



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.

*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**

<b>SECTION 1 RESEARCH OF MECHANISMS OF STRATEGIES REALIZATION OF DIGITAL DEVELOPMENT OF ECONOMY .....</b>	<b>4</b>
<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
<b>SECTION 2 PROBLEMS OF INVESTMENT AND INNOVATION ACTIVITIES OF ENTERPRISES IN THE CONDITIONS OF DIGITALIZATION .....</b>	<b>100</b>
<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 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>Ходжиев 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
<b>SECTION 3 INFORMATION TECHNOLOGY IN THE DIGITAL ECONOMY .....</b>	<b>193</b>
<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

2. Hine, T. *The Total Package: The Evolution and Secret Meanings of Boxes, Bottles, Cans, and Tubes*, 2004.

3. Voskolovitch, N. A. Особенности развития сферы услуг в современных условиях, Digest of articles “Socio-economic problems of certain service industries”, Lomonosov Moscow state university, Faculty of Economics, Moscow, 2017, 199 p.

## **DIGITAL COMMUNICATION TOOLS FOR ONLINE BUSINESS**

*Sokil Ya. S.<sup>6</sup>  
Sokil O. H.<sup>7</sup>*

The modern economy environment and theoretical substantiation record the emergence of new marketing communication roles, increasingly actualizing the crucial role of building an online customer relationship management. The researchers note a steady decline in the effectiveness of traditional communication tools and media and the degree of trust in them for all the growing importance of Internet communications. Among the reasons the following are generalized: society information development and an increase in the audience of the Internet, a change in consumer psychology and consumer characteristics of millennials, striving for omnichannel, personalization of interaction and blurring of boundaries between online and offline space, an increase in the consumer communication activity and the intensity of their experience exchange.

The online stores' advantages are the ability to offer customers a wide assortment, in stock and on order, automatic registration and immediate customer support, accepting payments in various ways for the client's convenience. The author considers the main digital communication tools by the example of the online store as follows:

- the market share of online sales of toys is growing every year;
- there is no seasonal occurrence, and the highest stage of sales is observed before the holidays;
- minimum start-up capital, since the initial costs do not include the rental of premises (only the creation and content of the site);
- in online stores, toys are more popular, which are more expensive in traditional stores (1/3 of all sales);
- no territorial limitations since the goods can be sold anywhere in the country and even abroad;
- the possibility of product differentiation doesn't limit by the storage capacity – the store manager adds a commodity item to the site;
- convenient end-to-end web analytics allows a store owner to track user actions on the site and their preferences and analyze efficiency;
- automation of the online store – the process of choosing and making a purchase by the user requires virtually no personnel.

The main communication tools of Internet marketing for the researched business:

---

<sup>6</sup> Ph.D., assoc. prof., Dmytro Motornyi Tavria State Agrotechnological University (Ukraine)

<sup>7</sup> D.Sc., prof., Dmytro Motornyi Tavria State Agrotechnological University (Ukraine)

1. Own website and social media channels with quality content in reliance on a single concept in the sales promotion of baby goods. Active communication (buzzing) with actual and potential consumers in live broadcasts, in comments under publications, publication of stories with the demonstration of novelties and the most popular positions of the store, placement of own and customer video reviews of goods, acceptance of orders, and personal communication in private messages. Marketing strategy involves integration with the services needed to automate the processes of online business and self-service consumers: marketplaces, payment services, delivery services.

2. Price comparison services in online stores.

3. Placement of goods on integrator sites.

4. Website SEO-promotion and LSI-copywriting – site optimization for search engines (keyword research, paid listings, competitive analysis and other services that will increase search traffic to the site).

5. Contextual advertising – generating ads on Google Advertising services and demonstrating to users on search engines.

6. Targeted advertising, shown to the target audience, as determined by the main segmentation criteria.

7. Advertising in profile communities.

8. Promoting a personal brand – an acquaintance of the audience and subscribers with their own happy family, providing advice on raising children, acting as an expert.

Internet marketing is closely related to the concept of the conversion funnel. Conversion is the audience's transition from the visitors to the consumers as follows their implementation of the target action (purchase of goods, news' subscriptions). In turn, the conversion funnel is a visualization of the conversion process stages.

The business activity efficiency in the Internet is assessed using the following digital KPIs and metrics: website traffic and website visits per marketing channel (website monitoring tools); sessions (the number of visits company's websites receives) and average session duration (general indicator of how long visitors spend on your site entirely); bounce rate (the percentage of users who leave from your website after viewing only one page); conversion rate (the number of conversions made on your site); cost per acquisition (CPA is relevant when you have returning customers), cost per click (both pay-per-click marketing); click-through rate (CTR shows how effectively your website's call-to-actions attract user's attention and make them click for more information); page views (the total number of viewed pages); traffic by source (this metric tells precise where your website visitors are coming from); email open rate (EMR measures the number of users who open email as compared to the overall number of those who received it) [1, 2].

For the business, it will be valuable to calculate the indicator that determines the "return" from one client concerning how much it cost to attract. As a result of this ratio, the marketer concluded the unprofitability of the business, the loss of funds from each new customer (buyer), the efficiency of the existing business model, or growth potential per the possibility of using the economic effect of scale.

**References:**

1. Jagdeep Singh, Gyaneshwar S. Kushwaha, Mamta Kumari Role of KPIs and Metrics in Digital Marketing // *Research Review International Journal of Multidisciplinary*. 2019. N 4. P. 1053–1058.
2. Lehkyy O. A., Sohatskaya, O. M. The effectiveness of digital marketing communications: from setting goal to result assessment // *Marketing and digital technologies*. – 2017. – № 2. – P. 4–31.
3. Sokil Ya. The problem of the modern consumer's choice forming the Internet space. *Problems and prospects of agro-industrial complex sustainable development* // Proceedings of the International scientific-practical conference. (Melitopol', April 14, 2015). Melitopol'. – Melitopol, 2015. – P. 128–129.

**IT IMPLEMENTATION IN MODERN TRANSPORT SYSTEMS**

*Ukrainskyi Y.<sup>8</sup>*

The active growth of transport systems and the problems associated with this process (traffic congestion, reduced road safety, an increase in the negative impact of transport on the environment) require new approaches in developing solutions. The experience of integrating information management systems into technological processes and transport systems allows us to conclude that it is advisable to introduce them into the urban logistics system.

The main task of information systems in transport is the collecting and processing of information in accordance with the goals and objectives of the transport management system.

A promising direction for the development of information transport systems in large industrial areas is the construction of a road traffic coordination center, with the help of which it is possible to reduce the number of traffic jams and create an opportunity for planning travel routes by public transport and a private car, taking into account transport corridors connecting links of one technological supply chain of industrial cargo flows from producer to consumer.

The main advantages of the introduction of information systems in transport are an increase in throughput, a decrease in the level of accidents and toxic emissions, a decrease in energy consumption, an increase in the quality of the network's functioning is realized by providing each participant in the movement with information on the optimal routes.

The rapid growth of motorization, in addition to negative aspects for transport systems, has a number of negative consequences for human health and the environment. Many cities are already suffering from the effects of climate change, and data indicates that road transport, which is still heavily dependent on oil, generates 14 % of global greenhouse gas emissions. These emissions have a direct impact on human health through air pollution and respiratory effects.

---

<sup>8</sup> Senior lecturer, SHEI "Pryazovskyi State Technical University" (Ukraine)

It should be noted that the development and implementation of information systems are associated with significant costs, but given their strategic importance for the development of transport systems in large industrial regions, it is extremely important to create elements of these systems and develop the latter, taking into account the inevitable need to build an integrated information system in transport, one of the tasks of which will be monitoring the concentration of harmful emissions from vehicles in the most dangerous areas.

In accordance with the general, general concept for the development of transport systems, concepts and specific plans for the development of road, cargo and passenger transport subsystems are selected, coordinated by a common information system in each large industrial region.

It is assumed that the collection of information about traffic flows is carried out at certain points in the road network using traffic detectors. When processing information, the macroscopic parameters of the traffic flow are taken into account: traffic intensity, speed of traffic flow and its density.

The expediency of the early implementation of intelligent systems in transport is also determined by the fact that in the city-logistics environment, transport managers and municipal administrative bodies for the first time acquire the opportunity to receive operational and most objective data on the work of both passenger and other types of transport, as well as a fundamentally new opportunity operatively control and, therefore, manage the safety of the operation of transport systems, in the first place - transport systems of industrial areas.

Thus, the construction of information systems in transport is a natural stage in meeting the modern high demands of the population for transport services in large industrial areas and brings, in addition to economic benefits, a significant social effect.

#### **References:**

1. Börjesson, M., J. Eliasson, M. B. Hugosson, and K. Brundell-Freij (2012). The Stockholm Congestion Charges–5 Years *Effects, Acceptability and Lessons Learnt*. *Transport Policy* 20: pp. 1–12. doi:10.1016/j.tranpol.2011.11.001
2. Brown, T., Schlachtberger, D., Kies, A., Schramm, S., & Greiner, M. (2018). Synergies of sector coupling and transmission reinforcement in a cost-optimised, highly renewable European energy system. *Energy*, 160, pp. 720–739.
3. Dimitrios Rizopoulos, Domokos Esztergár-Kiss. (2020). A Method for the Optimization of Daily Activity Chains Including Electric Vehicles. *Energies* 13:4, 906 p.
4. Gössling, S. *The Psychology of the Car: Automobile Admiration, Attachment, and Addiction*. Amsterdam, Netherland : Elsevier, 2017.
5. Hedenus, F., Karlsson, S., Azar, C., & Sprei, F. (2010). Cost-effective energy carriers for transport – The role of the energy supply system in a carbon-constrained world. *International Journal of Hydrogen Energy*, 35(10), pp. 4638–4651.
6. Nello-Deakin, S. (2019). Is There Such a Thing as a ‘Fair’ Distribution of Road Space? *Journal of Urban Design*, 24 (5), pp. 698–714.