



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.

DigEco



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., Камишников 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> ДВНАДЦЯТЬ 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>Amelnytska 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 AUGMENEDED 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., Кафтанатій 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 ЦИФРОВІЗАЦИИ 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

розробленням своєї екологічної політики, яка буде визначати ступінь екологічної відповідальності та рівень зобов'язань щодо збереження навколишнього середовища.

Список використаних джерел:

1. Шлапак, Н. С. Екологічний менеджмент [Електронний ресурс] : підручник / Н. С. Шлапак, В. С. Волошин, Т. В. Серкутан. – Маріуполь : ПДТУ, 2016. – 205 с. – Режим доступу: <http://umm.pstu.edu/handle/123456789/10561>
2. Голубков, Е. П. Маркетинг для профессионалов : практический курс : учебник и практикум / Е. П. Голубков. – Москва : Юрайт, 2019. 474 с.
3. Ілляшенко, С. М. Екологічний маркетинг і еколого-економічна безпека / С. М. Ілляшенко, Н. С. Ілляшенко // Вісник Черкаського університету. Серія «Економічні науки». 2003. Вип. 48. С. 162–170.
4. Fernando, Jason Green Marketing. Investopedia [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.investopedia.com/terms/g/green-marketing.asp>
5. Ottman, J. A. Green Marketing : Opportunity for Innovation / J. A. Ottman, W. R. Reilly. – USA : Booksurge Llc, 2006. – 288 p.

**МЕТОД АНАЛІЗУ ІЄРАРХІЙ ЯК ІНСТРУМЕНТ ОБҐРУНТУВАННЯ
ВИБОРУ ТОВАРНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА**

Шквиря Н. О.¹⁹⁶

Важливим інструментом маркетингової діяльності підприємства є товарна стратегія. Розробка товарної стратегії підприємств є ключовим елементом стратегічного планування, оскільки їх діяльність характеризується високим рівнем нововведень, високим ступенем ризику і здатністю швидко адаптуватися до змін у зовнішньому середовищі [2].

Ключовим етапом формування товарної стратегії є прийняття стратегічного управлінського рішення щодо вибору нової продукції, виробництво якої буде ефективним для підприємства [4]. Для цього використовуються не тільки кількісні методи, але і знання багатьох фахівців, системно-аналітичні дослідження, методи моделювання. Результати порівняльного аналізу методів вибору рішень показали, що метод аналізу ієрархій (МАІ) може бути використаний як інструмент обґрунтування вибору товарної стратегії підприємства.

Головним елементом ієрархії є поставлена мета, нижче перераховуються критерії, за якими в подальшому буде здійснено вибір рішення. Наступним рівнем є перерахування обраних альтернатив. Після побудови ієрархії визначаються пріоритети її елементів за допомогою методу парних порівнянь: виділяються матриці порівнянь критеріїв та матриці порівнянь альтернатив за критеріями. Далі проводиться перевірка суджень на узгодженість (кожне судження має дотримуватися необхідна умова - ставлення узгодженості має бути менше або дорівнює 0,1). Результатом застосування методу аналізу ієрархій є кількісна

¹⁹⁶ канд. екон. наук, доцент, Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного (Україна)

оцінка альтернатив, вибраних користувачем. Чим вище оцінка альтернативи, тим дана альтернатива краще для вирішення поставленого завдання.

Застосуємо метод аналізу ієрархій для вибору видів молочної продукції при реалізації товарної стратегії на прикладі ПрАТ «Юрія», яке є провідним виробником молока та молочної продукції. В результаті проведення маркетингового дослідження за допомогою анкетування було визначено критерії для аналізу ієрархій - попит, експортні можливості, ефективність, рівень конкуренції, конкурентоспроможність, альтернативами виступають можливі види продукції для підприємства. В результаті вихідна задача може бути представлена у вигляді такої ієрархії – таблиця 1.

Таблиця 1 – Вихідні дані для аналізу ієрархій

Критерії		Альтернативи	
K1	попит	A1	сметана
K2	конкурентоспроможність	A2	йогурт
K3	експортні можливості	A3	кефір
K4	рівень конкуренції	A4	масло
K5	ефективність		

Джерело: власні дослідження

За допомогою методу аналізу ієрархій визначили, що найбільш важливими критеріями вибору продукції для виробництва при реалізації товарної стратегії є ефективність, попит і конкурентоспроможність.

Сформувавши з отриманих нормованих власних векторів матриць попарного порівняння альтернатив матрицю, помноживши її на власний вектор матриці попарного порівняння критеріїв щодо головного критерію, і пронумерувавши отриманий вектор в результаті отримали значення: 0,123; 0,387; 0,192; 0,298 (таблиця 2).

В результаті застосування методу аналізу ієрархій встановили, що для реалізації товарної стратегії ПрАТ «Юрія» найбільш ефективними для виробництва будуть масло та йогурт.

Таблиця 2 – Результати аналізу ієрархій

Продукція	K1	K2	K3	K4	K5	Вектор глобального пріоритету
Сметана	0,10	0,21	0,17	0,12	0,01	0,123
Йогурт	0,42	0,31	0,29	0,29	0,61	0,387
Кефір	0,12	0,27	0,21	0,14	0,06	0,192
Масло	0,23	0,21	0,20	0,27	0,19	0,298

Джерело: власні дослідження

Отже, метод аналізу ієрархій може застосовуватися для обґрунтування вибору товарної стратегії підприємств, так як дозволяє проаналізувати критерії та альтернативи вибору, базуючись не тільки на людській інтуїції, а й на більш математичних методах, таких як матриці порівнянь і є ефективним засобом для отримання результату.

Список використаних джерел:

1. Від ідеї до власної справи : навч. посіб. / А. С. Коноваленко [та ін.]. Мелітополь : Люкс, 2017. 278 с.
2. Шквиря, Н. О. Розробка товарної стратегії підприємства / Н. О. Шквиря // Економічна аналітика: сучасні реалії та прогностичні можливості: зб. матеріалів Міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 19 квітня 2019 р.) / КНЕУ. – Київ, 2019. – С. 67–71.
3. Шквиря, Н. О. Інформаційне забезпечення інноваційних рішень на засадах маркетингу [Електронний ресурс] / Н. О. Шквиря // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). – Мелітополь, 2013. – № 2 (5). – С. 288–293. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/znptdau_2013_2\(5\)_40](http://nbuv.gov.ua/UJRN/znptdau_2013_2(5)_40)
4. Шквиря, Н. О. Обґрунтування вибору маркетингової стратегії молокопереробного підприємства [Електронний ресурс] / Н. О. Шквиря // Інфраструктура ринку. – 2019. – Вип. 29. – С. 324–329. – Режим доступу: http://www.market-infr.od.ua/journals/2019/29_2019_ukr/52.pdf
5. Шквиря, Н. О. Маркетингові дослідження як інструмент визначення стратегічних напрямків розвитку підприємства [Електронний ресурс] / Н. О. Шквиря, Я. С. Сокіл // Збірник наукових праць ТДАТУ імені Дмитра Моторного (економічні науки). – Мелітополь. – 2020. № 2 (42). – С. 214–219. – Режим доступу: <http://elar.tsatu.edu.ua/handle/123456789/13675>

**РАЗВИТИЕ СИСТЕМЫ КОНТРОЛЛИНГА В МЕНЕДЖМЕНТЕ
ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ УСЛУГ НА ОСНОВЕ БЕНЧМАРКИНГА**

Саидова Г. Б.¹⁹⁷

На современном этапе развития предприятий сферы услуг Республики Таджикистан вопросы изучения и применения передового опыта все еще остаются актуальными применение новых инструментов контроллинга позволяет создать эффективную систему и практику разработки и принятия управленческих решений. Как показывает практика технология менеджмента, ориентированная на выявление и использование лучшего опыта работы в определенной области, является одним из важнейших достижений теорий и практики управления. Такая практика в системе управления предприятием называется бенчмаркингом, который является важнейшим инструментом и новой формой контроллинга.

Следует отметить, что «в основе бенчмаркинга лежит концепция постоянного совершенствования деятельности, которое предусматривает непрерывный цикл планирования, координации, мотивации и оценки действий в целях устойчивого улучшения работы организации» [1, с. 24].

В современных условиях бенчмаркинг становится важным инструментом анализа рыночной ситуации и оценки конкурентных позиций предприятия, на основе которых принимаются стратегические решения. Реалии показывают, что в

¹⁹⁷ студент, Таджикский национальный университет (Таджикистан)