

ЦИФРОВИЙ МАРКЕТИНГ - МОЖЛИВОСТІ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ "ФАЙНОЇ КАРТИ"

Сучасна стратегія маркетингу не може будуватися без використання сучасних цифрових технологій, орієнтованих на потреби користувачів.

Натуральним побічним продуктом розумного міста є кеш-пам'ять даних про кожного мешканця або, в маркетингових умовах, потенційного клієнта. Дані покажуть процедури, переваги, прийоми покупок та загальну поведінку кожної людини, яка здійснює електронні платежі. Якщо все звести в одну систему, то це є «золотою шахтою» інформації.

Таким чином, створення надійної маркетингової бази дозволить інтелектуальним містам, організаціям забезпечити перспективну позицію у майбутньому. Підприємства вже зараз повинні розпочати адаптацію своїх стратегій до особливостей функціонування майбутніх міст. Це гарантує те, що вони зможуть як найефективніше комунікувати із своєю цільовою аудиторією. Стратегічним напрямом розвитку безготівкових розрахунків є транспортна інфраструктура.

Запровадження у Тернополі поширеної у світі форми оплати проїзду у громадському транспорті за допомогою інноваційних систем (електронного квитка, безконтактних банківських платіжних карток, NFC-присторів), є прогресивним проектом для громади Тернополя у напрямі створення міської системи перевезення пасажирів [2; 6-9]. Така новація відповідає вимогам часу у економічному і соціальному аспекті.

Персоніфікована карта надає додаткові переваги її власникам – окрім безпосередньої економії при оплаті за проїзд, надаються знижки на деякі товари та послуги.

Окрім пунктів поповнення електронних квитків тернополяни можуть поповнювати їх на сайтах fayna-karta (<https://fayna-karta.te.ua/>) City24 (<https://city24.ua/others/karta-ternopolyanina>) та TachCard (<https://tachcard.com/ua/pay/pay-ternopolcards>). Переказ коштів на електронний квиток за допомогою вказаних сервісів можна здійснити з карт будь-яких українських банків.

Фахівці працюють над можливістю поповнення електронних квитків «Файна карта» у терміналах «Приват Банку», у додатках «Приват24» та orplata.te.ua, розпочалося поповнення у тестовому режимі через систему EPS [3].

У перспективі така картка матиме декілька додатків і транспортний із них не буде основним. У планах міської влади – створення медичного та освітнього додатків. До прикладу, батьки школяра, який матиме картку, зможуть відслідковувати маршрут своєї дитини й навіть дізнаватися про те, що вона їла на сніданок у шкільній їдальні [3]. Ми рекомендуємо на сайті «fayna-karta» у вкладці «моя карта» (в особистому, ідентифікованому кабінеті) розмістити

історію поїздок – маршрутів проїзду, номерів автобусів чи тролейбусів, якими було здійснено проїзд у певний період часу. Це надасть можливість громадянину, який має персоналізований електронний квиток, корегувати свій маршрут, аналізувати наявність заторів, швидкість проїзду до точки призначення та понесені витрати.

Сучасна стратегія маркетингу не може обійтися без використання сучасних цифрових технологій. Збільшення присутності користувачів у Інтернеті відкриває все більші можливості для суб'єктів маркетингової діяльності з погляду інструментів та підходів до управління. Мережа Інтернет формує новітні реалії ведення бізнесу. Діджитал-маркетинг відкриває нові можливості для ведення підприємницької діяльності, що потребують подальших досліджень [1].

У підсумку зауважимо, що рух в напрямі діджиталізації – однозначно вірний, Тернополю варто прагнути до статусу «розумного» міста та спрощувати життя містян й місцевій владі потрібно робити це збалансовано із іншими напрямками діяльності.

Список використаних джерел

1. Protsyshyn Y. Application of digitization in the transport system. *The 8 th International scientific and practical conference «Information, its impact on social and technical processes»* Haifa, Israel 2020. Pp. 227-229. URL : <http://lib.udau.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/7360/1/VIII-Conference-16-17-Haifa-Israel.pdf>
2. Нова Тернопільська газета. Електронний квиток – це європейська практика, яку впроваджує вся Україна. URL : <http://nova.te.ua/statti/elektronnyj-kvytok-tse-yevropejska-praktyka-yaku-vprovadzhuje-vsya-ukrayina/>
3. Потрал Тернополянина. URL : <https://fayna-karta.te.ua/>
4. Тернопільська агенція новин «Голос» Почути правду!. Електронний квиток – це європейська практика, яку впроваджує вся Україна URL : <https://golos.te.ua/elektronnyj-kvytok-tse-jevropejska-praktyka-yaku-vprovadzhuje-vsya-ukrajina/>
5. Іванечко Н., Процишин Ю., Никитишин Т. Цифрові технології в роздрібній торгівлі: зарубіжний та Український досвід. *Food Industry Economics*. 2020. №12(1). С. 77-85. <https://doi.org/10.15673/fie.v12i1.1671>
6. Monastyrskiy G. Management technologies modernization in economic development of territorial communities of basic level // *Actual Problems of Economics*. 2008. № 12. 119-125 https://www.researchgate.net/publication/299241573_MANAGEMENT_TECHNOLOGIES_MODERNIZATION_IN_ECONOMIC_DEVELOPMENT_OF_TERRITORIAL_COMMUNITIES_OF_BASIC_LEVEL
7. Novikova, M., Kozyrieva, O., Novikov, D., Monastyrskiy, G., Mazur, A. Innovative Approaches to Economic Development of the Regions of Ukraine. *Vision 2025: Education Excellence and Management of Innovations through Sustainable Economic Competitive Advantage*. 2019. 9791-9803.
8. Борисова Т.М., Монастирський Г.Л. Marketing innovation activity of urban public transport: results of the empirical study. *Маркетинг та менеджмент інновацій*. 2018. № 3. С. 229-240. URL: https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/123456789/68744/1/Borysova_marketing_innovation.pdf
9. Borysova T., Monastyrskiy G., Zielinska A., Barczak M. Innovation Activity Development of Urban Public Transport Service Providers: Multifactor Economic and Mathematical Model. *Marketing and Management of Innovations*, 4, 98-109. URL: <http://doi.org/10.21272/mmi.2019.4-08>