



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



SHEI "Pryazovskyi State Technical University"

International scientific-practical conference
"DIGITALIZATION OF THE ECONOMY
AS A FACTOR OF
SUSTAINABLE DEVELOPMENT"

Mariupol, May 25-26, 2021

Conference proceedings

This project has been funded with support from the European Commission. This presentation reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained there in.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



SHEI "Pryazovskyi State Technical University"

DIGITALIZATION OF THE ECONOMY AS A FACTOR OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT

Materials of International
scientific-practical conference

Mariupol, May 25-26, 2021

Mariupol, 2021

This project has been funded with support from the European Commission. This presentation reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained there in.

DigEco 

Editorial board:

- Vyacheslav Voloshyn** Doctor of Technical Sciences, Professor, Rector of SHEI “PSTU”, Academician of the International Academy of Ecology and Life Safety, Academician of the International Personnel Academy, Full Member of the New York Academy of Sciences, Honored Worker of Science and Technology of Ukraine
- Olena Khadzhynova** Doctor of Economic Sciences, professor, Director of Educational and Scientific Institute of Economics and Management of SHEI “PSTU” (Ukraine)
- Viktoriya Gonchar** Doctor of Economic Sciences, professor, Head of Marketing and Business-administration Department, SHEI “PSTU” (Ukraine)
- Žaneta Simanavičienė** Doctor of Social Sciences, Professor at Academy of Public Security, Mykolas Romeris University (Lithuania)
- Aurelija Puraite** Vice dean of Public Security Academy, Mykolas Romeris University (Lithuania)
- Mamadamon Abdulloev** Vice-rector for Science and Innovation of the Tajik Technical University named after Academician M.S. Osimi (Tajikistan)
- Firuz Kodirov** PhD, Associated professor, Vice-Rector for International Affairs, Tajik State University of Finance and Economics (Tajikistan)
- Sulhiya Bahodurova** Candidate of economic sciences, Head of International Relations and Project Management Office, Khujand Polytechnic Institute of Tajik Technical University (Tajikistan)
- Boštjan Brumen** Dr., Professor for Technologies in Tourism, Faculty of Tourism, University of Maribor (Slovenia)
- Marina Tropmann-Frick** Dr., Professor for Data Science, Department of Computer Science, University of Applied Sciences Hamburg (Germany)
- Liliya Filipishyna** Doctor of Economic Sciences, Professor of Economics in the organization of production, Head of the Innovation Center, Pervomaisk branch of the Admiral Makarov National University of Shipbuilding (Ukraine)
- Oksana Oliinyk** Doctor of Science, professor, First Vice Rector, Zhytomyr Polytechnic State University (Ukraine)
- Nataliia Mazur** Doctor of Science, professor, Head of the Department of Economics of Enterprise, Kamianets-Podilskyi Ivan Ohienko National University (Ukraine)
- Tetiana Kulish** Candidate of economic sciences, Assoc. prof. of Marketing Department, Dmytro Motorniy Tavria Satte Agrotechnological University
- Dariusz Mierzwiński** PhD, Vice Dean of Faculty of Materials Engineering and Physics, Cracow University of Technology

Preparing for printing:

Burak Pavlo, specialist of Educational and Scientific Institute of Economics and Management

The authors of the published materials are fully responsible for the selection, accuracy of the facts, citations, economic and statistical data, proper names and other information. The Editorial Board reserves the right to reduce and edit the submitted materials. Manuscripts and media are not returned.

With support from the European Commission within the framework of the project 618270-EPP-1-2020-1-LT-EPPKA2-CBHE-JP Digitalization of economic as an element of sustainable development of Ukraine and Tajikistan / DigEco

Partners: Ministry of Education and Science of Ukraine, Ministry of Digital Transformation of Ukraine, Mykolas Romeris University (Lithuania), University of Applied Sciences Hamburg (Germany), University of Maribor (Slovenia), Cracow University of Technology (Poland), Admiral Makarov National University of Shipbuilding (Ukraine), Zhytomyr Polytechnic State University (Ukraine), Kamianets-Podilskyi National Ivan Ohienko University (Ukraine), Dmytro Motornyi Tavria State Agrotechnological University (Ukraine), Tajik Technical University named after academician M.Osimi (Tajikistan), Tajik State University of Finance and Economics (Tajikistan), Khujand Polytechnic Institute of Tajik Technical University, NGO “Vinnytsia City Organization” Parostok” (Ukraine), LLC “Company M-Master” (Ukraine), LLC “Azov Business Consulting Company” (Ukraine), Neksigol Navovar LLC (Tajikistan).

Address of editorial board: 87500, Ukraine, Mariupol, vul. Kazantseva, 3a, Educational and Scientific Institute of Economics and Management SHEI “Pryazovskyi Technical State University”, office 9.105

TABLE OF CONTENTS

SECTION 1 RESEARCH OF MECHANISMS OF STRATEGIES REALIZATION OF DIGITAL DEVELOPMENT OF ECONOMY	4
<i>Ivata V. V.</i> ADVANTAGES OF MECHANISMS FOR IMPLEMENTATION OF DIGITAL ECONOMIC DEVELOPMENT.....	4
<i>Komilova M. A., Yusupova G. A.</i> IMPLEMENTATION OF FINANCIAL TECHNOLOGIES AS A FACTOR IN THE DEVELOPMENT OF THE BANKING SYSTEM OF TAJIKISTAN	6
<i>Meredova M. M., Kakayeva O. M.</i> MODERN DIGITAL MARKETING TECHNOLOGIES DIGITAL ECONOMY IN TURKMENISTAN	13
<i>Sokil Ya. S., Sokil O. H.</i> DIGITAL COMMUNICATION TOOLS FOR ONLINE BUSINESS.....	15
<i>Ukrainskyi Y.</i> IT IMPLEMENTATION IN MODERN TRANSPORT SYSTEMS.....	17
<i>Аманенесов Б., Чарыев А.</i> ЗНАЧЕНИЕ УСТАНОВКИ СИСТЕМЫ GPS/ГЛОНАСС В ПАССАЖИРСКИХ АВТОТРАНСПОРТНЫХ СРЕДСТВАХ И СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ИНТЕРНЕТ-УСЛУГ	19
<i>Беркут А. А., Камишникова Е. В.</i> ВПЛИВ ЦИФРОВІЗАЦІЇ НА РОЗВИТОК ЕКОНОМІЧНОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ	21
<i>Бессонова Г. П.</i> ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ В УМОВАХ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ.....	23
<i>Білоус-Сергеева С. О.</i> СПРЯМОВАНІСТЬ БІЗНЕСУ ЯК ІНСТРУМЕНТ ВИБОРУ МАРКЕТИНГУ	26
<i>Боднарчук О. В.</i> РОЛЬ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ В ПРОСУВАННІ ТОВАРІВ ТА ПОСЛУГ В ТУРИЗМІ	27
<i>Бондарчук В. В.</i> ВИКОРИСТАННЯ МАРКЕТИНГ ВПЛИВУ В INSTAGRAM.....	29
<i>Бугайко Д. О., Шевченко О. Р.</i> ВПРОВАДЖЕННЯ КОНЦЕПЦІЇ ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ НА ОСНОВІ ПРЕДСТАВЛЕНИХ ДАНИХ (DATA-DRIVEN DECISION MAKING ДЗМ) У СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ІНФОРМАЦІЄЮ СВІТОВОЇ ЦИВІЛЬНОЇ АВІАЦІЇ	31
<i>Буторіна В. Б.</i> ЦИФРОВІЗАЦІЯ РИНКУ МАРКЕТИНГОВИХ СЕРВІСІВ УКРАЇНИ.....	33
<i>Гончар В. В.</i> УДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВИХ ПІДХОДІВ ДО КРАУДФАНДИНГУ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ.....	36
<i>Горохова Т. В., Горбань Д. В.</i> ТРЕНДИ ТА ПРОГНОЗ РОЗВИТКУ E-COMMERCE В УКРАЇНІ ТА СВІТІ.....	39
<i>Гришина Н. В., Ставцов Р. В.</i> РОЗВИТОК ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ, ЯК ПЕРЕДУМОВА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ УКРАЇНИ	41
<i>Давлатзода К. К., Кодиров Н.</i> ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ ИННОВАЦИИ КАК ФАКТОР УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ПРОМЫШЛЕННОСТИ РЕСПУБЛИКИ ТАДЖИКИСТАН.....	43
<i>Далюк Н. Я.</i> ПРОБЛЕМИ ЦИФРОВОЇ ГРАМОТНОСТІ ГРОМАД.....	45
<i>Єнакієва К. І.</i> БІЗНЕС-МОДЕЛІ У ЦИФРОВІЙ ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ.....	48

<i>Жувагіна І. О.</i> УНІКАЛЬНІ МОЖЛИВОСТІ СФЕРИ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ СУЧАСНОСТІ.....	50
<i>Камишиникова Е. В., Тонконог Є. В.</i> АВТОМАТИЗАЦІЯ ПРОЦЕСІВ БЮДЖЕТУВАННЯ ЯК НАПРЯМ УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	52
<i>Кислюк Л. В.</i> DIGITAL MARKETING ЯК ПЕРСПЕКТИВНИЙ НАПРЯМОК СУЧАСНОГО MARKETINGУ	54
<i>Козлова В. Я.</i> ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ДИДЖИТАЛИЗАЦИИ В МИРЕ.....	56
<i>Коростова І. О.</i> ЦИФРОВІ ТРАНСФОРМАЦІЇ В УПРАВЛІННІ ПЕРСОНАЛОМ.....	58
<i>Кравченко Т. Д.</i> ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ У СФЕРІ ВЗАЄМОДІЇ БАНКІВ З КЛІЄНТАМИ	60
<i>Кулиев Н., Валиева С., Худайгулыев Н.</i> ЦИФРОВАЯ ЭКОНОМИКА И ВОЗРОЖДЕНИЕ «ВЕЛИКОГО ШЕЛКОВОГО ПУТИ».....	62
<i>Лаврук О. С.</i> СУТНІСТЬ ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ЦИФРОВОГО MARKETINGУ	66
<i>Маматова Л. Ш., Терещенко Н. І.</i> ОСОБЛИВОСТІ ТА СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ЗАСТОСУВАННЯ СИСТЕМИ DIGITAL-MARKETINGУ НА ПІДПРИЄМСТВІ.....	68
<i>Мізіна О. В., Гончар В. В.</i> ДВАНADЦЯТЬ ІНСТРУМЕНТІВ DIGITAL MARKETINGУ	70
<i>Непесова Х. Х., Аннаниязова Г. А.</i> ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ	72
<i>Потанова Н. М.</i> ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОСТОРУ КРАЇНИ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ.....	75
<i>Псарьова І. С., Воздвиженська В. А.</i> ДОСЛІДЖЕННЯ СУЧАСНИХ ПІДХОДІВ УПРАВЛІННЯ СИСТЕМОЮ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ MARKETINGОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ КОНКУРЕНТНОЇ БОРОТЬБИ	77
<i>Псарьова І. С.</i> НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ MARKETINGОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ ЯК СКЛАДОВОЇ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ MARKETINGОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ МЕТАЛУРГІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ	79
<i>Псарьова І. С., Суханов М. О.</i> МЕТАЛУРГІЙНА ГАЛУЗЬ УКРАЇНИ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ	81
<i>Семерня О. М.</i> СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ DIGITAL MARKETINGУ: ОСВІТНІ ПОСЛУГИ.....	83
<i>Фінько К. Е., Боднарчук О. В.</i> ЦИФРОВІ ТРАНСФОРМАЦІЇ В ЕКОНОМІЦІ В УМОВАХ СТАЛОГО РОЗВИТКУ СУСПІЛЬСТВА	84
<i>Хаджинова М. С.</i> ЦИФРОВІЗАЦІЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ КОМПАНІЇ	86
<i>Хара М. В.</i> ВПЛИВ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА УПРАВЛІННЯ ЛАНЦЮГАМИ ПОСТАВОК.....	88
<i>Харченко Д. В., Сабадаш В. В.</i> ДІДЖИТАЛ-MARKETING У ЦИФРОВОМУ СВІТІ: ТЕХНОЛОГІЇ, ТРЕНДИ, ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ	89
<i>Харченко Н. В.</i> ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ БЕЗГОТІВКОВИХ РОЗРАХУНКІВ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ COVID-19	92

<i>Хмарська І. А.</i> РИНОК МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ ТА ТЕНДЕНЦІЇ ЙОГО РОЗВИТКУ	94
<i>Швець Г. О., Панченко І. М.</i> ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ В ІНКЛЮЗИВНОМУ НАВЧАННІ	96
<i>Шукуров С. М.</i> РАЗВИТИЕ ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОЕ ПАРТНЕРСТВО В РЕСПУБЛИКЕ ТАДЖИКИСТАН.....	97
SECTION 2 PROBLEMS OF INVESTMENT AND INNOVATION ACTIVITIES OF ENTERPRISES IN THE CONDITIONS OF DIGITALIZATION	100
<i>Amelnyska O.</i> DIGITALIZATION AS A FACTOR OF SUSTAINABLE ENTERPRISE DEVELOPMENT	100
<i>Annagurbanova B. K., Atajanova M. Ch., Hamrayeva S.</i> THE ROLE OF THE INFORMATION SYSTEM IN THE ECONOMY.....	102
<i>Begmyradova A.</i> USE OF MODERN METHODS IN TEACHING SOCIAL SOCIETY SCIENCES.....	103
<i>Kalinin O. V.</i> DIGITALIZATION AS A FACTOR IN THE EFFECTIVENESS OF INVESTMENT MARKETING OF ENTERPRISES.....	106
<i>Kushnir O. K.</i> THE CONCEPT OF BIG DATA	108
<i>Melikhov A., Sydorenko O.</i> THE INFLUENCE OF DIGITALIZATION PROCESSES ON THE INNOVATIVE POTENTIAL OF UKRAINIAN ENTERPRISES	110
<i>Mierzwiński D., Łach M., Korniejenko K.</i> USING VIRTUAL AND AUGMENDED REALITY AS INNOVATIVE TOOLS FOR SUPPORTING INCLUSIVE EDUCATION.....	112
<i>Muhanov A. T., Vekilov S. B.</i> INFORMATION TECHNOLOGIES AS A KEY COMPONENT OF DIGITAL ECONOMY	114
<i>Мурадов М.</i> СИСТЕМЫ ЗАЩИТЫ БИОМЕТРИЧЕСКИХ ДАННЫХ.....	116
<i>Ovlyagulyyev M., Soltanmyradov G. A.</i> THE ROLE OF SCIENCE AND INFORMATION TECHNOLOGIES IN INNOVATIVE DEVELOPMENT OF ECONOMY	118
<i>Vekilova Ch. G.</i> DIGITAL LITERACY AS A MECHANISM IN DEVELOPMENT OF DIGITAL ECONOMY	120
<i>Zinchenko Y.</i> PROCESSES OF DIGITALIZATION IN HIGHER EDUCATION	121
<i>Бабаев А. М.</i> ПРОБЛЕМЫ ЛОГИСТИКИ ПРИ ТОРГОВОМ ОБОРОТЕ МЕЖДУ АЗЕРБАЙДАНОМ И УКРАИНОЙ.....	122
<i>Бердиева Э. А., Овезмырадова Г. П.</i> ЗНАЧЕНИЕ ЦИФРОВИЗАЦИИ ХИМИЧЕСКОЙ НАУКИ	124
<i>Бессонова С. І., Кленін О. В.</i> ШЛЯХИ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ.....	127
<i>Бех П. В.</i> ЯКІСТЬ ІНФОРМАЦІЇ В ТРАНСПОРТНИХ ПРОЦЕСАХ	128
<i>Бех П. В.</i> ІНФОРМАЦІЙНИЙ МОНІТОРИНГ ДОСТАВКИ ВАНТАЖІВ	129
<i>Білоус-Сергеева С. О., Малахова Є. С.</i> ПЕРСПЕКТИВИ ВІРТУАЛЬНОЇ РЕАЛЬНОСТІ В РИТЕЙЛІ І BEAUTY-ІНДУСТРІЇ	130

<i>Борблік К. Е.</i> ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ ЯК СУЧАСНА МОДЕЛЬ СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ ОРГАНІЗАЦІЇ	132
<i>Букіна М. Д.</i> СТУПЕНЬ РЕЛЕВАНТНОСТІ КОМПОНЕНТІВ ПОКАЗНИКА «ЕКОНОМІЧНІСТЬ» В СИСТЕМІ ОЦІНКИ ЯКОСТІ ТРАНСПОРТНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ ПАСАЖИРІВ	135
<i>Волков Д. В.</i> ВПРОВАДЖЕННЯ DIGITAL-ТЕХНОЛОГІЙ НА ТРАНСПОРТІ	137
<i>Гелдимурадов Г., Аннадурдыева Г.</i> РАЗВИТИЕ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ	139
<i>Горохова Т. В.</i> ВПЛИВ КАРАНТИННИХ ЗАХОДІВ НА ВЕДЕННЯ БІЗНЕС ПРОЦЕСІВ В УКРАЇНІ.....	142
<i>Маслій Н. Д., Дем'янчук М. А., Кюркчі В. Ф.</i> ЦИФРОВЕ ІНВЕСТИВАННЯ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ НА ОСНОВІ КРАУДФАНДИНГОВИХ ПЛАТФОРМ.....	144
<i>Мутерко Г. М.</i> УПРАВЛІННЯ ТРУДОВИМИ РЕСУРСАМИ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ.....	146
<i>Грушева А.</i> УПРАВЛІННЯ ІНФОРМАЦІЙНИМИ ПОТОКАМИ В СИСТЕМІ МОБІЛЬНОГО НАВЧАННЯ	148
<i>Завражний К. Ю., Сотник І. М.</i> СУЧАСНІ МОЖЛИВОСТІ АВТОМАТИЗАЦІЇ УПРАВЛІННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСАМИ ТА СПІЛЬНОЮ РОБОТОЮ У ВЕЛИКИХ КОМПАНІЯХ.....	150
<i>Дьоміна Д. О.</i> ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ.....	152
<i>Исмоилова С. А.</i> ПЕРСПЕКТИВЫ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ЖИЛИЩНО-КОММУНАЛЬНОГО ХОЗЯЙСТВА РЕСПУБЛИКИ ТАДЖИКИСТАН В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ.....	154
<i>Івахненко І. С., Масюк Г. В.</i> СУЧАСНІ АСПЕКТИ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ УПРАВЛІННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСАМИ НА БУДІВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ.....	156
<i>Клисяк М. Д.</i> СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ЗАЛУЧЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙ В ОТГ	159
<i>Кодиров Ф. А.</i> ЦИФРОВИЗАЦИЯ КАК КЛЮЧЕВОЙ ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОМЫШЛЕННОСТИ ТАДЖИКИСТАНА	161
<i>Лащенко Є. О., Самофалов М. В., Кафтанадій О. Ю.</i> ІНТЕГРАЛЬНА ОЦІНКА ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВ.....	163
<i>Красноштан О. М.</i> ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ СИСТЕМИ ПАСАЖИРСЬКИХ ЗАЛІЗНИЧНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ.....	165
<i>Мотовчі Г. С.</i> ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ ЯК ОСНОВНИЙ ЧИННИК ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА ТА НАБУТТЯ НИМ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ	166
<i>Низамитдинов А. И.</i> ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ: КРЕДИТНЫЙ СКОРИНГ В ТАДЖИКИСТАНЕ.....	168
<i>Набиева З. С.</i> ИННОВАЦИОННАЯ ИНФРАСТРУКТУРА УНИВЕРСИТЕТА – ОСНОВА ФОРМИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ СРЕДЫ	170
<i>Пулях Б. А.</i> МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ КОМПАНІЙ ТА ПІДПРИЄМСТВ.....	173

<i>Обухова Н. О., Зозуля Ф. Г.</i> СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ DIGITAL МАРКЕТИНГУ	175
<i>Полуботко Ю. В., Маматова Л. Ш.</i> РЕАЛІЇ, ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ІНКЛЮЗИВНІЙ ОСВІТІ	177
<i>Радченко А. С.</i> ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ – ДІЄВИЙ ІНСТРУМЕНТ АНТИКРИЗОВОГО РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ	179
<i>Фаррухзода С.</i> ЦИФРОВІЗАЦІЯ КАК ПЕРСПЕКТИВНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ РЕСТРУКТУРИЗАЦИИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ ТАДЖИКИСТАНА.....	181
<i>Хаджинова О. В., Гасва А. А.</i> УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ ВИНИКНЕННЯ КРИЗИ НА ПІДПРИЄМСТВІ В УМОВАХ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ.....	184
<i>Ходжієв Дж. Н.</i> ВНЕДРЕНИЕ SMART-GRID В ЭЛЕКТРОЭНЕРГЕТИКЕ В РАМКАХ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ ТАДЖИКИСТАНА.....	186
<i>Черната Т. М., Кулішова О. О.</i> ПЕРСПЕКТИВИ ВПРОВАДЖЕННЯ ТЕХНОЛОГІЙ БЛОКЧЕЙН У ДІЯЛЬНІСТЬ МОРСЬКИХ ПОРТІВ.....	188
<i>Шахнозаи С.</i> ФОРМИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЕТА В УСЛОВИЯХ ПЕРЕХОДА К ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ	190
SECTION 3 INFORMATION TECHNOLOGY IN THE DIGITAL ECONOMY	193
<i>Chernata T.</i> USING THE METHODS OF SITUATIONAL ANALYSIS IN THE CONTEXT OF THE DIGITALIZATION OF THE ECONOMY	193
<i>Filipishyna L. M.</i> EVALUATION OF THE DEVELOPMENT OF THE DIGITAL ECONOMY	194
<i>Goncharenko A. V.</i> OPTIMAL DISTRIBUTION OF SUBJECTIVE PREFERENCES FOR THE ALTERNATIVES OF THE LAND TRADE PRICES	196
<i>Goncharenko A. V.</i> MAXIMAL INCOME IN THREE ALTERNATIVE CASE WITH THE OPTIMAL PRICE AND AMOUNT OF THE LAND TRADE	197
<i>Iefimova G., Pashchenko O.</i> THE IMPACT OF INFORMATION TECHNOLOGY ON THE DEVELOPMENT OF INTERNATIONAL BUSINESS.....	201
<i>Kasianov V. A., Goncharenko A. V.</i> LIGHT AND SHADOW PROBLEMS OF ENTREPRENEURSHIP IN TERMS OF SUBJECTIVE ENTROPY PARADIGM.....	203
<i>Khodova Y.</i> DIGITAL TRANSFORMATION OF BUSINESS AS A TREND OF WORLD ECONOMY DEVELOPMENT	205
<i>Legeza D., Esengazieva S.</i> CRUCIAL CHALLENGES OF DIGITAL MARKETING IN COMPANIES OF AG ENGINEERING INDUSTRY	207
<i>Puraite A., Kalinin O.</i> CONTENT DIGITAL ANALYSES OF ENTERPRISES IN MODERN MEDIA.....	212
<i>Sabadash V., Sabadash V.</i> THE SECURITY CHALLENGES OF HYBRID WORK FORMATS IN A DIGITAL ECONOMY.....	214
<i>Simanaviciene Z., Burak P.</i> ASESSMENT OF THE COMPETITIVENESS OF A COUNTRY	216
<i>Ukrainska T. A.</i> DIGITALIZATION OF TRANSPORT ENTERPRISES	217

<i>Мальцев М. М., Богачов О. С.</i> ОЦІНКА ІНФОРМАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА.....	219
<i>Ахророва А. Д., Камилова Н. М.</i> ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ ЭКОНОМИКИ И ЕЕ РОЛЬ В ОБЕСПЕЧЕНИИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ТАДЖИКИСТАНА	222
<i>Баротов А. А.</i> ФИНАНСОВЫЕ ИННОВАЦИИ И СТАБИЛЬНОЕ РАЗВИТИЕ БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЫ РЕСПУБЛИКИ ТАДЖИКИСТАН	225
<i>Білоус-Сергєєва С. О. Гребенюк В. С.</i> PINTEREST МАРКЕТИНГОВА-СТРАТЕГІЯ ДЛЯ ПРОСУВАННЯ БІЗНЕСУ	227
<i>Бобомуродов П. У.</i> ИННОВАЦИОННЫЙ ЭТАП РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ	228
<i>Букріна К. А.</i> ТРЕНДИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ	230
<i>Буцький А. М.</i> СУЧАСНІ ФІНАНСОВІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЦИФРОВІЙ ЕКОНОМІЦІ	233
<i>Гришина Л. О., Філіпішина К. І.</i> РОЛЬ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА ФОНДОВОМУ РИНКУ УКРАЇНИ	235
<i>Давлатов С. М.</i> ЦИФРОВІЗАЦІЯ И РАЗВИТИЕ БИЗНЕСА В СФЕРЕ УСЛУГ РЕСПУБЛИКИ ТАДЖИКИСТАН	237
<i>Куліш Т. В.</i> МАРКЕТИНГОВІ ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ В ПРОСУВАННІ КРАФТОВОЇ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ	239
<i>Маврина М. И.</i> ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВІЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ УКРАИНЫ	242
<i>Куртяник М. С.</i> КІБЕРРИЗИК ЯК ВИКЛИК ФІНАНСОВІЙ БЕЗПЕЦІ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ.....	243
<i>Мінець О. Ю.</i> СИСТЕМНО-ДИНАМІЧНИЙ АНАЛІЗ РИНКУ КРИПТОВАЛЮТ	245
<i>Мазур Н. А.</i> ЕЛЕКТРОННА ТОРГІВЛЯ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ.....	247
<i>Луняка Є. Є., Кислюк Л. В.</i> РИНОК СПЕЦІЙ ТА ПРЯНОЦІВ В УКРАЇНІ: СУЧАСНИЙ СТАН	249
<i>Маматова Л. Ш.</i> ВИКОРИСТАННЯ СМАРТ-КОНТРАКТІВ У БІЗНЕСІ	251
<i>Лактіонова О. Ю.</i> ЦИФРОВИЙ АНАЛІЗ У ФІСКАЛЬНОМУ УПРАВЛІННІ БЮДЖЕТУ МІСТА МАРІУПОЛЬ	254
<i>Майборода Г. О.</i> СУЧАСНИЙ СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ХЛІБОПЕКАРСЬКОЇ ГАЛУЗІ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ	256
<i>Маматова Л. Ш.</i> ВИКОРИСТАННЯ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ ЯК ФАКТОРА ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ	258
<i>Мацкевич Ю. І., Гай І. А.</i> ТРАНСФОРМАЦІЯ ФІНАНСОВИХ РИНКІВ І ФІНАНСОВИХ СИСТЕМ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ	260
<i>Мігай Н. Б.</i> ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ БІЗНЕСУ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ	261
<i>Нумонова Н. Р.</i> АЛГОРИТМЫ КЛАССИФИКАЦИИ В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ.....	263
<i>Немченко А. Д.</i> АВТОМОБІЛЬНИЙ ТРАНСПОРТ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ	266

осознать, что их выживание в суровых рыночных условиях возможно благодаря внедрению и активному использованию современных информационных технологий.

Анализ практики функционирования отечественных и зарубежных предприятий сферы услуг показывает, что развитие данной сфере происходит в результате активного и эффективного использования современных информационных технологий. Но, следует отметить, что эффективное использование информационных технологий зависит от качества человеческого капитала, т.е. от квалификации персонала. Следовательно, наряду с активным внедрением информационных технологий в процессе управления и функционирования предприятий сферы услуг необходимо привлекать квалифицированных кадров и организовать курсы повышения квалификации и переобучать персонал предприятия. Это особенно актуально в быстроизменяющемся мире новых технологий и возможностей их повсеместного использования.

Таким образом, в конце отметим, что развитие предпринимательской деятельности в сфере услуг непосредственно зависит от применения информационных технологий. Повышение устойчивости функционирования и обеспечения конкурентоспособности достижимо при эффективном использовании современных информационных технологий. Кроме того использование информационных технологий способствует появлению новых видов услуг и форм их предоставления, растет производительность труда, сокращаются расходы, что приведет к росту и развитию бизнеса в сфере услуг.

Список использованных источников:

1. Филиппов, М. В. Влияние информационных технологий на конкурентоспособность предприятий сферы сервиса [Электронный ресурс] / М. В. Филиппов // Бизнес. Образование. Право. – 2011. – № 1 (14). – С. 82–84. – Режим доступа: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=16339987>
2. Экономика и управление в сфере услуг современное состояние и перспективы развития: материалы X Всероссийской научно-практической конференции (Санкт-Петербург, 5 февраля 2013 г.). – СПб., 2013. – 154 с.
3. Яненко, М. Б. Информационные технологии в управлении маркетинговой деятельностью в сфере сервиса / М. Б. Яненко, М. Е. Яненко // Известия УрГЭУ. – 2009. – № 2 (24). – С. 45–51.

МАРКЕТИНГОВІ ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ В ПРОСУВАННІ КРАФТОВОЇ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ

Куліш Т. В.¹⁶⁵

Сучасний рівень нестабільності економічного розвитку, зростання внутрішніх та зовнішніх загроз вимагають від підприємств впровадження нових

¹⁶⁵ канд. екон. наук, доцент, Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного (Україна)

інструментів, що дозволяють їм бути гнучкими, рухливими та швидко пристосуватися до змін навколишнього бізнес середовища. Особливо підприємці це відчули в умовах пандемії Covid-19, коли більшість підприємств змушені були переглянути свої стратегічні пріоритети та перейти на нові технології налагодження взаємовідносин з клієнтами, використовуючи технології цифрового маркетингу. Діджиталізація в бізнесі є рушійною силою, що сприяє його просуванню.

Перевагами використання цифрових технологій в налагодженні взаємовідносин зі споживачами є: конкурентні переваги за рахунок поліпшення клієнтського досвіду, оптимізація робочого процесу, економія часу та підвищення продуктивності; покращення зовнішніх та внутрішніх комунікацій; можливості крос-продажів/upsell-продажів, що дозволить вийти на новий рівень обслуговування клієнтів і заохочення їх до придбання більшої кількості продуктів.

Питання застосування інструментів цифрового маркетингу в систему просування продукції підприємств досліджувалися у наукових працях вітчизняних та зарубіжних вчених: Окландер М. А. Решетнікова І. Л., Сокіл Я. С., Єременко Ю. О. та інші. Однак, у більшості наукових праць питання, що пов'язані з просуванням продукції мають більш загальний характер та не враховують особливостей галузевого ринку.

Метою статті є структуризація маркетингових цифрових технологій та вибір оптимальних для просування крафтової продукції підприємств.

Так, під крафтом розуміють невелике виробництво, що виробляють локальну продукцію високої якості. Часто виробництвом крафтової продукції займається родина. Також початком крафтового виробництва продукції може бути хобі, яке згодом перетворюється в бізнес. Більшість виробників, що виробляють крафтову продукцію концентрують свої зусилля саме на процесі виробництва та зіштовхуються з проблемою пошуку клієнтів та реалізації виробленої продукції.

При виборі засобів, інструментів та технологій просування продукції необхідно враховувати особливості ринку, рівень попиту та пропозиції, інтенсивність та дії конкуренції. Не існує єдиного набору інструментів та технологій, що можна використати для ефективного просування продукції підприємства та отримати бажаний рівень прибутку. Необхідно враховувати специфіку бізнесу, можливості зовнішнього середовища та власні ресурси.

При реалізації крафтової продукції необхідно створити бренд свого виробництва, так як продукція високої якості повинна мати своє ім'я. Бренд зробить продукцію впізнаваною для споживачів та підвищить конкурентні можливості виробника. При просуванні крафтової продукції можливо використання прямого маркетингу, тобто встановлення особистого контакту з потенційними клієнтами або реалізовувати продукції через посередників, що дозволить збільшити обсяги продажу.

Для налагодження взаємовідносин з клієнтами та споживачами важливим створення власного сайту на якому можна замовити продукцію та отримати її

поштою. Для роботи зі споживачами і клієнтами на сайті необхідно розмістити інформацію про продукцію, її корисні властивості, відео з технологією виробництва продукції. Також крафтову продукцію доцільно представляти на тематичних платформах, використовувати такі рекламні методи як контекстна та таргетована реклама в соціальних мережах. Участь на ярмарках і виставках з проведенням дегустацій або майстер класів Дуже важливим є налагодження партнерських відносин з виробниками суміжної продукції для об'єднання зусиль по просуванню продукції. Наприклад, якщо діяльність пов'язана з виробництвом продукції бджільництва доцільно налагодити взаємовідносини з виробниками трав'яних чаїв, сухофруктів, сиру, хлібних снєків та продуктів здорового харчування. При цьому реклама продукції підприємства буде розміщена на сайтах партнерів і пропонуватися як супутній товар, і навпаки їх продукція пропонуватиметься доповнюючим товаром на сайті підприємства, можливе формування спільних подарункових наборів. Також важливим інструментом для залучення покупців при реалізації крафтової продукції є сарафанне радіо та позитивні відгуки задоволених клієнтів на сайті підприємства. При великій кількості клієнтів доцільно використовувати CRM - системи в просуванні продукції, а також технології BigData, та залучати самих споживачів у процеси створення та просування продукції.

Залучення інструментів діджиталізації в процес просування крафтової продукції дозволить реалізувати продукцію через сайт та соціальні мережі, налагодити взаємовідносини з клієнтами, здійснювати пошук нових клієнтів, отримати синергійний ефект в просуванні за рахунок налагодження взаємовідносин з виробниками суміжної продукції.

Список використаних джерел:

1. Від ідеї до власної справи : навч. посіб. / А. С. Коноваленко [та ін.]. – Мелітополь, 2017. – 250 с.
2. Куліш, Т. В. Маркетингові дослідження як основа прийняття управлінських рішень [Електронний ресурс] / Т. В. Куліш // Формування ринкової економіки : зб. наук. праць / КНЕУ. – К., 2011. – Ч. 2. – С. 142–149. – Режим доступу: <http://ir.kneu.kiev.ua:8080/handle/2010/1157>
3. Легеза, Д. Г. Влияние маркетинговых факторов на конкурентоспособность предприятий Украины / Д. Г. Легеза // Вестник Кыргызского Национального университета им. Ж. Баоасагина. – Бишкек, 2015. – № 6. – С. 115–127.
4. Сокіл, Я. С. Формування стратегії розвитку ринку / Я. С. Сокіл // Формування ефективних механізмів господарювання : колективна монографія / за ред. Ф. В. Зинов'єва. – 2-е вид. – Саки, 2013. – С. 15–23.
5. Решетнікова, І. Л. Використання інтернет-технологій в маркетингу сфери послуг / І. Л. Решетнікова, Ю. О. Єременко // Маркетинг в Україні. – 2014. – № 5. – С. 47–58.
6. Окландер, М. А. Цифровий маркетинг як форма реалізації концепції маркетингу ХХІ сторіччя / М. А. Окландер // Маркетинг та логістика в системі менеджменту : матеріали ХІ Міжнар. наук.-практ. конф. (Львів, 3–5 листоп. 2016 р.). – Львів, 2016. – С. 194–195.