



**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.



**DMYTRO MOTORNYI  
TAVRIA STATE  
AGROTECHNOLOGICAL  
UNIVERSITY**

## EDITORIAL BOARD

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

**Zaneta Simanaviene**, 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 ЗНАЇЬ	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](#)

# ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ, ЯК ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ ОРГАНІЗАЦІЇ

**Лебедка А.А.**, магістрант

**Куліш Т.В.**, к.е.н., доцент

*Таврійський державний агротехнологічний університет  
імені Дмитра Моторного*

З розвитком впровадження інформаційно-комунікаційних технологій і нових підходів, пов'язують очікувані зміни різних показників операційної діяльності компаній. До таких показників можна віднести: зростання прибутку, скорочення витрат, покращення якості продукції, підвищення продуктивності та безпеки праці, збільшення обсягу та оптимізація виробництва, вихід на нові ринки збуту та залучення нових клієнтів, оптимізація післяпродажного обслуговування та інші [1].

Введення електронних технологій стає все доступнішим з кожним роком. Так за останні 15 років вартість обробки інформації скоротилась в 60 разів, доступу до мережі Інтернет в 40 разів, на збереження інформації – в 25 разів. Більш доступним для організацій стало впровадження відомих алгоритмів, математичних моделей та підходів.

Впродовж останніх 10 років стрімко знижується вартість високотехнологічних гаджетів, таких як смартфони, 3-D принтери, дрони, роботизована техніка. Інтернет стає доступним навіть в найвіддаленіших куточках світу. Так станом на січень 2021 року, кількість інтернет-користувачів по всьому світу складає 4,66 млрд осіб. Це 59,5% від населення планети. Слід зазначити, що фактором прискорення розвитку цифрової економіки стала пандемія COVID-19, яка захопила весь світ. В зв'язку з вимушеною самоізоляцією, з'явилися навички дистанційної роботи та навчання, виникли нові бізнес-моделі, зазнала розвитку роботизація [3]. В результаті цього, можна зазначити, що світ швидко увійшов в нову еру - еру цифрової економіки.

Цифрова трансформація – це процес трансформації підприємства, шляхом перегляду та зміни його бізнес-моделей, маркетингової стратегії, продукції, цілей компанії тощо, шляхом введення сучасних цифрових технологій [1].

Компанії, котрі користуються стрімким ростом технологій та будують нові бізнес-моделі, ґрунтуючись на сучасних цифрових рішеннях, забезпечують суттєве зростання бізнесу. Традиційні ж компанії, які не адаптувалися під роботу в нових умовах цифрової економіки, можуть втратити свої позиції на ринку.

У світі відомо не мало випадків, коли провідні компанії не змогли перебудуватись відповідно до сучасних умов, та втратили свою частку ринку. Це такі компанії як , Nokia, Motorola, Kodak, Facit, MySpace, Blackberry, Memorex. Однак, існує велика кількість прикладів, коли невеликі стартапи перетворились на всесвітньовідомі компанії - Apple, Amazon, Facebook, Microsoft, Google.

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](#)

Можливість різкої втрати частки ринку, зростаючий попит на цифрові продукти і послуги, поява нових бізнес-моделей - ці та інші чинники вивели цифрову трансформацію на перше місце в пріоритетах компаній, освітніх закладах та органів влади.

Основним завданням цифрової трансформації є розвиток цифрового середовища компанії, в якому всі елементи будуть працювати злагоджено. Виділяють внутрішні та зовнішні алгоритми цифрової трансформації [2].

Зовнішні цифрові технології спрямовані на налагодження взаємозв'язку зі споживачами, розширення клієнтської бази, покращення іміджу, збір первинних даних про аудиторію. Внутрішні цифрові технології корпоративної трансформації націлені на покращення бізнес-процесів безпосередньо в середині організації. Лише поєднання двох напрямків призведе до позитивного результату.

Серед елементів зовнішніх цифрові технології можна виділити унікальні онлайн-платформи - соціальні мережі. Це головне місце скупчення мільйонів користувачів, а отже можливість для розвитку малого та середнього бізнесу. Соціальні мережі дають можливість: знайти нових споживачів та підтримувати зв'язок з існуючими; швидко реагувати на конфліктні ситуації; займатись продажем товарів та послуг; інформувати клієнтів про нову продукцію, підвищити популярність бренду тощо. Тому цифрова трансформація неможлива без створення корпоративних акаунтів в соціальних мережах. Їх можна об'єднувати з сайтом компанії, розсилками або іншими цифровими інструментами. Це можуть бути посилання на офіційні спільноти компанії в соціальних мережах, або кнопки заклик до дії. А підключення чат-боту допомагає купувати продукцію, не покидаючи додаток.

Деякі бізнес-процеси не можуть обійтися без створення сайту. Його наявність - один з перших кроків цифровий трансформації. Для простоти та зручності в користуванні сайтом необхідно розмістити вікно з чатом для запитань, кошик, замовлення дзвінку, кнопки переходу в месенджери тощо.

Також, стратегія цифрової трансформації підприємства може включати розробку мобільного додатку. Воно допомагає підтримувати зв'язок з клієнтом, підвищуючи лояльність і довіру. Внутрішня цифровізація – це ряд нововведень щодо оптимізації робочих процесів компанії. В результаті поліпшення внутрішнього середовища компанії простіше домогтися лояльності співробітників та збільшити прибуток [2].

Система електронного документообігу - необхідна для підприємств будь-якого масштабу. Програмне забезпечення здійснює роботу з електронними документами на всіх етапах: створення, узгодження, зберігання. Ця стратегія цифрової трансформації з'явилася з переходом на дистанційний графік роботи. Місце знаходження співробітників не впливає на виконання робіт. У сервісах можна зберігати, редагувати, управляти і обмінюватися робочими файлами.

Отже, можна зазначити, що цифрові трансформації дають нові можливості для бізнесу, як у корпоративному середовищі компанії так і під час ринкових

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](#)

взаємодій. Не існує єдиних вимог, які підійшли б усім організаціям. Тому, вибираючи цифрові трансформації, орієнтуйтеся на чітко позначені потреби компанії, її місію та цілі. Доцільно інтегрувати канали цифровізації. Необхідно поєднувати їх так, щоб кожна одиниця каналу передавала інформацію іншій одиниці. Компанія повинна слідкувати за нововведеннями та вміло їх застосовувати, щоб залишатись конкурентною на ринку.

### Список використаних джерел:

1. Бажал Ю. "Інформаційна економіка" [Електронний ресурс]. — Режим доступу: [http://www.ekmair.ukma.edu.ua/bitstream/123456789/2430/1/BazhalInformatsiyna\\_ekonomika.pdf](http://www.ekmair.ukma.edu.ua/bitstream/123456789/2430/1/BazhalInformatsiyna_ekonomika.pdf).

2. Куліш Т.В. Роль маркетингових досліджень в прийнятті управлінських рішень. Актуальні проблеми розвитку малого та середнього підприємництва: матеріали регіональної науково-практичної конференції, 12 грудня 2017 р. Мелітополь. 2017. С. 60-62.

3. 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. с.239-242.

4. 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.

5. 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. с. 15-17.

## ЦИФРОВІЗАЦІЯ: ПЕРЕВАГИ ТА ШЛЯХИ ПОДОЛАННЯ ВИКЛИКІВ

**Маркевич К.Л.**, к.е.н., провідний експерт економічних та соціальних програм,  
*Центр Разумкова*

Цифровізація – одна з визначальних тенденцій розвитку людської цивілізації, яка формує більш інклюзивне суспільство та кращі механізми управління, розширює доступ до охорони здоров'я, освіти та банківської справи, підвищує якість та охоплення державних послуг, розширює спосіб співпраці людей, а також дає змогу скористатися більшим розмаїттям товарів за нижчими цінами. Поступ

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](#)