. Улянич – кандидат економічних наук (відповідальний секретар).

*Автори вміщених матеріалів висловлюють свою думку,  
яка не завжди збігається з позицією редакції.*

**A90** **Аспекти** стабільного розвитку економіки в умовах ринкових відносин, матеріали XVII Міжнародної науково-практичної конференції. 26 травня 2022 р. Умань : 2022. 221с..

**ISBN 978-966-304-263-3**

Збірник містить доповіді викладачів та вчених, які були розглянуті на XVII Міжнародній науково-практичній конференції «Аспекти стабільного розвитку економіки», що відбулася 26 травня 2022 року в м. Умань. У наукових матеріалах висвітлюються питання стабільного розвитку економіки в умовах ринкових відносин.

Розраховано на аспірантів, викладачів, наукових співробітників та фахівців, які займаються питаннями розвитку економіки.

**УДК 330(063)**

**ISBN 978-966-304-263-3**

**©Уманський національний університет садівництва, 2022**

## ЗМІСТ

### **СЕКЦІЯ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ФІНАНСОВОЇ СИСТЕМИ**

<i>Didkovska L.I.</i> Financial state support for irrigation development	7
<i>Разумова Г.В., Гузь І.І.</i> Особливості бюджетної політики України на сучасному етапі розвитку	9
<i>Бондаренко Н.В., Касянчук М.В.</i> Інтернет-технології: їх роль та місце у розвитку системи банківських послуг	11
<i>Гузар Б.С.</i> Фінансовий контролінг в системі управління суб'єктами господарювання	13
<i>Мельник К.М.</i> Фінансова безпека вітчизняних банків України в умовах воєнного стану	15
<i>Булах І.І.</i> Фінансова система України як складова інституційних перетворень економіки	18
<i>Колотуха С.М.</i> Реформування системи кредитних відносин в аграрному секторі економіки	20
<i>Переполка В.Ю.</i> Формування стратегії забезпечення фінансовими ресурсами сільськогосподарських підприємств.	23
<i>Барабаш Л.В.</i> Пріоритети розвитку України у до-та післявоєнний період: податковий аспект	25
<i>Власюк С.А., Цимбалюк Ю.А., Ролінський О.В.</i> Фінансово-кредитна політика в аграрній сфері	27
<i>Єрмоленко О.А., Лисьонкова Н.М.</i> Проблема етичності штучного інтелекту в умовах цифрової трансформації економіки	29
<i>Тулуш Л.Д., Радченко О.Д.</i> Бюджетне фінансування розвитку садівництва України	31
<i>Мудрак Р.П.</i> Інфляційні процеси в економіці України	33
<i>Пташник С.А.</i> Місцеві бюджети під час війни	35
<i>Власюк С.А., Заярна В.О.</i> Особливості страхового ринку в Україні	37
<i>Власюк С.А., Хомутовська Д.А.</i> Розвиток агрострахування в сучасних умовах	41
<i>Власюк С.А., Катеринич А.М.</i> Особливості страхування вантажоперевезень в сучасних умовах	44
<i>Власюк С.А., Андрусішина Т.В.</i> Особливості туристичного страхування в сучасних умовах	47
<i>Боровік Л.В.</i> Цифрова трансформація економіки України	52
<i>Мальований М.І., Лиса Н.В., Улянич Ю.В.</i> Інноваційний характер автотранспортного страхування	54
<i>Непочатенко О.О., Прокопчук О.Т.</i> Сучасні виклики страхового бізнесу	56

### **СЕКЦІЯ 2. РОЛЬ ТА МІСЦЕ МАРКЕТИНГУ ТА МЕНЕДЖМЕНТУ В ЕФЕКТИВНОМУ ФУНКЦІОНУВАННІ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

<i>Корман І.І.</i> Проблеми та перспективи українського ринку риби в умовах війни	59
<i>Лементовська В.А.</i> Маркетинг соціальних мереж – ефективний інструмент маркетингових комунікацій	61
<i>Makushok O.V.</i> Digital marketing as the basis of modern business	63
<i>Пенькова О.Г.</i> Тенденції коригування маркетингових стратегій міжнародних компаній на ринку рф в умовах російсько-української війни	65
<i>Семенда О.В.</i> Поведінка споживачів в digital-середовищі	67

<i>Харенко А.О.</i> Трансформація вітчизняних логістичних потоків на ринку зерна в умовах війни з РФ	69
<i>Ревуцька А.О., Дибенко Г.І.</i> стратегічне управління в Україні особливості розвитку та ефективність	72
<i>Буфан А.М., Бей Г.В.</i> Ефективність ІТ-менеджменту в умовах діджиталізації: виклики і напрями підвищення	74
<i>Кравчук К.О.</i> Проблеми та перспективи управління інноваційною діяльністю українських підприємств	76
<i>Молдаван Л.В.</i> Раціональна побудова каналів розподілу продукції та управління товарорухом на кооперативних принципах	79
<i>Бугріменко Р. М.</i> Перспективи інфраструктурного розвитку роздрібної торгівлі	82
<i>Грецька Н. А.</i> Організація маркетингу та логістики зернових культур в Канаді	84
<i>Бакланська Ю.С.</i> Стратегічний набір як запорука розвитку підприємства	87
<i>Білоус П.В.</i> Менеджмент приватних освітніх центрів у період пандемії та військового стану	89
<i>Удова Л.О.</i> Органічні продукти у харчуванні дітей	91
<i>Кобелева А.В., Перерва П.Г.</i> Розробка процесу комерціалізації технологій	93
<i>Косенко А.В., Перерва П.Г.</i> Фактори ефективності міжнародного трансферу технологій	96
<i>Маслак М.В., Перерва П.Г.</i> Управління процесами створення інтелектуальної власності на підприємстві	99
<i>Черничко Т.В., Рибчак В.І.</i> Державна стратегія розвитку підприємств малого та середнього бізнесу в Україні	101
<i>Nataliia Blenda, Inna Cherneha.</i> Features of determining the structure of the food complex in order to ensure its balanced and effective development	104
<i>Галянт А.М.</i> Планування діяльності підприємства	106
<i>Грамотович Ю.В., Гудзь В.С.</i> Роль лідера в успішному функціонуванні сучасної організації	109
<b>СЕКЦІЯ 3. СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІКИ</b>	
<i>Шубравська О.В.</i> Український агропродовольчий експорт: ризики воєнного періоду	111
<i>Завгородня С.П.</i> Забезпечення доступності енергії для населення: моніторинг досягнення цілі 7. Доступна та чиста енергія серед глобальних цілей сталого розвитку	113
<i>Raweł Kaczmarczyk.</i> Analysis of the development of double play services on the polish telecommunications market In the years 2017-2020.	115
<i>Смолій Л.В.</i> Роль лібералізації зовнішньоторговельної політики ЄС у відновленні економіки України	117
<i>Бойко В.О.</i> Аналіз тенденцій на міжнародному ринку послуг	119
<i>Васильців Т.Г., Левицька О.О.</i> Розвиток ринку праці та економічне зростання: теоретико-концептуальні моделі взаємозв'язку	121
<i>Кобелева Т.О., Новік І.О., Перерва П.Г.</i> Особливості ціноутворення на експортну продукцію	123
<i>Ткачова Н.П., Кобелев В.М., Перерва П.Г.</i> Сили притягання і поштовху міжнародного маркетингу	126
<i>Eugeniusz Kwiatkowski, Agnieszka Krzetowska.</i> JAKOŚCIOWE CZYNNIKI ROZWOJU GOSPODARCZEGO POLSKICH WOJEWÓDZTW W LATACH 2010-202	128
<i>Будякова О.Ю.</i> Біоекономіка: аспекти стабільного розвитку	130
<i>Прокопенко К.О.</i> Законодавство ЄС щодо органічного виробництва: можливості	132

для вітчизняних виробників	
<i>Костюк В.С.</i> Теоретичні основи сталого розвитку сільських територій у контексті сучасної зовнішньої політики України	135
<b>СЕКЦІЯ 4. РОЗВИТОК ФІНАНСОВО-ОБЛІКОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ</b>	
<i>Жарун О.В., Уланчук В.С.</i> Сучасні проблеми розвитку підприємництва	137
<i>Vechko V. P.</i> The principle of justice as a determinant of modern taxation of agricultural production entities	139
<i>Горященко Ю.Г.</i> Фінансові аспекти інноваційного розвитку підприємництва: виклики та можливості	142
<i>Mykhailovyna S.O.</i> Problematic aspects of accounting for supply and sales activities of industrial enterprises	143
<i>Аніщенко Г.Ю.</i> Проблеми ідентифікації та відображення у бухгалтерському обліку додаткового блага	145
<i>Поліщук О.М.</i> Обліково-інформаційне забезпечення управління фінансовою політикою підприємства	147
<i>Матрос О.М.</i> Можливості сrm-системи для бізнесу в соціальних медіа	149
<i>Кучеренко Т.Є.</i> Сучасні наративи оцінки в обліку	151
<i>Крочак О.І.</i> Особливості розробки облікової політики підприємства	153
<i>Мельниченко М.В., Аксьонов В.В., Халявка В.В.</i> Удосконалення механізму управління витратами машинно – тракторного парку	155
<i>Іванова Н.А.</i> Підвищення якості аудиту: основа МСА	156
<i>Tkachenko Serhii Anatoliiovich, Potyshniak Olena Mykolaivna, Poliakova Yevheniia, Tkachenko Vyacheslav.</i> Increasing reliability, improving the technical level, quality and efficiency of the created and manufactured equipment	158
<i>Тупчий О.С.</i> Обґрунтування концептуальних засад економічного управління підприємством	159
<i>Вороніна М.В.</i> Особливості організації бухгалтерського обліку на підприємстві	162
<i>Нестерчук Ю.О., Соколюк С.Ю.</i> Інноваційна діяльність та ефективність використання фінансових ресурсів аграрних підприємств	163
<i>Веселовська В.О.</i> Ефективність використання оборотних активів у діяльності підприємства	165
<i>Мілько В.С.</i> Вплив тіньової економіки на економічну безпеку підприємства	167
<i>Віхтюк А.С.</i> Фінансова стійкість підприємства: теорія та практика аналізу	169
<i>Ткачук Н.М.</i> Фінансові аспекти інноваційної активності підприємств	172
<b>СЕКЦІЯ 5. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ, ТЕНДЕНЦІЇ, ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ТА ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В КРАЇНІ</b>	
<i>Волченко А.С., Передрій А.Е.Ю., Перерва П.Г.</i> Формування критеріїв сегментування туристичного ринку	175
<i>Матросова В.О., Верютіна В.Ю., Перерва П.Г.</i> Методичні підходи до визначення місткості туристичного ринку	177
<i>Проскурня О.М., Погорєлова Т.О., Перерва П.Г.</i> Економічна ефективність міжнародного туристичного бізнесу	180
<i>Ціватий В.Г.</i> Туристичний бізнес та історико-культурний туризм у сфері міжнародних відносин і міжнародного туризму: український, європейський і світовий досвід культурних і креативних індустрій (інституціональний дискурс)	182
<i>Крушинська А.В.</i> Проблемні аспекти фінансування туристичної галузі на місцевому рівні	185
<b>СЕКЦІЯ 6. СОЦІАЛЬНІ, ІНФОРМАЦІЙНІ, ФІЛОСОФСЬКІ ТА ПОЛІТИЧНІ ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ГРОМАДЯНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА В УКРАЇНІ</b>	
<i>Уланчук В.С., Жарун О.В.</i> Проблемні аспекти розвитку сільського господарства	189

<i>Капінос Г.І., Ларіонова К.Л.</i> Основи формування та реалізації концепції сталого розвитку в Україні	191
<i>Макаренко М.Б., Мусієнко К.О.</i> Моделювання розвитку та життєздатності підприємств іт ринку України	194
<i>Вайда Т.С</i> Ризики та небезпеки смартфонної залежності для здоров'я дітей та підлітків	197
<i>Євстаф'єв С.М.</i> Тенденції використання javascript frameworks	199
<i>Концеба С.М., Ліщук Р.І.</i> Проблеми прогнозування економічних показників методами інтелектуального аналізу даних та шляхи їх вирішення	202
<i>Кучинський В.А., Ткачов М.М., Перерва П. Г.</i> Економіко-правове регулювання процесів діджиталізації на світовому ринку	204
<i>Ліщук Р.І., Концеба С.М., Кулаков П.І.</i> Система радіочастотної ідентифікації рухомих тварин на основі пасивних транспондерів	207
<i>Коротєєв М.А.</i> Міграційні втрати населення внаслідок війни росії проти України	208
<i>Нестерчук Ю.О., Улянич Ю.В., Бутко Н.В.</i> Діджиталізація у соціальному забезпеченні	211
<i>Ткач В.О., Муковіз В.С.</i> Трансакційні витрати та їх вплив на прийняття рішень	213
<b>СЕКЦІЯ 7. ІНТЕРАКТИВНІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА МЕТОДИ НАВЧАННЯ ЯК ЗАСІБ ФОРМУВАННЯ ІНШОМОВНОЇ ПРОФЕСІЙНОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ</b>	
<i>Пономаренко О.В.</i> Формування комунікативних навичок у студентів в контексті інтерактивного вивчення іноземної (англійської) мови	216
<i>Бекас Я.А.</i> Проблеми профорієнтаційної роботи в загальноосвітніх навчальних закладах	218

## МОЖЛИВОСТІ CRM-СИСТЕМИ ДЛЯ БІЗНЕСУ В СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА

**Матрос О.М.,** к.е.н.

Уманський національний університет садівництва

Оптимізація роботи в бізнес-середовищі передбачає застосування сучасних технологій. ІТ-спеціалісти постійно вдосконалюють програмне забезпечення для ефективного вирішення основних завдань бізнесу, прискорення процесів документообігу, ефективного управління підприємством. Хмарні CRM, коробкові і конструкторські технології стають все більш популярні серед підприємців як в малому, так і у великому бізнесі.

Дослідження питань запровадження системи CRM як на міжнародному, так і українському ринку, проблем, які виникають в даній сфері присвячено праці як зарубіжних так і українських науковців. Серед них: Гордієнко Д.О. [1], Козуб М. [2], Кошелєв М., Бурак Н. [3], Марцінковська О. [4], Птащенко О.В. [5], Шпортько Г., Вишневська М. [6], Trainor, J. Andzulis, A. Rapp [7] та інші.

CRM-система - це програмне забезпечення, яке дозволяє автоматизувати і полегшити бізнес-процеси. Сама аббревіатура CRM - скорочення від Customer Relationship Management, що в перекладі - «управління взаємовідносинами з клієнтами».

Ринок CRM з кожним роком зростає і вдосконалюється, а самі системи намагаються встановлювати всі компанії: від маленьких, де 2-5 співробітників, до великих. Звичайно, самі платформи і їх функціональність відрізняються. Але незмінна основа - база клієнтів.

Зберігати інформацію про клієнтів, замовленнях або угодах можна на папірцях, в спеціальному блокноті або Excel і Google таблицях. З останніми навіть можна трохи структурувати роботу і аналізувати дані. Наприклад, зробити вибірку замовників по середньому чеку, статусу виконання або оплати і так далі. Співробітники ведуть файл, доповнюючи його в міру нових операцій та подій. Але, навіть, якщо в компанії маленька кількість співробітників, неможливо уникнути ситуацій, коли хтось помилився, забув або не вважав за потрібне внести інформацію. Буває і так, що база клієнтів може бути скопійована і виведена разом зі звільненням співробітника. Або файл з якоїсь причини пошкодився і немає можливості відновити.

Функціонал CRM-систем, які сьогодні існують на ринку відрізняється. Прості варіанти допоможуть організувати клієнтську базу з соціальних мереж і зберігати основну інформацію. Більш досконалі - можуть інтегруватися з телефонією, складськими або бухгалтерськими системами, електронною поштою, месенджерами та іншим. При цьому робота зводиться до рамок одного вікна в браузері.

Основні завдання складних CRM-систем в сфері соціальних медіа:

- об'єднують клієнтів і дані про них в єдину базу;

- дозволяють збільшувати обсяг продажів, наприклад, за допомогою супутніх товарів;
- фіксують всі дії про угоди, транзакції, телефонні дзвінки та іншу взаємодію з клієнтом;
- дозволяють сегментувати клієнтів за потрібними ознаками;
- автоматизують документообіг і скорочують час на виписку рахунків, накладних тощо;
- обробляють заявки, що надходять, перенаправляючи їх конкретному менеджеру;
- контролюють терміни виконання завдань;
- дозволяють аналізувати завантаженість співробітників, обсяги продажів, кількість замовлень / угод та інших даних;
- показують відповідального за виконання завдання, хто і коли працював з клієнтом / замовником;
- дозволяють зробити sms і email-розсилку;
- відстежують поведінку клієнта на сайті, наприклад, які товари клієнт дивився або відклав у кошик інтернет-магазину, але не оплатив.

Складні і прості CRM програми опрацьовують різний обсяг інформації, але важливою основою обох систем є база клієнтів. Впровадження CRM дає більше можливостей, ніж ведення обліку в Google-Таблицях і Excel.

Використання CRM у соціальних медіа, як правило, є найефективнішим каналом, щоб допомогти компаніям виділитися з-поміж своїх конкурентів, оскільки це дає можливість більш точно й ефективно доносити маркетингові повідомлення в цій цільовій групі клієнтів; і це дозволяє їм покращувати задоволеність клієнтів краще, ніж конкурентам, які не використовують CRM.

#### **Список використаних джерел:**

1. Гордієнко Д.О. Особливості впровадження CRM-систем у діяльність підприємств // Облік, аналіз, аудит та оподаткування: сучасні концепції розвитку [Електронний ресурс]: Зб. матеріалів VII Всеукраїнської науково-практичної студентської конференції; 11 травня 2021 р. К.: КНЕУ, 2021. С. 446-448. URL: [https://kneu.edu.ua/userfiles/Economic\\_Department/ZBIRNUK%20KONFER%2031%2005%2021/ZbD196rnik\\_tez\\_21-5672 .pdf#page=447](https://kneu.edu.ua/userfiles/Economic_Department/ZBIRNUK%20KONFER%2031%2005%2021/ZbD196rnik_tez_21-5672.pdf#page=447).
2. Козуб М. Впровадження системи маркетингу взаємовідносин на основі CRM //ББК 65.290-2 я 43. 2021. С. 216. URL: <http://www.vtei.com.ua/doc/2021/26102021/1.pdf#page=216>.
3. Кошелєв М., Бурак Н. Огляд особливостей сучасної CRM системи Salesforce: дис. – Львівський державний університет безпеки життєдіяльності, 2021. URL: <https://sci.ldubgd.edu.ua/bitstream/123456789/9278/1/Kosheliev.pdf>.
4. Марцінковська О. Організаційні аспекти впровадження CRM-систем у діяльність підприємства / О. Марцінковська, О. Легкий // Регіональні аспекти розвитку продуктивних сил України. 2018. Вип. 23. С. 81-85. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/rarpsu\\_2018\\_23\\_18](http://nbuv.gov.ua/UJRN/rarpsu_2018_23_18).

5. Птащенко О.В. Побудова CRM-системи як основи формування комунікаційної політики між організацією та кінцевим споживачем / О.В. Птащенко, Є.Д. Мірошникова // Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. 2016. № 6. С. 108-115. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/VISUNU\\_2016\\_6\\_21](http://nbuv.gov.ua/UJRN/VISUNU_2016_6_21).

6. Шпортко Г., Вишнеvsька М. Критерії вибору CRM-системи // Трансформація податкової та обліково-аналітичної систем в контексті сучасних кризових явищ: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, м. Чернівці (Україна, 20 травня 2021 р.–Чернівці: Технодрук, 2021.–379 с. – 2021.

7. K.J. Trainor, J. Andzulis, A. Rapp, R. Agnihotri Social media technology usage and customer relationship performance: A capabilities-based examination of social CRM Journal of Business Research, 67 (6) (2014), pp. 1201-1208.

## СУЧАСНІ НАРАТИВИ ОЦІНКИ В ОБЛІКУ

**Кучеренко Т.Є.**, доктор економічних наук  
Уманський національний університет садівництва

В історичному аспекті оцінка як певна система технічних дій щодо встановлення вартості засобів і пов'язаних із ними зобов'язань знаходила своє відображення і розвиток як економічна категорія одночасно із тенденціями змін відповідних юридичних і економічних підходів до вказаних показників обліку і звітності. Пріоритет економічного змісту над юридичною формою господарських засобів сприяла їх відображенню в обліку, а відповідно і оцінці як ресурсів, здатних приносити підприємству в тій чи іншій формі економічні вигоди.

На початку ХХ ст. відомий німецький вчений І. Ф. Шерр відмічав, що проблема оцінки є однією з найважливіших і найскладніших проблем всієї балансової справи [5, с. 474].

Австралійські дослідники М. Метьюс та М. Перера вважають, що оцінка є важливою, оскільки бухгалтерські звіти повинні, *inter alia*, надавати кількісну інформацію про фінансовий стан господарюючого суб'єкта на визначену дату, і величина активів в цьому випадку є визначальним фактором [4, с. 270].

Основоположники економічного напрямку визнання активів такі як Дж. Л. Кріппа, Ф. Беста, Р.П. Коффі відмічали, що оцінка за поточними ринковими цінами має бути домінуючою в системі бухгалтерського обліку і звітності [2, с. 86].

Представники французької школи такі як Е.П. Леоте, А. Гільбо пропонували всі цінності оцінювати тільки за собівартістю [2].

В теорії бухгалтерського обліку оцінка розглядається як елемент методу, генезис теорії і практики якого знаходить своє відображення у наукових