

**МІЖНАРОДНА НАУКОВО-
ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ**
**INTERNATIONAL SCIENTIFIC
AND PRACTICAL CONFERENCE**

**Особливості функціонування
економіки в умовах кризи**

**Features of the functioning of
the economy in times of crisis**



**31 січня 2024 р.
м. Черкаси, Україна**

**January 31, 2024
Cherkasy, Ukraine**



**EASTERN EUROPEAN
CENTER FOR SCIENTIFIC
RESEARCH**

International scientific
and practical conference

**Features of the
functioning of the economy
in times of crisis**

Proceedings

January 31, 2024

Cherkasy, Ukraine

УДК 33

Особливості функціонування економіки в умовах кризи : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції / Східноєвропейський центр наукових досліджень (Черкаси, 31 січня 2024 р). Research Europe, 2024. 211 с.

До збірника ввійшли матеріали Міжнародної науково-практичної конференції "Особливості функціонування економіки в умовах кризи", яка відбулася 31 січня 2024 року. Збірник розрахований на науковців, освітян, студентів, державних службовців, представників бізнесу та широку громадськість.

Робочі мови конференції: українська та англійська.

Публікується в авторській редакції

Матеріали збірника подаються в авторській редакції та публікуються мовою оригіналу. Автори опублікованих матеріалів несуть повну відповідальність за достовірність наведених фактів, власних імен, цитат, статистичних даних, галузевої термінології та іншої інформації.



Відповідно до Закону України "Про авторське право і суміжні права", при використанні наукових ідей та матеріалів цього збірника, посилання на авторів і видання є обов'язковим.

**Research
Europe.org**



© Східноєвропейський центр
наукових досліджень, 2024
© Research Europe, 2024

Офіційний сайт: researcheurope.org

Чаус Р. І.

Можливості використання штучного інтелекту та технології
блокчейн у забезпеченні безпеки підприємництва. 149

Яцкевич І. В., Карапеткова О. Ф.

Управління логістичними процесами в компаніях. 153

СЕКЦІЯ 6. МАРКЕТИНГ

SECTION 6. MARKETING

Абрамович І. А., Меркулова А. С., Капелюха В. О.

Роль та складники маркетингового
потенціалу підприємства. 158

Ільченко Т. В.

Переваги та виклики цифровізації
аграрного сектору. 162

Рожко В. І.

Аналіз рівня інформаційно-аналітичного забезпечення
маркетингової діяльності підприємства. 164

Яценко М. С.

Місце контент-маркетингу серед
сучасних концепцій маркетингу. 168

СЕКЦІЯ 7. ПУБЛІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ

SECTION 7. PUBLIC MANAGEMENT AND ADMINISTRATION

Віштак І. В.

Управління цифровими інноваціями для інноваційного
розвитку промислових підприємств. 171

Корощенко М. М.

Особливості сучасної української публічної політики
в умовах російсько-української війни. 173

Коцупал Д. В.

Основні моделі побудови інституційних механізмів
лобістської діяльності в публічному управлінні. 179

СЕКЦІЯ 8. ТУРИЗМ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННА СПРАВА

SECTION 8. TOURISM, HOTEL AND RESTAURANT BUSINESS

Кулаєц Я. М., Адамовський О. М.

Принципи управління сталим туризмом. 182

Мендела Є. М.

Діджиталізація в ресторанному бізнесі в умовах війни. 185

Список використаних джерел

1. Багорка М.О., Юрченко Н.І. Маркетинговий потенціал як адаптаційний складник сучасного економічного розвитку підприємств. *Збірник наукових праць "Проблеми системного підходу в економіці" Національний авіаційний університет*. 2020. № 2 (76). С. 137-145
2. Божко В.М. Маркетинговий потенціал: сутність, складові та взаємозв'язок з економічним потенціалом. *Економіка та управління персоналом, економічний форум*. 2012. 43 с.

УДК 338.43:004.91

JEL Classification: Q16

Ільченко Т. В.,
канд. екон. наук, доцент,
доцент кафедри маркетингу,
Дніпровський державний аграрно-економічний
університет, м. Дніпро

ПЕРЕВАГИ ТА ВИКЛИКИ ЦИФРОВІЗАЦІЇ АГРАРНОГО СЕКТОРУ

Перспективи розвитку цифрових технологій в аграрному секторі відкривають безліч можливостей, включаючи економічну вигоду та скорочення негативного впливу хімічних речовин на довкілля. Наприклад, використання дронів, супутників, датчиків та сенсорів дозволяє діагностувати ріст рослин, моніторити стан ґрунту, виявляти зміни у їх складі та температурі. Зібрані дані можуть бути систематизовані з високою точністю та використані для аналізу, надаючи аграрним підприємцям корисну інформацію для прийняття ефективних рішень.

Цифровізація в сільському господарстві – концепція, яка спрямована на використання даних, отриманих за допомогою точного землеробства, для оптимізації сільськогосподарських систем і досягнення максимальної ефективності на основі інформації, яку надає технологія. Цифровізація та автоматизація дозволить скорочувати витрати на добрива, паливо, одночасно підвищуючи продуктивність аграрних підприємств і в цілому прибутковість галузі. Іншими словами, це – процес, який дозволить приймати та впроваджувати ефективні рішення за допомогою доступних на ринку інноваційних технологічних інструментів.

Українські аграрії розуміють, що цифровізація та збільшення ефективності агровиробництва це – не примха, а необхідність та вимога сучасності.

Визначимо основні переваги цифровізації аграрного сектору:

1. Підвищена ефективність виробництва: Використання цифрових технологій, таких як точне землеробство та автоматизовані системи, дозволяє оптимізувати виробничі процеси, збільшуючи продуктивність та знижуючи витрати.

2. Покращення управління ресурсами: Інтелектуальні системи можуть моніторити та керувати використанням ресурсів, такими як: вода, добрива та енергія, забезпечуючи їх оптимальне використання та зменшення втрат.

3. Більш точне прийняття рішень: Аналіз великих обсягів даних, отриманих з датчиків та сенсорів, дозволяє аграріям приймати обґрунтовані та точні рішення щодо ведення господарства, посівів та обробки ґрунту.

4. Підвищення якості продукції: Застосування технологій дозволяє контролювати умови вирощування сільськогосподарської продукції, що призводить до покращення її якості.

5. Стійкість до ризиків: Моніторинг погодних умов, аналіз ризиків та системи управління ризиками допомагають аграріям адаптуватися до змін і зменшують наслідки негативних впливів.

6. Підтримка екологічної стійкості: Цифрові технології сприяють впровадженню принципів сталого розвитку та зменшенню екологічного впливу аграрного сектору.

7. Розвиток нових галузей: Цифрові рішення відкривають можливості для розвитку нових галузей, таких як: агротехнології та агроінновації, що стимулює інновації та економічний розвиток.

8. Підвищення конкурентоспроможності: Аграрні підприємства, які використовують цифрові рішення, стають більш конкурентоспроможними на ринку завдяки ефективнішому виробництву більш якісної продукції [1, с. 84].

Однак, на шляху цифровізації аграрного сектору виникають певні проблеми, серед яких:

1. Низька технологічна оснащеність: Досить багато сільських господарств та селищ не мають доступу до сучасних технологій через відсутність інфраструктури, обмежений інтернет або недостатні знання користувачів.

2. Фінансові обмеження: Впровадження цифрових технологій може вимагати значних витрат на обладнання, програмне забезпечення та навчання персоналу, що може бути важкодоступним для сільських мешканців та господарств із обмеженим бюджетом.

3. Недостатній рівень цифрової грамотності: Сільські мешканці та сільські підприємства можуть виявити складнощі у використанні цифрових технологій через відсутність навичок та обізнаності з їхнім використанням.

4. Нерівномірний доступ до мережі: Деякі сільські регіони можуть стикатися із проблемами нерівномірного чи обмеженого доступу до інтернету, що ускладнює використання хмарних технологій та онлайн-сервісів.

5. Питання приватності даних: Використання цифрових технологій у сільському господарстві може породжувати питання щодо конфіденційності та приватності особистих даних, зокрема, у зв'язку з використанням систем моніторингу та датчиків [2, с. 56].

Вирішення цих викликів вимагатиме інтегрованих підходів, спрямованих на доступність, освіту, інфраструктуру та забезпечення участі всіх зацікавлених сторін у процесі цифрової трансформації.

Список використаних джерел

1. Вдовічена О. Г., Дюгованець О. М., Чернова І. В. Digital-маркетинг як інструментефективності та конкурентоспроможності сучасного бізнесу: особливості та перспектививпровадження в Україні. Інвестиції: практика та досвід. 2022. № 2. С. 81-87. URL: <https://dspace.chmnu.edu.ua/jspui/handle/123456789/782> (дата звернення: 25.01.2024).

2. Семенда Д. К., Семенда О.В. Впровадження цифрового маркетингу на підприємствах агропромислового комплексу України. Міжнародний науковий журнал "Грааль науки". 2023. № 25. С. 54-59. URL: <https://doi.org/10.36074/g-rail-of-science.17.03.2023.006> (дата звернення: 25.01.2024).

УДК 339.138

JEL Classification: M31

Рожко В. І.,

канд. екон. наук, доцент,

доцент кафедри маркетингу,

менеджменту та підприємництва,

Харківський національний університет

імені В. Н. Каразіна, м. Харків

АНАЛІЗ РІВНЯ ІНФОРМАЦІЙНО- АНАЛІТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Інформаційне забезпечення – один з видів забезпечення процесів управління, що включає в себе сукупність інформаційних ресурсів, засобів, методів і технологій збору, обробки та видачі інформації, використовуваної в інтересах організації.