



Облік і фінанси  
Accounting & Finance

# Сертифікат

засвідчує, що

**Кіпоренко Світлана Сергіївна**

прийняла участь у роботі

II Всеукраїнської науково-практичної конференції

**«Економічний розвиток України  
в контексті впровадження  
прогресивних інформаційних  
технологій та систем управління»**

Посвідчення УкрІНТЕІ № 64 від 18 лютого 2019 року

Голова Оргкомітету конференції  
виконавчий редактор  
журналу «Облік і фінанси»  
Остапчук С.М.



Київ

25 лютого 2019 року

НАУКОВО-ВИРОБНИЧИЙ ЖУРНАЛ «ОБЛІК І ФІНАНСИ»  
КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ РИНКОВИХ ВІДНОСИН

**ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК УКРАЇНИ  
В КОНТЕКСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ  
ПРОГРЕСИВНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ  
ТЕХНОЛОГІЙ ТА СИСТЕМ УПРАВЛІННЯ**

*Програма  
II Всеукраїнської науково-практичної конференції  
(25 лютого 2019 р., м. Київ)*

Посвідчення УкрІНТЕІ № 64 від 18 лютого 2019 року

Київ  
ТОВ «ВІПО»  
2019



## **Секція І. Трансформація теоретичних засад бухгалтерського обліку та фіскального контролю**

---

**Бойко А.І.** Актуальні питання оподаткування малого бізнесу в Україні

**Васильєва Т.С.** Особливості впровадження Міжнародних стандартів фінансової звітності в Україні

**Вітюк Т.І.** Бухгалтерський облік як універсальна мова бізнесу

**Гаврилюк О.О.** Плата за землю як регуляторний інструмент фіскальної політики держави

**Гайдучок Т.С., Дмитренко О.М.** Роль і місце звіту про управління в системі звітності підприємств в умовах трансформації облікових підходів

**Герши С.В.** Актуальні аспекти обліку поточних зобов'язань підприємства

**Гладій Х.І.** Теоретичні основи обліку фінансових результатів підприємства

**Єланська Н.О.** Дослідження методики поглибленої оцінки фінансового стану неплатоспроможного підприємства

**Козовець Т.В.** Нормативно-правове регулювання обліку виробництва продукції зернових культур

**Коломіць В.М.** Врахування людського капіталу в міжнародних законодавчих документах

**Плазінська К.М.** Економічна сутність та значення фінансових результатів в господарській діяльності суб'єктів підприємництва

**Ріпа Т.В., Савченко Д.С.** Облікове забезпечення управління підприємством медійної галузі

**Тацакович І.Я.** Класифікація витрат діяльності підприємства: необхідність узгодження

**Титаренко А.Д.** Бухгалтерський облік запасів згідно національних та міжнародних стандартів бухгалтерського обліку

**Чередніченко В.О.** Напрями здійснення внутрішньогосподарського контролю за наявністю та рухом поточних біологічних активів тваринництва

**Шевченко Л.В.** Сучасний стан внутрішнього контролю в бюджетних установах України

**Шкроміда В.В.** Функціональні особливості ділової репутації господарюючого суб'єкта

**Шкроміда Н.Я.** Послідовність етапів податкового планування на підприємстві

*Щербак А.В.* Документальне оформлення обліку малоцінних та швидкозношуваних предметів

*Яцишена В.В.* Ключові аспекти розвитку нематеріальних активів та їх значення для економіки

## **Секція II. Діджиталізація у сфері фінансових послуг**

---

*Алескерова Ю.В., Астапкевич А.О.* Управління фінансовим контролем (наглядом) за страховими компаніями

*Бахарєва Я.В.* Сучасні тенденції розвитку мобільного банкінгу та його безпека для користувачів

*Веремій Я.С.* Проблеми розвитку фінансового ринку та шляхи їх вирішення

*Дзюменко О.О.* Тенденції розвитку банківського кредитування в Україні

*Доценко І.О.* Краудфандинг як каталізатор економічного зростання фінансової системи України

*Дрога В.С.* Напрями розвитку банківсько-страхової взаємодії в Україні

*Єфіменко Д.В.* Реалії функціонування банківського сектору України

*Костюк В.А., Федько Р.В.* Перспективи кредитування малого та середнього бізнесу в Україні

*Левіщенко С.С.* Проблеми та перспективи розвитку банківської системи в Україні

*Моргул А.С.* Фінансові посередники та їх роль у розвитку фінансового ринку

*Олійник А.В.* Пріоритети та виклики діджиталізації у банківському секторі

*Подсєвалова Н.Г.* Заходи протидії легалізації доходів, одержаних злочинним шляхом

*Руденко І.В., Лебедич В.С.* Кроки необхідні для запровадження діджиталізації в сектор фінансових послуг

*Сова О.Ю.* Фактори впливу на інвестиційні якості облігацій

*Шафар С.А.* Економіко-математичне моделювання фінансової діяльності підприємства

### **Секція III. Сучасні моделі корпоративного та державного управління**

---

**Брезицька О.В.** Формування корпоративної культури підприємств транспорту

**Бутова Т.Ю.** Фінансова безпека в системі управління діяльності підприємства

**Вербицька М.П.** Сучасні моделі корпоративного та державного управління

**Гаражджук І.В.** Кооперативні принципи та їх місце в розвитку сільськогосподарської обслуговуючої кооперації України

**Дехтяр С.С.** Аналіз наукових підходів до визначення поняття «економічна безпека підприємства»

**Жуков В.С.** Теоретичні основи процесу формування потенціалу підприємства

**Закревська Л.М.** Державне регулювання розвитку галузі дитячого харчування України

**Карцева В.В., Бєлова Д.Д.** Механізм фінансової безпеки: теоретичний аспект

**Кириченко Т.А.** Способи управління ризиками в системі фінансового менеджменту

**Климчук О.В.** Стратегічні передумови економічного зростання України на основі розвитку відновлюваної енергетики

**Кучерук М.В.** Інформаційно-аналітичне забезпечення управління фінансовою безпекою підприємства

**Лохман Н.В.** Розвиток категорії «інноваційне підприємство»

**Македон В.В.** Стратегії створення конкурентних переваг ТНК у світовій економіці

**Михальчишина Л.Г., Томчук О.Ф.** Проблеми інформаційного забезпечення управлінських процесів в аграрному секторі економіки

**Морозов Є.Ю.** Стратегія як інструмент антикризового управління на підприємстві

**Орлова Н.С.** Перспективи впровадження електронного врядування в Україні

**Петренко М.А.** Фінансова криза на підприємстві та її симптоми

**Пивоварова Г.Б.** Управління економічними ризиками на ПАТ «Укразалізниця» в сучасних ринкових умовах

**Писар Н.Б.** Теоретичні засади розвитку просторової поляризації

*Приступа Л.А., Мельничук О.С.* Теоретичні засади системи управління фінансовою стійкістю страхової компанії

*Рибалко О.П.* Підходи до формування банківських стратегій управління кредитною політикою

*Шепелюк В.А.* Принципи корпоративного управління та корпоративні права

*Ющенко Н.Л.* Покращення за принципом довіри орієнтованих на споживача цифрових послуг в Україні на базі технології blockchain

*Ярославський А.О.* Чинники економічної безпеки підприємства

#### **Секція IV. Розвиток цифрового маркетингу та прогресивних технологій бізнес-адміністрування**

---

*Довгань Ю.В.* Використання інструментів цифрового маркетингу для просування інноваційних рослинних олій

*Доманська Г.І.* Трансформація маркетингової діяльності підприємств в умовах цифрової економіки

*Донцова Л.Д.* Розвиток цифрового маркетингу та прогресивних технологій бізнес-адміністрування

*Завгородня Є.Є.* Особливості адміністрування сучасного закладу вищої освіти

*Каліна І.І.* Роль і місце стратегії активізації у системі менеджменту

*Кіпоренко С.С.* Цифровий маркетинг як ефективний інструмент розвитку сільськогосподарських підприємств

*Новиков Д.Ф.* Социально-ответственный маркетинг при техническом перевооружении машиностроительного предприятия

*Потапова Н.А.* Інформаційна логістика в системі менеджменту підприємства

*Тимченко М.М.* Шляхи вдосконалення просування українських інноваційних товарів на нові ринки збуту

*Токман Д.А.* Суть та особливості маркетингу в сучасному електронному бізнесі

*Трушкіна Н.В.* Повышение качества логистического сервиса в условиях цифровой трансформации

*Щур К.А.* Прогноз розвитку цифрового маркетингу

## **Секція V. Демографія, економіка праці, соціальна економіка і політика в контексті інтеграції України у міжнародний інформаційний простір**

---

**Бойко В.В., Куїмова А.С.** Фактори впливу на стійкість автотранспортних підприємств

**Васильцова С.О.** Економічний аналіз у системі організації виробництва

**Гетьман А.Л., Бойко Л.О.** Соціально-економічні проблеми сільських жінок на сучасному етапі

**Драчук Ю.З., Сав'юк Л.О.** Проблеми взаємодії ринку праці та освітніх структур в машинобудуванні

**Золкіна О.В.** Обеспечение развития конкурентоспособности человеческого капитала на предприятии

**Курманська О.С., Миголь В.М.** Розвиток інформаційної політики в Україні

**Ланченко Є.О.** Соціальне партнерство в державних сільськогосподарських підприємствах

**Левченко А.В.** Гендерна рівність жінок і чоловіків – запорука економічного зростання країни

**Мащенко М.А.** Організаційно-економічна модель державно-приватного партнерства у забезпеченні інвайронментальної безпеки

**Опалько В.В., Сотула О.В.** Формування концепції інклюзивного розвитку як інструменту пом'якшення соціально-економічної нерівності

**Сидоренко-Мельник Г.М., Дунір М.М.** Інтегральна оцінка фінансової безпеки домогосподарств: методичний аспект

**Снітко Є.О., Драчук Ю.З.** Аспекти сучасного освітнього менеджменту у закладах вищої освіти

**Соколюк С.Ю.** Гармонізований розвиток аграрного сектора економіки, як основа мотивації праці

**Стельмах В.В.** Шляхи підвищення ефективності використання трудових ресурсів підприємства

**Хрипко Т.Є.** Статистичний аспект демографічної ситуації у Вінницькій області як відображення демографічних загроз України

**Шандар А.М.** Цінності поколінь як підгрунття розуміння якості життя населення



**КІПОРЕНКО С.С.,**  
*асистент кафедри економічної кібернетики,*  
*Вінницький національний аграрний університет*

## **ЦИФРОВИЙ МАРКЕТИНГ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ (доповідь)**

Інтенсивний процес запровадження інноваційних технологій у реальну економіку в сучасних умовах спричиняє трансформацію відповідних ринків на національному та глобальному рівнях. Істотно впливає на ці процеси ступінь економічного розвитку окремих країн, рівень досконалості функціонування державних інституцій та нормативно-правової бази тощо. Зрілість органів державного управління проявляється в усвідомленні необхідності реалізації дієвих національних стратегій щодо запровадження передових технологій та здійсненні комплексних заходів для досягнення поставленої мети. Реалізація інноваційних програм посилює конкурентні позиції національної економічної системи у глобальному просторі.

В інноваціях сучасності виокремлено цифрові технології, які широко використовуються в різноманітних видах економічної діяльності та виступають у якості драйвера інтенсивного розвитку. Запропоновані технології набувають популярності у сфері маркетингу, бо їх можна використати при оптимізації ключових процесів

Цифровий або digital (діджитал) маркетинг є загальним терміном для маркетингу товарів і послуг, який використовує цифрові канали для залучення та утримання клієнтів. Часто це поняття ототожнюють з інтернет-маркетингом. Проте цифровий маркетинг включає в себе інтернет-маркетинг, але не обмежується лише інтернетом. Інтернет-маркетинг включає SEO-просування сайту, контекст, вебінари тощо, тобто всі канали, які доступні користувачеві тільки в інтернеті. Цифровий маркетинг включає все вищеперераховане та рекламу і просування на будь-яких цифрових носіях поза мережею. Тобто він передбачає цифрову комунікацію, яка відбувається в онлайн- та офлайн-режимі.

Переваги цифрового маркетингу полягають у наступному:

1. Цифровий маркетинг дає змогу охопити і онлайн-, і офлайн-споживачів, які використовують планшети та мобільні телефони, грають в ігри, завантажують додатки. Так бренд може звернутися до більш широкої аудиторії, не обмежуючись інтернетом.

2. Можливість збирати чіткі і деталізовані дані. Практично всі дії користувача в цифровому середовищі фіксуються аналітичними системами. Це дає змогу робити точні висновки про ефективність різних каналів просування, а також скласти точний портрет покупця.

3. Гнучкий підхід – цифровий маркетинг дає змогу залучити на онлайн- ринок офлайн-аудиторію, і навпаки. Наприклад, за допомогою QR-коду на флаєрі можна спрямувати користувача на сайт. І водночас завдяки

email- розсилці можна запросити на семінар або інший офлайн-івент.

В узагальненому вигляді цифровий маркетинг включає три складові:

- контент (повідомлення в блогах, статті, публікації, дослідження, електронні книги, копії сторінки продажів, електронні бюлетені, кампанії в соціальних мережах, SEO);
- дизайн (включення фотографій і зображень для контенту, інфографіки, діаграм, фотографій, відео);
- статистику (аналітика, ключові показники ефективності, мета і завдання, конверсійні канали, клієнтський LTV).

На сьогодні цифровий маркетинг стрімко набирає обертів, його починають активно застосовувати у різних галузях економіки та запроваджують у бізнес-структури, в Україні цей напрям є порівняно новим і мало дослідженим. Тому в умовах сучасного розвитку вітчизняного ринку Інтернет-комунікацій існують проблеми розуміння переваг використання цифрового маркетингу й реалізації його різних методів та інструментів у рамках загальної маркетингової стратегії компанії, як нині мало або зовсім не використовують системи електронного маркетингу й е-комерції. Особливо це стосується галузі сільського господарства, адже вона традиційно вважається консервативнішою щодо технологічних нововведень

Досвід зарубіжних країн вказує на те, що сільське господарство є сприйнятливим до електронної комерції через наявність великого і сегментованого ринку. Фермери отримують інформацію про характеристики продукції, що дозволяє їм порівнювати товари за багатьма показниками, в тому числі і ціновими. Застосування електронної комерції в секторі сільського господарства збільшує можливість проникнення аграріїв на нові ринки збуту як у межах країни, так і за кордоном, а також підвищує ефективність обслуговування існуючих ринків. Фермери, що не використовують переваги електронної комерції, вважаючи її занадто складним і необов'язковим нововведенням, насправді ризикують позбавити себе величезних можливостей, які можуть значно поліпшити показники успішності бізнесу.

Застосування інструментів цифрового маркетингу в діяльності аграрного підприємства в комплексі призведе до розвитку підприємства, підвищення рівня продажу при мінімальних витратах, адже на даний момент саме цей вид реклами є найдешевшим. Саме тому, в ситуації, коли застосування таких інструментів ще не стало масовим, а користь від них є очевидною, швидкість прийняття рішення, щодо подальшого запровадження відіграє вирішальне рішення в процесі становлення та розвитку підприємства.

Таким чином, цифрові технології сьогодні є вирішальним фактором успіху та просування для кожної сфери бізнесу, що дає значні конкурентні переваги. Цифровий маркетинг являє собою комплексний підхід до просування компанії, її продуктів у цифровому середовищі, а також охоплює офлайн-споживачів. Цифровий маркетинг дає змогу інтегрувати велику кількість технологій (соціальні, мобільні, веб, CRM-системи тощо) з продажами та клієнтським сервісом, забезпечує постійний якісний зв'язок між рекламодавцем та кінцевим споживачем. Цифровий маркетинг базується на

аналітиці даних про користувачів, їх поведінці, проникає в традиційні види комунікацій, щоб захопити увагу аудиторії і перетягнути її у віртуальний світ. Цифровий маркетинг передбачає персоніфікацію, що підсилює вплив маркетингових інструментів на цільову аудиторію.