



**DMYTRO MOTORNYI TAVRIA STATE  
AGROTECHNOLOGICAL UNIVERSITY**

**INTERNATIONAL  
SCIENTIFIC-PRACTICE  
CONFERENCE**

**DIGITAL BUSINESS  
TRANSFORMATION**

**challenges and  
opportunities for  
partnership**

**Melitopol, September 9-10, 2021**



This project has been funded with support from the European Commission. This document 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

Цей проєкт фінансується за підтримки Європейської Комісії. Цей документ відображає лише погляди автора, і Комісія не несе відповідальності за будь-яке використання інформації, що міститься в документі.



**DMYTRIO MOTORNYI  
TAVRIA STATE  
AGROTECHNOLOGICAL  
UNIVERSITY**

## EDITORIAL BOARD

**Kyurchev Volodymyr**, Doc.Tech.Sc., Prof, rector, Dmytro Motornyi Tavria State Agrotechnological University

**Zaneta Simanavičiene**, Habilitated professor, Head of Lab Sustainable Innovations, Mykolas Romeris University, Lithuania

**Darya Legeza**, Doc.Ec.Sc., Prof., Head of Marketing department, Dmytro Motornyi Tavria State Agrotechnological University

**Yana Sokil**, PhD, Ass. Prof., Dmytro Motornyi Tavria State Agrotechnological University

**Marina Tropmann-Frick**, Dr.-Ing, Prof. Hamburg University of Applied Sciences

**Boštjan Brumen**, Dr., Professor for Technologies in Tourism, Faculty of Tourism, University of Maribor

**Ukilai Kerimova**, Doc.Ec.Sc., Prof., Academician of the National academy of sciences of Kazakhstan, Kazakh national agrarian university

**Victoriya Gonchar**, Doc.Ec.Sc., Prof., Head of Marketing and Business - Administration Department, Pryazovskyi State Technical University

**Liliya Filipishyna**, Doc.Ec.Sc., Prof., Academician of the Academy of Economic Sciences, Director of Innovation Centre, Pervomaisk branch of the National University of Shipbuilding named after Admiral Makarov

**Natalia Mazur**, Doc.Ec.Sc., Prof., Head of the Department of Economics of Enterprise, Kamianets-Podilskyi Ivan Ohienko National University

**Yuliya Bogoyavlenska**, PhD, Assoc. Prof., Associate Professor of the Department of Digital Economics and International Economic Relations, Zhytomyr Polytechnic State University

**Farhod Ahrorov**, PhD, Ass. Professor, Deputy Director, Samarkand Branch of Tashkent State University of Economics

**Firuz Kodirov**, PhD, Ass. Prof., Vice-Rector for International Relation, Tajik State Finance and Economics University



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

This project has been funded with support from the European Commission. This document 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.

Цей проект фінансується за підтримки Європейської Комісії. Цей документ відображає лише погляди автора, і Комісія не несе відповідальності за будь-яке використання інформації, що міститься в документі.



**DMYTRO MOTORNYI  
TAVRIA STATE  
AGROTECHNOLOGICAL  
UNIVERSITY**

# **INTERNATIONAL SCIENTIFIC- PRACTICE CONFERENCE**

## **DIGITAL BUSINESS TRANSFORMATION**

### **challenges and opportunities for partnership**

*Materials of International  
scientific-practice conference*

**Melitopol, September 9-10, 2021**



This project has been funded with support from the European Commission. This document 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

Цей проєкт фінансується за підтримки Європейської Комісії. Цей документ відображає лише погляди автора, і Комісія не несе відповідальності за будь-яке використання інформації, що міститься в документі.



DMYTRO MOTORNYI  
TAVRIA STATE  
AGROTECHNOLOGICAL  
UNIVERSITY

УДК 338:658.5:004.031  
ББК 65.509ф.с51я431

**Digital Business transformation: challenges and opportunities for partnership:** Materials of International scientific-practical conference (Melitopol, September 9-10, 2021) / editorial board D. Legeza, Y. Sokil [et al.] / TSATU. – Melitopol : LLC COLOR PRINT, 2021. – 208 p.

**ISBN 978-617-7882-14-4**

**Organized by** Dmytro Motornyi Tavria State Agrotechnological University, Marketing Department

Materials of International scientific-practice conference Digital Business transformation: challenges and opportunities for partnership (September, 9-10, 2021) reveal wide-range topics of digitalization of economics. The conference was organized in the framework of ERASMUS+ CBHE project “Digitalization of economic as an element of sustainable development of Ukraine and Tajikistan” / DigEco 618270-EPP-1-2020-1-LT-EPPKA2-CBHE-JP  
Materials presents the author's edition

© LLC COLOR PRINT, 2021  
© DMYTRO MOTORNYI TAVRIA STATE AGROTECHNOLOGICAL UNIVERSITY, 2021  
© MARKETING DEPARTMENT, 2021



This project has been funded with support from the European Commission. This document 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

Цей проект фінансується за підтримки Європейської Комісії. Цей документ відображає лише погляди автора, і Комісія не несе відповідальності за будь-яке використання інформації, що міститься в документі.

## ЗМІСТ

<b>Звернення ректора</b>	4
<b>Есполов Т.И., Керимова У.К., Алексеева М.А., Есенгазієва С.К.</b> ЦИФРОВІЗАЦІЯ – КЛЮЧЕВОЙ ФАКТОР РАЗВИТИЯ АПК	10
<b>СЕКЦІЯ 1: ЦИФРОВІ БІЗНЕС-МОДЕЛІ ТА ІНСТРУМЕНТИ ДЛЯ ВПРОВАДЖЕННЯ У МАРКЕТИНГУ І ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ</b>	15
<b>Арестенко Т.В., Шквиря С.В.</b> РИНОК МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ У СИСТЕМІ SMM	15
<b>Ахтоян А.Н., Семеняк Ю.</b> DIGITAL АКТИВНІСТЬ РИТЕЙЛУ В БОРОТЬБІ ЗА ПОКУПЦЯ	18
<b>Богоявленська Ю.В., Прокопчук М. Б.</b> ЦИФРОВІ БІЗНЕС-МОДЕЛІ В ІНДУСТРІЇ 4.0	21
<b>Бондарчук В.В.</b> ВИКОРИСТАННЯ ЦИФРОВОГО СЕРЕДОВИЩА СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ ДЛЯ МАРКЕТИНГУ	24
<b>Буднікевич І.М., Бастратов Д.А., Міхалчан Д.М.</b> НАПРЯМКИ ЗАСТОСУВАННЯ ТЕХНОЛОГІЙ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ В ПРОСУВАННІ ЛЮКСОВИХ БРЕНДІВ	25
<b>Живко З.Б., Стадник М.Є., Головач Т.М.</b> ШЛЯХИ ВПРОВАДЖЕННЯ ІНДУСТРІЇ 4.0 В УКРАЇНІ: ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ	28
<b>Крупенна І.А.</b> ОГЛЯД ПРОПОЗИЦІЇ МАРКЕТИНГОВИХ ЦИФРОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ ВІД СТАРТАП-ПРОЄКТІВ В ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ ТА ПОДОРОЖЕЙ	31
<b>Куліш Т.В.</b> ЦИФРОВІ ІНСТРУМЕНТИ АНАЛІЗУ КОНКУРЕНТІВ ПІДПРИЄМСТВ	35
<b>Лаврук О.С.</b> ПЕРЕВАГИ ВИКОРИСТАННЯ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ	38
<b>Лебедка А.А., Куліш Т.В.</b> ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ, ЯК ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ ОРГАНІЗАЦІЇ	40
<b>Маркевич К.Л.</b> ЦИФРОВІЗАЦІЯ: ПЕРЕВАГИ ТА ШЛЯХИ ПОДОЛАННЯ ВИКЛИКІВ	42
<b>Прядко О.М., Олініченко К.С.</b> ТРАНСФОРМАЦІЯ БІЗНЕС-МОДЕЛЕЙ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ	45
<b>Саранча І.Г.</b> МЕТОДИКА НАВЧАННЯ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ В УМОВАХ ІНКЛЮЗИВНОЇ ОСВІТИ	48
<b>Сокіл Я.С., Сокіл О.Г.</b> ВПЛИВ МЕДІАКАНАЛІВ НА ПОЗИЦІОНУВАННЯ БРЕНДУ	51

This project has been funded with support from the European Commission. This document 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.

Цей проєкт фінансується за підтримки Європейської Комісії. Цей документ відображає лише погляди автора, і Комісія не несе відповідальності за будь-яке використання інформації, що міститься в документі. [Кафедра маркетингу ТДАТУ](#)

<b>Фостолович В. А.</b>	
ВПЛИВ ЦИФРОВИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ НА ФОРМУВАННЯ СУЧАСНИХ МАРКЕТИНГОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ В УМОВАХ ІННОВАЦІЙНОГО БІЗНЕСУ	54
<b>Цурська Б. Г.</b>	
ПЕРСОНАЛІЗАЦІЯ ЯК ЕЛЕМЕНТ ЦИФРОВОЇ БІЗНЕС МОДЕЛІ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	57
<b>Чаплінський В.Р.</b>	
ОСОБЛИВОСТІ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ ЕКОНОМІКИ. СОВІТ® 2019	59
<b>Чміль Г.Л.</b>	
ТОРГОВЕЛЬНИЙ КЛАСТЕР ЯК СКЛАДНА МЕГАФУНКЦІОНАЛЬНА СИСТЕМА ВЗАЄМОДІЇ СТЕЙКХОЛЕДРІВ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ	62
<b>Шквиря Н.О., Лещук А.К.</b>	
РОЛЬ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ У РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ	65
<b>СЕКЦІЯ 2: ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ «ONE BELT, ONE WAY»</b>	<b>68</b>
<b>Polupanova K., Plyasetska V.</b>	
DIGITAL SECURITY OF INTERNATIONAL TRANSPORTATION FROM CENTRAL ASIA TO EASTERN EUROPE	68
<b>Khadjinova E., Bincheva P.</b>	
INFLUENCE OF THE ONE BELT ONE ROAD INITIATIVE ON CUSTOMER PROFILE OF FOOD CONSUMPTION IN THE DIGITAL AGE	70
<b>Yesbergen R., Yessengaziyeva S.</b>	
TECHNOLOGIES OF EFFECTIVE PROJECT MANAGEMENT IN THE AGRICULTURAL SECTOR	72
<b>Ahrorov F., Legeza D.</b>	
MODERN APPROACHES FOR STORYTELLING: CASE FOR EUROPEAN AND ASIAN PRODUCERS	76
<b>Legeza D., Wei Feng, Yessengaziyeva, Sokil D.</b>	
OUTLOOK OF DIGITALIZATION OF SUPPLY CHAIN MANAGEMENT AT BELT AND ROAD INITIATIVE	78
<b>СЕКЦІЯ 3: ВИКОРИСТАННЯ ВЕЛИКИХ ДАНИХ В ПІДПРИЄМНИЦТВІ.</b>	
<b>Секція 4: ЦИФРОВЕ, АНАЛІТИЧНЕ ТА ОБЛІКОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА</b>	<b>81</b>
<b>Filipishyna L.M., Ivata V.V.</b>	
DIGITAL ECONOMY IN PROVIDING A STRATEGY FOR SUSTAINABLE ENTERPRISE DEVELOPMENT	81
<b>Kuralbayeva R.E., Ismailova A.K.</b>	
RISKS IN THE INNOVATION ACTIVITY OF THE AGRO-INDUSTRIAL COMPLEX	84

This project has been funded with support from the European Commission. This document 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.

Цей проєкт фінансується за підтримки Європейської Комісії. Цей документ відображає лише погляди автора, і Комісія не несе відповідальності за будь-яке використання інформації, що міститься в документі. [Кафедра маркетингу ТДАТУ](#)

<b>Komilova M</b> DIGITAL TRANSFORMATION OF FINANCIAL INFRASTRUCTURE OF TAJKISTAN	86
<b>Kuralbayeva R.E., Turdimambetov I.R., Aitmukhanbetova D.A, Ismailova A. K.</b> STATE AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT OF AGRICULTURAL COOPERATION IN THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN	92
<b>Titova O. A.</b> ANALYTIC TOOLS FOR DESIGN THINKING DEVELOPMENT	95
<b>Андрєєва Л.О., Лисак О.І.</b> АУТСОРСИНГ В ДІЯЛЬНОСТІ БІЗНЕС-ОДИНИЦЬ	97
<b>Баранова Ю.Г.</b> ЦИФРОВІЗАЦІЯ ЯК КОМПОНЕНТ ПРИСКОРЕННЯ РОЗВИТКУ ІНТЕГРОВАНОЇ ЗВІТНОСТІ АГРОПІДПРИЄМСТВ	100
<b>Вієцька О.В.</b> МАЙБУТНЄ ОПОДАТКУВАННЯ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ	102
<b>Голуб Н.О.</b> ЦИФРОВІЗАЦІЯ В ОБЛІКУ	105
<b>Живко З.Б., Родченко С.С., Леськів Г.З.</b> ЦИФРОВІЗАЦІЯ СУСПІЛЬСТВА: СУТНІСТЬ, ПЕРЕВАГИ ТА ЗАГРОЗИ	108
<b>Заніздра М.Ю.</b> ЦИФРОВІЗАЦІЯ ТА ЕКОЛОГІЗАЦІЯ ПРОМИСЛОВОСТІ: ГЛОБАЛЬНИЙ ТА УКРАЇНСЬКИЙ АСПЕКТИ	111
<b>Здирко Н.Г.</b> ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ КЛАСИФІКАЦІЇ ЕНЕРГЕТИЧНОГО АУДИТУ В УКРАЇНІ	114
<b>Іванов Д.В.</b> ІНФРАСТРУКТУРНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ У СФЕРІ ПОСТАЧАННЯ ЕЛЕКТРОЕНЕРГІЇ ТА ТЕПЛОНОСІЇВ	117
<b>Кириченко А. В., Додачко С. А.</b> ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ ЯК ЕЛЕМЕНТ СТАЛОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ	119
<b>Коростова І. О.</b> ВЕЛИКІ ДАНІ В МАРКЕТИНГУ	121
<b>Кучеркова С.О.</b> ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ ОБЛІКОВИХ ПРОЦЕСІВ ЯК ОСНОВА ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ	123
<b>Лукова О.С.</b> ПРЕДСТАВЛЕННЯ ІНФОРМАЦІЇ ПРО ФІНАНСОВІ ІНСТРУМЕНТИ ЯК ОБ'ЄКТ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ: ТЕОРЕТИЧНЕ ПОЯСНЕННЯ СУЧАСНИХ ПРОБЛЕМ	126

This project has been funded with support from the European Commission. This document 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.

Цей проєкт фінансується за підтримки Європейської Комісії. Цей документ відображає лише погляди автора, і Комісія не несе відповідальності за будь-яке використання інформації, що міститься в документі. [Кафедра маркетингу ГДАТУ](#)

<b>Мазур Н.А.</b> ЦИФРОВА ЕКОНОМІКА У СВІТІ ТРАНСФОРМАЦІЙ	129
<b>Марченко К.Ю., Куліш Т.В.</b> ЦИФРОВА УКРАЇНА	132
<b>Матвієнко Г.А.</b> ГЛОБАЛЬНІ ТЕНДЕНЦІЇ ЗМІНИ ПОДАТКОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ У ЦИФРОВУ ЕПОХУ	134
<b>Мних О.Б., Камілевська О.В., Брицький Р.Р.</b> СУСПІЛЬНА ЦІННІСТЬ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ В ЕКОНОМІЦІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ	136
<b>Нестеренко О.О., Савицька Н.Л.</b> ТРАНСФОРМАЦІЯ ОБЛІКОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА	139
<b>Ніколашин А.О.</b> РОЗВИТОК ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ ТЕХНОЛОГІЇ БЛОКЧЕЙН В УКРАЇНІ	142
<b>Онегіна В.М.</b> ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ ТА ЇЇ ВИКЛИКИ ДЛЯ ПІДПРИЄМНИЦТВА	144
<b>Підвисоцький Я.В.</b> ОСОБЛИВОСТІ ФІНАНСУВАННЯ БІЗНЕС-ПРОЕКТІВ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ІЗ ЗАСТОСУВАННЯМ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ	147
<b>Попко Є.Ю.</b> ОБЛІКОВЕ ВІДОБРАЖЕННЯ ІНДЕКСАЦІЇ ЖИТЛОВОГО ФОНДУ	149
<b>Редзюк Є. В.</b> ЕКОНОМІКА ПІД ВПЛИВОМ ЦИФРОВІЗАЦІЇ: УКРАЇНА І СВІТ	152
<b>Самохвалова А.Ю., Кучеркова С.О.</b> ФІНАНСОВА ЗВІТНІСТЬ ЯК ОСНОВНЕ ДЖЕРЕЛО ІНФОРМАЦІЇ ПРО ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА	154
<b>Семенець І.В.</b> ВИКОРИСТАННЯ ВЕЛИКИХ ДАНИХ В БАНКІВСЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ	156
<b>Трусова Н.В.</b> ЦИФРОВІЗАЦІЯ ТЕРИТОРІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ	159
<b>СЕКЦІЯ 5: ОСОБЛИВОСТІ СУЧАСНОЇ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ У СФЕРІ ПОСЛУГ</b>	163
<b>Iefimova G., Pashchenko O.</b> DIGITAL PLATFORMS AS A FACTOR OF THE INTERNATIONAL ECONOMY DEVELOPMENT	163
<b>Gorokhova T.</b> DIGITALIZATION OF ECONOMIC AND LEGAL POLITICS IN UKRAINE	165
<b>Pochernina N.</b> DIGITALIZATION AS A FACTOR OF TRANSFORMATION OF EMPLOYMENT POLICY IN THE SPHERE OF SERVICES	168

This project has been funded with support from the European Commission. This document 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.

Цей проєкт фінансується за підтримки Європейської Комісії. Цей документ відображає лише погляди автора, і Комісія не несе відповідальності за будь-яке використання інформації, що міститься в документі. [Кафедра маркетингу ТДАТУ](#)



<b>Афанасьєва О.П.</b> ВПРОВАДЖЕННЯ ЧАТ-БОТІВ В СФЕРУ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ	171
<b>Баранюк Д.С.</b> ВИКОРИСТАННЯ ЦИФРОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ В ПРОГРАМАХ ПРОСУВАННЯ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ	173
<b>Борзенко О. О., Глазова А.Б.</b> ПОГЛИБЛЕННЯ ЦИФРОВОЇ КОНКУРЕНЦІЇ У РІЗНИХ СФЕРАХ	176
<b>Боруцька Ю.З., Руда І.І., Цюцюпа С.В.</b> МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ	178
<b>Жегус О.В.</b> ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ	182
<b>Живко З.Б., Мартин О.М.</b> ТРАНСФОРМАЦІЯ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ В УМОВАХ РОЗВИТКУ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ	184
<b>Кальченко С.В.</b> НАПРЯМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В СИСТЕМІ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ	186
<b>Коноваленко А.С.</b> ПОТЕНЦІАЛ ЦИФРОВІЗАЦІЇ СИСТЕМИ ШКІЛЬНОГО ХАРЧУВАННЯ	189
<b>Кривцун Є.В.</b> НАПРЯМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ ЗА ПРИНЦИПАМИ МОДЕЛІ ЕКОНОМІКИ ЗНАНЬ	192
<b>Крикавський Є.В., Питуляк Н.С.</b> ОСОБЛИВОСТІ ЄДИНОЇ БАЗИ ДАНИХ ЗВІТІВ ПРО ОЦІНКУ НЕРУХОМОСТІ	194
<b>Куцаєва К.</b> НАПРЯМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ НА ЗАСАДАХ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ	197
<b>Мазур Ю.О.</b> ОСОБЛИВОСТІ СТИМУЛЮВАННЯ ІННОВАЦІЙ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ СФЕРИ ПОСЛУГ	199
<b>Черданцева І.Г.</b> НАПРЯМКИ АКТИВІЗАЦІЇ ВИКОРИСТАННЯ МАРКЕТИНГОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ У СФЕРІ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ НА ОСНОВІ ІТ-ТЕХНОЛОГІЙ	201

This project has been funded with support from the European Commission. This document 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.

Цей проєкт фінансується за підтримки Європейської Комісії. Цей документ відображає лише погляди автора, і Комісія не несе відповідальності за будь-яке використання інформації, що міститься в документі. [Кафедра маркетингу ТДАТУ](#)

2. Storytelling with Data: Let's Practice! <https://medium.com/nightingale/lets-practice-storytelling-with-data-f8f4db6b9a94>

3. Knafllic, C. and Madden, C., n.d. *Storytelling with data*. 15 Storytelling Techniques for Amazing Brand Story <https://writtent.com/blog/15-storytelling-techniques-writing-better-brand-story/>

4. Куліш Т.В. Маркетингові цифрові технології в просуванні крафтової продукції підприємств. *Digitalization of the economy as a factor of sustainable development : Materials of International scientific-practical conference (Mariupol, May 25-26, 2021 y.) / editorial board O. Khadzhyanova [et al.] / SHEI "PSTU"*. – Mariupol : PSTU, 2021. – 307 p. c.239-242.

5. Legeza D., Esengazieva S. Crucial challenges of digital marketing in companies of ag engineering industry. *Digitalization of the economy as a factor of sustainable development : Materials of International scientific-practical conference (Mariupol, May 25-26, 2021 y.) / editorial board O. Khadzhyanova [et al.] / SHEI "PSTU"*. – Mariupol : PSTU, 2021. – 307 p. p.207-212.

6. Sokil Ya. S., Sokil O. H Digital communication tools for online business. *Digitalization of the economy as a factor of sustainable development : Materials of International scientific-practical conference (Mariupol, May 25-26, 2021 y.) / editorial board O. Khadzhyanova [et al.] / SHEI "PSTU"*. – Mariupol : PSTU, 2021. – 307 p. c. 15-17.

## OUTLOOK OF DIGITALIZATION OF SUPPLY CHAIN MANAGEMENT AT BELT AND ROAD INITIATIVE

**Legeza D.**, DocEc.Sc., Prof., head of the marketing Department  
*Dmytro Motornyi Tavria State Agrotechnological University*

**Wei Feng**, Professor W, director of the Kazakhstan Research Center,  
*Northwest A&F University*

**Yessengaziyeva**, C.E.Sc., Associate Professor  
*Kazakh National Agrarian Research University*

**Sokil D.**, PhD student  
*Dmytro Motornyi Tavria State Agrotechnological University*

The paper demonstrates the feasibility of enhancing supply chain management by the implementation of digital technologies. Globalization of markets requires the development of current networks between distributors of European and Asian countries. Different traditions, religious notational approaches to business restrain international relations. It is essential to note that entrepreneurs from Post Soviet countries do not have the experience to enter an export market. The main reason is that they used to do business in planning and administrative management system. It means that such enterprises do not know current trends in the global trade of their products, rules of origins, requirements to

This project has been funded with support from the European Commission. This document 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.

Цей проект фінансується за підтримки Європейської Комісії. Цей документ відображає лише погляди автора, і Комісія не несе відповідальності за будь-яке використання інформації, що міститься в документі. [Кафедра маркетингу ТДАТУ](#)

products, export potential of each country, etc. Furthermore, doing business on a national market, numerous enterprises try to mirror their internal management style on an external partnership. For this region, modern digital platforms make international trading between European and Asian countries forceful. The main object of the paper is to reveal current opportunities to enhance networking with a help of digital technologies between countries of Europe and Asia.

The focus of recent research has been on issues of the development Belt and Road Initiative. Supply Chain Management plays a vital role in the collaboration of partners. Therefore, numerous papers explain possible solutions for the implementation of logistics networks. The core challenge lies in contrasting economic factors in European and Asian countries. Hong, Paul, et al. describe the top and base of the pyramid in the world, where all countries are devoted in two groups by various factors [4]. While English-speaking writers pay attention to topics of transportation, ports, and investment, Chinese papers reveal issues of collaboration, cross-border, and e-commerce [5].

Butt et al. emphasize that the core limitations of the Belt and Road Initiative are environmental, economic, and political issues in countries [1]. Nitsche divides all factors into six groups such as transport berries (rail and sea), political, regulative, information, and internal berries [6]. Logistic infrastructure does not meet requirements, such as monitoring traffic and formation of wholesale multinational orders. The creation of digital platforms to enlarge the number of trading partners is the essential solution [2]. Novel digital logistic infrastructure may facilitate blockchain and finance technologies for the creation of a degree of truth. Anyway, one of the most issues of multinational traffic is different customs regulation systems, and government should support the settlement of such a system [3]. The cross-border traffic depends on the time of a product life circle. The more distance is, the shorter the product life circle should be [7]. Belt and Road initiative with a help of unique digital technologies reduce the time of transportation and create novel logistic routes [8].

The prevision research show that the essence directions of development intercontinental relations in the Belt and Road Initiative should include:

1. Settlement product regulation rules and customization;
2. Development of a joint digital platform to inform partners about the potential of flows and traffics;
3. Implement the monitoring system of flows in time.
4. Facilitation of new trade partnership association.

### References:

1. Butt et al. Exploring The Potential Challenges of Belt and Road Initiative for Sustainable Supply Chains: South Asian Perspective. *Transportation Journal*, vol 60, no. 3, 2021, p. 307, <https://doi.org/10.5325/transportationj.60.3.0307>.
2. Chan, Hing Kai et al. Logistics and Supply Chain Innovation in the Context of the Belt and Road Initiative (BRI). *Transportation Research Part E: Logistics And*

This project has been funded with support from the European Commission. This document 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.

Цей проєкт фінансується за підтримки Європейської Комісії. Цей документ відображає лише погляди автора, і Комісія не несе відповідальності за будь-яке використання інформації, що міститься в документі. [Кафедра маркетингу ДДАТУ](#)

*Transportation Review*, vol 132, 2019, pp. 51-56.,  
<https://doi.org/10.1016/j.tre.2019.10.009>.

3. Cui, Li et al. Modeling Cross-Border Supply Chain Collaboration: The Case of the Belt and Road Initiative. *International Transactions In Operational Research*, 2020. <https://doi.org/10.1111/itor.12874>.

4. Hong, Paul et al. Cross-Functional Management and Base-of-Pyramid Issues in Logistics and Supply Chain Management. *Journal of Business Logistics*, vol 40, no. 2, 2019, pp. 76-80. <https://doi.org/10.1111/jbl.12223>.

5. Lee, Paul Tae-Woo et al. Research Trends in Belt and Road Initiative Studies on Logistics, Supply Chains, and Transportation Sector. *International Journal of Logistics Research and Applications*, vol 23, no. 6, 2020, pp. 525-543. <https://doi.org/10.1080/13675567.2020.1828318>

6. Nitsche, Benjamin. Decrypting The Belt and Road Initiative: Barriers and Development Paths for Global Logistics Networks. *Sustainability*, vol 12, no. 21, 2020, p. 9110, <https://doi.org/10.3390/su12219110>.

7. Shen, Bin et al. The Impacts of Logistics Services on Short Life Cycle Products in a Global Supply Chain. *Transportation Research Part E: Logistics And Transportation Review*, vol 131, 2019, pp. 153-167, <https://doi.org/10.1016/j.tre.2019.07.013>.

8. Thürer, Matthias et al. A Systematic Review of China'S Belt and Road Initiative: Implications for Global Supply Chain Management. *International Journal of Production Research*, vol 58, no. 8, 2019, pp. 2436-2453, <https://doi.org/10.1080/00207543.2019.1605225>.

This project has been funded with support from the European Commission. This document 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.

Цей проект фінансується за підтримки Європейської Комісії. Цей документ відображає лише погляди автора, і Комісія не несе відповідальності за будь-яке використання інформації, що міститься в документі. [Кафедра маркетингу ТДАТУ](#)