

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Факультет економічний
Кафедра міжнародної економіки, природних ресурсів та економіки
міжнародного туризму
Рівень вищої освіти магістр
Спеціальність 8.03050301 «Міжнародна економіка»

ЗАТВЕРДЖУЮ:

Завідувач кафедри _____

« ___ » _____ 2020 року

**З А В Д А Н Н Я
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ МАГІСТРА СТУДЕНТЦІ
Школовий К.Д.**

(прізвище, ім'я, по-батькові)

1. Тема роботи (проекту) «Аналіз міжнародних бізнес-стратегій в умовах
цифрової економіки»

керівник роботи (проекту) доцент кафедри, д.е.н. Переверзєва А.В.
затверджені наказом ЗНУ від «18» червня 2020 року № 811-с

2. Строк подання студентом роботи (проекту)

3. Вихідні дані до роботи (проекту) інформаційна база законодавчих та
нормативних урядових актів, матеріали державної служби статистики
України, публікації у фахових журналах, електронні економічні публікації,
інтернет ресурси.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно
розробити)

1) Теоретико-методологічні основи міжнародних бізнес-стратегій в умовах
цифрової економіки;

2) Аналіз та оцінка впливу цифрової економіки на взаємодію України з
іншими країнами;

3) Перспективи підвищення конкурентоспроможності України в умовах
цифрової економіки.

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових
креслень) У кваліфікаційній роботі було використано графічний матеріал при
розгляді теоретично-методичних даних у п.п 1.1, при визначенні сучасних

тенденцій розвитку цифрової економіки у світі та Україні в п.п 2.1, від час аналізу конкурентної позиції України на зовнішніх ринках в п.п 2.2 та у п.п 3.2 під час визначення напрямів розвитку цифрової економіки у міжнародних бізнес-стратегіях.

6. Консультанти розділів роботи (проекту)

Розділ	ПП, посада консультанта	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв
Вступ	д.е.н., доцент Переверзева А.В.	01.09.2020	01.09.2020
I розділ	д.е.н., доцент Переверзева А.В.	12.09.2020	12.09.2020
II розділ	д.е.н., доцент Переверзева А.В..	17.10.2020	17.10.2020
III розділ	д.е.н., доцент Переверзева А.В.	20.11.2020	20.11.2020
Висновки	д.е.н., доцент Переверзева А.В..	20.11.2020	20.11.2020

7. Дата видачі завдання 18.06.2020

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів проекту (роботи)	Примітка
1	Вибір теми	18.06.2020	18.06.2020
2	Складання робочого плану	26.06.2020	26.06.2020
3	Підбір літератури та вивчення літературних джерел	07.09.2020	07.09.2020
4	Складання плану	11.09.2020	11.09.2020
5	Виконання вступу	21.09.2020	21.09.2020
6	Виконання розділу 1	12.10.2020	12.10.2020
7	Виконання розділу 2	17.10.2020	17.10.2020
8	Виконання розділу 3	20.11.2020	20.11.2020
9	Формулювання загальних висновків	20.11.2020	20.11.2020
10	Подання роботи на кафедру на передзахист	23.11.2020	23.11.2020
11	Попередній захист роботи на кафедрі	09.11.2020	09.11.2020
12	Оформлення роботи та проходження нормоконтролю	23.11.2020	23.11.2020
13	Одержання відгуку та рецензії	27.11.2020	27.11.2020
14	Подання остаточного варіанту роботи на кафедру	30.11.2020	30.11.2020

Студент _____ Школовий К.Д.
(підпис) (ініціали та прізвище)

Керівник роботи (проекту) _____ Переверзева А.В.
(підпис) (ініціали та прізвище)

Нормоконтроль пройдено

Нормоконтролер _____ Гамова О.В.
(підпис) (ініціали та прізвище)

РЕФЕРАТ

Кваліфікаційна робота магістра: 90 с., 4 рис., 7 табл., 65 джерел.

Об'єкт дослідження – міжнародні бізнес-стратегії в умовах цифровізації економіки.

Предмет дослідження – можливості підвищення конкурентоспроможності України в умовах цифрової економіки.

Мета роботи – обґрунтування теоретичних засад, методичних підходів та практичних рекомендацій, щодо розвитку цифрової економіки в сучасній Україні.

У процесі дослідження отримано такі наукові результати:

- 1) визначили теоретико-методологічні основи міжнародних бізнес-стратегій в умовах цифрової економіки;
- 2) визначили сучасні тенденції розвитку цифрової економіки в Україні;
- 3) проведено аналіз конкурентної позиції України на зовнішніх ринках;
- 4) проведена оцінка впливу цифровізації економіки на міжнародні бізнес-стратегії;
- 5) визначено основні проблеми розвитку та поширення цифрової економіки у міжнародних бізнес-стратегій;
- 6) знайдено перспективи підвищення конкурентоспроможності України на міжнародному ринку.

Методи дослідження: логічного узагальнення, дедуктивний, метод аналізу та синтезу, порівняння, зведення та ін..

Наукова і практична значимість роботи: В сучасних умовах питання сприяння цифровізації економіки та більш широкому доступу до міжнародної електронної торгівлі все частіше переходять в розряд пріоритетних у порядках денних ряду впливових економічних та торговельних організацій і підприємств, а також в постановках державних органів багатьох розвинених і країн, що розвиваються. Тому, дана робота має

наукове обґрунтування та є практично значимою для підвищення конкурентоспроможності України в умовах цифровізації економіки та будь-якого підприємства України для підвищення своєї конкурентоспроможності.

ЦИФРОВА ЕКОНОМІКА, ЦИФРОВІЗАЦІЯ, БІЗНЕС-СТРАТЕГІЯ,
ЦИФРОВІЗАЦІЯ БІЗНЕСУ, ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ, ЦИФРОВІ
ТЕХНОЛОГІЇ, ЦИФРОВИЙ УРЯД, ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНІ
ТЕХНОЛОГІЇ

SUMMARY

Qualification work of the master: 90 pages, 4 figures, 7 tables, 65 sources, applications.

The object of the study is international business strategies in the context of digitalization of the economy.

The subject of study is opportunities to increase the competitiveness of Ukraine in a digital economy.

The purpose of the work is to substantiate the theoretical foundations, methodological approaches and practical recommendations for the development of the digital economy in modern Ukraine.

The following scientific results were obtained in the course of the research:

- 1) identified the theoretical and methodological foundations of international business strategies in the digital economy;
- 2) identified current trends in the digital economy in Ukraine;
- 3) an analysis of Ukraine's competitive position in foreign markets;
- 4) an assessment of the impact of digitalization of the economy on international business strategies;
- 5) identified the main problems of development and the spread of the digital economy in international business strategies;
- 6) prospects for increasing Ukraine's competitiveness on the international market have been found.

Methods of research: logical generalization, deductive, method of analysis and synthesis, comparison, marketing analysis, etc.

Scientific and practical significance of the work: In modern conditions, the issues of promoting digitalization of the economy and wider access to international e-commerce are increasingly becoming a priority on the agendas of a number of influential economic and trade organizations and enterprises, as well as government regulations of many developed countries. Therefore, this work has a

scientific basis and is practically important for increasing the competitiveness of Ukraine in terms of digitalization of the economy and any enterprise of Ukraine to increase its competitiveness.

ЗМІСТ

ВСТУП	10
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ МІЖНАРОДНИХ БІЗНЕС-СТРАТЕГІЙ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ	14
1.1 Цифрова економіка: сутність, основні риси та принципи	14
1.2 Міжнародні бізнес-стратегії: загальна характеристика та особливості	20
1.3 Особливості впливу цифровізації на ведення міжнародного бізнесу	24
Висновки до розділу 1	29
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ТА ОЦІНКА ВПЛИВУ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ НА ВЗАЄМОДІЮ УКРАЇНИ З ІНШИМИ КРАЇНАМИ	30
2.1 Сучасні тенденції розвитку цифрової економіки у світі та Україні	30
2.2 Аналіз конкурентної позиції України на зовнішніх ринках	39
2.3 Оцінка впливу цифровізації економіки на міжнародні бізнес-стратегії	49
Висновки до розділу 2	52
РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ УКРАЇНИ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ	53
3.1 Основні проблеми розвитку та поширення цифрової економіки у міжнародних бізнес-стратегіях	53
3.2 Напрями розвитку цифрової економіки у міжнародних бізнес-стратегіях	59
3.3 Перспективи підвищення конкурентоспроможності України на міжнародному ринку	68
Висновки до розділу 3	78

ВИСНОВОК

79

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

83

ВСТУП

Світ змінюється на наших очах. В постіндустріальному суспільстві (при переході до шостого технологічного укладу) цифрові технології поступово стають невід'ємною частиною кожної сфер повсякденного життя. У сучасному світі управління будь-якою системою без широкого застосування засобів інформаційного та комп'ютерного забезпечення неможливо назвати ефективним. За останні двадцять років інформаційні мережі, такі як Інтернет, зміцнилися не тільки в сфері приватної зв'язку - вони стали одним з основних способів корпоративної та регіональної комунікації. У наш час важко уявити функціонування всіх сфер життя без допомоги електронних, комп'ютерних, мережевих і безлічі інших важливих автоматизованих технологій. Починаючи з спілкування і придбання покупок і закінчуючи виробництвом товарів і самостійною роботою фірми - все переходить в цифрову середу. Людство вступило в епоху глобальних змін. Найближчим часом отримають нову форму і зміст основні сфери його життєдіяльності – економіка та управління, наука і безпека. Людина стане іншим, що спричинить за собою трансформацію соціальних відносин. Подальше проникнення цифрових технологій у життя – одна з характерних особливостей майбутнього світу. Це обумовлено прогресом в областях мікроелектроніки, інформаційних технологій і телекомунікацій.

Актуальність теми виявлена в сучасних умовах інформатизація бізнес-процесів відіграє все більш важливу роль в забезпеченні функціонування складних виробничо-економічних систем. Інформація та її ефективне застосування стають стратегічним ресурсом для тих організацій, які переходять на інтелектуальне управління. Цей перехід вимагає істотного обліку конкретного накопиченого знання і є більш критичним до зміни інформації в процесі прийняття рішень, як тактичних, так і стратегічних задач.

Роль впливу цифрових технологій на трансформацію соціально-економічних систем досить очевидна, багато питань залишаються слабо вивченими. Недостатньо уваги приділяється питанням розвитку цифрового потенціалу з метою досягнення інноваційного зростання окремих фірм і галузей, без належної уваги залишаються інституціональні аспекти цифрової економіки, слабо висвітлені проблеми та перспективи розвитку бізнесу в умовах формування цифрової економіки, що не відображено належним чином місце цифрової економіки в загальній системі сучасних господарських відносин.

Теоретичні основи міжнародних бізнес-стратегій в умовах цифрової економіки розглянуто у працях вітчизняних та зарубіжних науковців: Прокоп'єва Т. В., Прокоп'єв А. В., Попова А. Ю., Кислий С. А., Кулик А. М., Коряков Д. П., Маслов А.О., Шалмей Д., Крістофер А. Вільямс , Люк Бордман, Мюллер-Стівенс Г., Циммерман А., Лінц К. Необхідним є визначення тенденцій цифрової економіки та яким чином можна імплементувати досвід інших розвинених країн в Україні.

Мета і завдання дослідження. Метою роботи є обґрунтування теоретичних засад, методичних підходів та практичних рекомендацій щодо вирішення проблеми розвитку цифрової економіки в Україні та підвищення її конкурентоспроможності у міжнародному просторі.

Відповідно до мети дослідження в роботі поставлено такі завдання:

- розглянути сутність, основні риси та принципи цифрової економіки;
- розглянути загальні характеристики та особливості міжнародних бізнес-стратегій;
- розглянути особливості впливу цифровізації на ведення міжнародного бізнесу;
- визначити сучасні тенденції розвитку цифрової економіки у світі та Україні;
- проаналізувати конкурентні позиції України на зовнішніх ринках;

- зробити оцінку впливу цифровізації економіки на міжнародні бізнес-стратегії;
- визначити основні проблеми розвитку та поширення цифрової економіки у міжнародних бізнес-стратегіях;
- визначити напрями розвитку цифрової економіки у міжнародних бізнес-стратегіях;
- визначити перспективи підвищення конкурентоспроможності України на міжнародному ринку.

Об'єктом дослідження є міжнародні бізнес-стратегії в умовах цифровізації економіки.

Предметом дослідження є роль приватного сектору та уряду, як головних суб'єктів по впровадженню та залученню використання цифрової економіки для підвищення конкурентоспроможності української економіки на міжнародному рівні.

Методи дослідження. Теоретичною і методичною основою магістерської роботи виступають наукові розробки, викладені у працях вітчизняних та зарубіжних вчених з розвитку цифрової економіки, цифрового уряду та використання всіх видів інформаційних технологій для створення нових міжнародних бізнес стратегій. Складність і комплексність проблематики, що досліджується, зумовили використання сукупності сучасних методів дослідження, серед яких головними є метод системного аналізу (при вивченні численних підходів і точок зору вітчизняних та західних науковців щодо сутності цифрової економіки та її впливу на розвиток міжнародних економічних відносин між державами та підприємствами), економіко-статистичний (для визначення структури та динаміки використання інформаційних технологій для підвищення конкурентоспроможності та підвищення оптимізації роботи уряду та підприємств), аналізу та синтезу (для запропонованих науково-практичних рекомендацій щодо перспектив підвищення конкурентоспроможності України в умовах цифровізації економіки). Методологія дослідження

забезпечила належний рівень достовірності отриманих результатів і висновків.

Інформаційно-довідковою базою є статистичні та аналітичні публікації головних дослідницьких інститутів, закони та нормативно-правові документи владних органів України, офіційні матеріали і статистичні дані, наукові публікації та інші відомчі матеріали.

Наукова новизна одержаних результатів: розкрито проблеми розвитку та поширення цифрової економіки в міжнародних-бізнес стратегіях, напрями її розвитку та перспективи підвищення конкурентоспроможності України на міжнародному ринку в умовах цифровізації.

Практичне значення одержаних результатів полягає в розробці теоретико-методичних та рекомендаційних положень підвищення конкурентоспроможності української економіки в умовах цифровізації економіки.

Публікації. За результатами дослідження опубліковано 2 наукових праці, з них: 1 тези за матеріалами конференції: XV Міжнародна науково-практична конференція «Виклики та перспективи розвитку нової економіки на світовому, державному та регіональному рівнях» - ЗНУ 15 жовтня 2020 р.; 1 стаття за матеріалами вісника Запорізького Національного Університету: економічні науки 25 жовтня 2020 р.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ МІЖНАРОДНИХ БІЗНЕС-СТРАТЕГІЙ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ

1.1 Цифрова економіка: сутність, основні риси та принципи

Починаючи з другої половини ХХ ст., Інформаційні технології набувають все більш значну роль в економічному розвитку багатьох країн світу. Єдине інформаційне економічне простір, формування якого стало можливим завдяки науково-технічному прогресу, сприяє економічному зростанню та підвищенню продуктивності праці, створення інноваційних робочих місць і цифрових активів, розширення можливостей і прав громадян, поліпшення доступу до глобальних ринків і підвищення конкурентоспроможності підприємств, підвищення якості державних послуг і ін. [1].

Прийнято вважати, що поняття «цифрова економіка», стосовно використання сучасних інформаційних технологій (цифрових) в господарських процесах та управлінні ними, ввів Н. Негропonte в 1995 р. Перевагами цифрової економіки, на погляд Н. Негропonte, є: відсутність фізичної ваги продукції, який замінюється інформаційним обсягом, більш низькі витрати ресурсів на виробництво електронних товарів, набагато менша площа, зайнята продукцією, а також практично миттєве переміщення товарів через мережу інтернет (мова в даному випадку, безумовно, йде про специфічні цифрові товари). Деякі ключові характеристики цифрової економіки представлені в табл. 1.1.

Таблиця 1.1 – Основні характеристики цифрової економіки

Характеристика	Вплив на розвиток економіки в цілому
Економічна діяльність зосереджується на платформах цифрової економіки	Полегшується взаємодія між економічними суб'єктами, знижуються витрати (перш за все - трансакційні), надається додаткова функціонал як для постачальників, так і для споживачів, поліпшується їхня співпраця, що скорочує час циклу розробки нових товарів і виведення їх на ринок, сприяє створенню і поширенню інноваційних продуктів і рішень
Формуються персоніфіковані сервісні моделі	Таргетований інтернет-маркетинг, 3D-друк та інші цифрові технології дозволяють персоніфікувати виробництво і збут товарів і послуг, з урахуванням вимог і потреб кожного конкретного клієнта, що, в кінцевому підсумку, сприяє економії ресурсів (за рахунок узгодження структури і обсягу попиту і пропозиції) і зростання якості і рівня життя населення
Здійснюється безпосередня взаємодія виробників і споживачів	Створюються передумови для скорочення ланцюжків посередників між виробником і кінцевим споживачем, вибудовування ефективної виробничої і споживчої кооперації
Спостерігається поширення «економіки спільного користування»	Всеосяжна цифровізація і прискорення комунікацій створюють передумови для розмивання традиційних відносин власності, розвитку юридичних практик використання теоретичної інституційної концепції «пучка прав власності». Розвивається феномен спільного володіння товарами (особливо технічно складними і дорогими, наприклад, легковими автомобілями), що здатне радикально скоротити витрати кінцевих споживачів
Зростає роль вкладу в господарську діяльність її індивідуальних учасників	Розвиток малого і середнього бізнесу, як більш гнучкого і мобільного, відіграє значну роль в бізнес-процесах; здійснюється прискорене пересування інноваційних стартапів; розширюється сектор «економіки фізичних осіб» і виникає тенденція до зростання «атомізації» структури економіки

Джерело: складено автором на основі [1]

Цифровізація бізнесу, розпочавшись з локальних внутрішньофірмових і корпоративних проектів, поступово набуває глобальних масштабів, а великі ігроки цифрового бізнесу вийшли на перші позиції в світі. Так, Apple, Alphabet, Microsoft, Amazon і Facebook входять в список найдорожчих компаній в світі по ринковій капіталізації. Найдорожча не американська компанія в цьому списку - китайський інтернет-продавець Alibaba Group. Крім цього, сьогодні приклади «цифрових екосистем» є в різних інших галузях і компаніях.

За наявними оцінками [2], частка цифрової економіки в ВВП розвинених країн світу за період 2010-2016 рр. зростає з 4,3% до 5,5%, в країнах, що розвиваються цей показник змінився з 3,6% до 4,9%. У Росії ця частка на 2010 р складала 1,9%, а на 2016 г. - вже 2,8%. Незважаючи на порівняльне відставання, наша країна демонструє досить високу динаміку: можна відзначити значне збільшення частки цифрової економіки в ВВП України в порівнянні, наприклад, з Бразилією або Австралією, де дане збільшення за вказаний період склало 0,2% і 0,3%, відповідно. Світовим лідером за часткою цифрової економіки в ВВП є Великобританія - 12,4%.

Підкреслимо, що подібно до того, як нерівномірно розвивається економіка і суспільство в цілому [3,4], Так само нерівномірно відбувається і їх цифрова трансформація. Політика, правові норми, традиції і культура, досягнутий рівень економічного розвитку, розвиненість освіти і власної технологічної бази, а також багато інших чинників грають істотну роль у формуванні цифрової економіки тієї чи іншої країни. Наприклад, цифровий ринок Китаю, країни з найбільшим в світі числом інтернет-користувачів (понад 720 млн чол.), існує автономно від світового [5].

Вибухове зростання соціальних мереж, збільшення кількості смартфонів, полегшення широкосмугового доступу до інтернету, поширення технологій машинного навчання і штучного інтелекту змінюють сучасний світ. Цифрова трансформація організацій, як комерційних, так і некомерційних (в тому числі державних) - це реакція на розвиток і активне поширення по всьому світу нових інформаційних цифрових технологій [6]. При цьому, виходячи з панівною в науці з часів Ренесансу парадигми прогресу, ми вважаємо, що головна мета розвитку цифрової економіки - поліпшити життя населення, підвищивши якість товарів і послуг, вироблених з використанням сучасних цифрових технологій, а також їх доступність.

Ефективний розвиток ринків в цифрову економіку можливо тільки при наявності розвинених технологій, тому заходи по її стимулюванню повинні бути сфокусовані на двох напрямках.

Перше - інститути; потрібно їх перебудівництво та модернізація для створення умови розвитку цифрової економіки (нормативне регулювання цифрових ринків і цифрового виробництва, приготування кадрів з цифровими компетенціями і т. д.). Друге - технічна інфраструктура (мережі передачі даних, центри обробки даних, програмні сервіси та ін.), створення якої вимагає не тільки значних зусиль, але і інвестицій.

Відзначимо, що, незважаючи на наявні перешкоди та труднощі, цифрова економіка в цілому в світі продовжує бурхливо розвиватися. Так, наприклад, згідно з наявними оцінками, «в 2015 р обсяг ринку склав 1,8 трлн дол. (+ 17,7% до 2014 р). При цьому частка інтернет-торгівлі в сукупному обсязі роздрібної торгівлі в світі поступово зростає, вона збільшилася практично в 1,5 рази з 6,5% в 2012 р до 8,6% в 2015 р » [7, с. 1].

Зростає і виробничий сектор цифрової економіки. Автоматизація виробництва, великі дані і штучний інтелект, використання яких стало можливим завдяки цифровим технологіям, трансформують виробничі процеси і моделі виробничо-технологічної кооперації, прискорюють і здешевлюють випуск різної продукції, виконання робіт і надання послуг. Це дозволяє відкрити нові шляхи використання людського потенціалу, але, одночасно з цим, може породжувати соціальні проблеми, пов'язані із зникненням (перш за все - в розвинених країнах) ряду масових, «традиційних» професій.

Цифрова економіка продукує трансформаційні процеси економічних відносин у цифровий формат. За таких умов відбувається розвиток електронного формату взаємодії учасників економічних відносин. Взаємодію учасників економічних процесів суспільства цифрових технологій – суб'єктів цифрової економіки розкриємо, скориставшись матрицею електронного простору українського дослідника А.О. Маслова [8]. Конструкцію електронної взаємодії автор подав у вигляді матриці, де учасниками є держава, бізнес і споживачі (табл. 1.2).

Таблиця 1.2 – Матриця електронного простору

Суб'єкти економіки	Держава	Бізнес	Споживач
Держава	G2G	G2B	G2C
Бізнес	G2B	B2B	B2C
Споживач	G2C	C2B	C2C

Джерело: складено автором на основі [8]

Цифрова економіка передбачає взаємодію (обмін даними) між учасниками процесів у режимі онлайн. Діяльність суб'єктів цифрової економіки розкриємо через матрицю електронного простору, де електронна взаємодія суб'єктів цифрової економіки відбувається між представниками бізнесу, споживачами та державними органами. Суб'єкти і напрями електронної взаємодії учасників міжбізнесових цифрових економічних відносин наведено в таблиці 1.3.

Таблиця 1.3 – Електронна взаємодія суб'єктів цифрової економіки

Суб'єкти	Напрями електронної взаємодії
уряд – бізнес G2B – government to business	електронна інформаційна взаємодія державних органів і представників бізнесу: електронні транзакції, електронна реєстрація, електронна ідентифікація; електронні сервіси, електронна система звернень, електронна звітність, державні закупівлі через електронні торги
уряд – громадяни G2C – government to citizens	електронна інформаційна взаємодія державних органів і громадян: електронна система звернень громадян; онлайн участь в обговоренні законопроектів, надання державних послуг та інформації громадянам у режимі онлайн, доступ громадян до інформаційних ресурсів органів публічного управління, електронне опитування
уряд – уряд G2G – government to government	онлайн комунікації та обмін інформацією між державними відомствами й організаціями; участь у єдиній інформаційно-комунікаційній платформі органів державної влади; міжнародний обмін інформацією

Джерело: складено автором на основі [8]

Важливе значення має розвиток цифрових технологій у державному секторі економіки. Цифровий уряд і сервіси по наданню електронних державних послуг все частіше розглядаються як засіб зменшення витрат, які забезпечують при цьому більш ефективні послуги громадянам і бізнесу.



Рис. 1.1 – Стратегічні пріоритети для країн на стадії зародження цифрової економіки, переходу до неї або перетворення [8]

Цифровий уряд та інноваційні технології сприяють створенню інфраструктури, яка забезпечує взаємодію суб'єктів в цифровому просторі, зниженню витрат суб'єктів підприємництва та громадян, підвищенню їх конкурентоспроможності та економіки взагалі за рахунок цифрових перетворень у всіх сферах життєдіяльності суспільства. В умовах глобалізації цифрова економіка набуває міждержавних відносин, міжнародних економічних стосунків. Нині в Європі успішно реалізується стратегія Єдиного цифрового ринку, яка є одним із десяти політичних пріоритетів Єврокомісії, що підтверджує важливість цього напрямку

розвитку. Про те, наскільки це важливо, свідчить факт, що Стратегія Єдиного цифрового ринку є одним із десяти політичних пріоритетів Єврокомісії. У доповіді Всесвітнього банку виділені стратегічні пріоритети для країн на стадії формування цифрової економіки, які наведені на рис. 1.1.

Ці пріоритети можуть бути використані при розробці стратегічних документів розвитку вітчизняної цифрової економіки. На думку науковців, розвиток цифрової економіки в Україні перебуває на початковому етапі.

1.2 Міжнародні бізнес-стратегії: загальна характеристика та особливості

Якщо компанія вже досягла певних успіхів в міжнародному бізнесі, керуючись стратегічною логікою прийняття рішень, і інтернаціоналізація її діяльності виявилася успішною, їй слід і далі розвивати процес стратегічного управління своїми операціями. Розробка міжнародної стратегії компанії здійснюється її топ-менеджментом в штаб-квартирі корпорації, а також старшими менеджерами зарубіжних підрозділів (дочірніх компаній і філій). Великі ТНК мають у своїй структурі спеціальні підрозділи, відповідальні за розробку стратегії для всієї групи компаній [9].

Звичайно, міжнародний бізнес для ТНК непростий з точки зору проблем координації діяльності та впровадження стратегій: слід враховувати і елементарну різницю в часових поясах, і різний культурний контекст в різних країнах діяльності, і, звичайно, різні політичні та економічні умови ведення бізнесу. Однак складність здійснення міжнародного бізнесу адекватні відкривається сприятливим можливостям і перспективам глобальної експансії, включаючи політичні важелі тиску на приймаючі країни.

В даному контексті трьома джерелами отримання конкурентних переваг для міжнародних компаній є:

1) підвищення ефективності за рахунок глобалізації діяльності (мінімізація витрат як за рахунок розміщення структурних підрозділів компанії в найбільш сприятливих для цього країнах, так і за рахунок ефекту масштабу при нарощуванні обсягів випуску);

2) багатонаціональна гнучкість (швидка адаптація до умов приймаючих країн, перенесення кращих результатів на всю транснаціональну структуру);

3) накопичення і передача досвіду в глобальних масштабах (глобальне навчання і використання розрізняються методів ведення бізнесу в різних країнах).

Слід зазначити, що всі три вищеназваних фактора неможливо задіяти одночасно: при високому ступені централізації управлінської структури, що підвищує ефективність всієї організації, втрачається її багатонаціональна гнучкість, в той час як занадто велика децентралізація хоча і гарантує гнучкість, але ускладнює передачу інформації і досвіду про методи ведення бізнесу на даному національному ринку іншим підрозділам, які перебувають за кордоном. Таким чином, для міжнародних компаній важливим моментом є правильний вибір стратегічних альтернатив ведення бізнесу, пов'язаний з оптимальністю управлінської структури [10].

Виділяється чотири можливих варіанти реалізації стратегії ведення міжнародного бізнесу в рамках компанії, що оперує на зовнішніх ринках:

1) стратегія дублювання моделі ведення бізнесу (інтернаціональна стратегія);

2) мультилокальна (багатонаціональна) стратегія;

3) глобальна стратегія;

4) транснаціональна стратегія.

Стратегія дублювання моделі ведення бізнесу (інтернаціональна стратегія) передбачає застосування компанією на зарубіжних ринках тієї стратегії, яку вона зазвичай використовує в своїй власній країні. Причиною

такого вибору може бути як успішність результатів діяльності на внутрішньому ринку, так само як і початковий етап ведення міжнародного бізнесу, коли у компанії відсутній достатній досвід, що дозволяє брати за основу інші стратегії [11]. Прикладом подібного роду може служити діяльність компанії Daimler-Benz, спочатку орієнтувалася на високоприбутковий сегмент споживачів в Німеччині і відмінну репутацію на своєму внутрішньому ринку.

Мультилокальна (багатонаціональна) стратегія має на увазі наявність сукупності відносно незалежних дочірніх підрозділів, кожне з яких обслуговує будь-якої національний ринок. В даному випадку у компанії є непогані можливості для адаптації своєї продукції, а також маркетингової кампанії і методів виробництва товарів (послуг) для максимального задоволення потреб споживачів, що розрізняються за своїми уподобаннями. Характерним прикладом такої компанії є швейцарська Nestle, що має децентралізовану структуру і широко диверсифіковану продуктову лінійку, адаптовану під конкретні потреба споживачів у різних країнах світу (припустимо, в Швейцарії і країнах Західної Європи основний акцент у виробництві робиться на молочний шоколад, бажаний більшістю споживачів, а на російському ринку компанія з успіхом просуває також темний гіркий шоколад, правляча росіянам).

Глобальна стратегія характерна для компаній, що сприймають весь багатолікий світ як єдиний ринок. В такому випадку акцент робиться на виробництво і продаж стандартизованих товарів (послуг), які відповідають вимогам більшості споживачів у всьому світі. Для глобальних компаній характерні централізація управління і контролю, а також використання переваг ефекту масштабу (тут відбувається розширення виробництва і збуту продукції, діють високоефективні структурні підрозділи, об'єднані спільною маркетинговою і рекламної кампанією, а також єдністю виробничих процесів).

Непоганою ілюстрацією глобальних компаній є Boeing (одна модель літака, скажімо, наймасовіший Boeing-737, для авіакомпаній, що

представляють різні країни і континенти) або ж виробники мобільних пристроїв, такі як Apple, Samsung, Nokia (одна базова модель телефону і програмного забезпечення до нього для різних національних ринків) [12].

Варто зазначити, що основна відмінність глобальної стратегії від стратегії дублювання моделі ведення бізнесу (адже кожна з даних стратегій передбачає ведення бізнесу в єдиному форматі в будь-якій державі світу) полягає в тому, що глобальна компанія не схильна до надмірно великому впливу переваг і методів роботи на внутрішньому ринку основний країни свого базування. Вона пропонує глобальний продукт для глобального ринку, визначаючи для себе оптимальний спосіб задоволення потреб всіх споживачів у всіх країнах світу.

І нарешті, транснаціональна стратегія поєднує переваги підвищення ефективності за рахунок глобалізації операцій (як в глобальних компаніях) і переваги делегування повноважень керівництву локальних дочірніх компаній (як в мультилокальних компаніях). Дане завдання вирішується шляхом неформального підходу до централізації чи децентралізації повноважень і розподілу відповідальності між найбільш ефективними і гнучкими підрозділами. Прикладом компанії, що використовує транснаціональну стратегію, є Microsoft. хоча розробка нових програмних продуктів ведеться в США, відповідальність за їх збут передається на місця, до відповідних зарубіжні підрозділи, краще знайомі з національними особливостями різних ринків (так, поряд з базовою англійською версією програми Windows випускаються її версії на основних мовах світу, адаптовані під мовні особливості різних країн). Очевидно, що в кожному конкретному випадку буде доречна та чи інша стратегія з чотирьох основних. Якщо автомобіль «Мерседес» виявиться до душі вимогливому німецькому покупцеві з високим рівнем доходів, то його можна з успіхом продавати і в сегменті люксових автомобілів в США, Росії чи КНР. У той же час компанія Boeing, випускаючи свої літаки, думає в першу чергу про глобальні замовників,

принципово не виділяючи серед своїх клієнтів американські авіакомпанії. Компанія Nestle в свою чергу доповнює сухі молочні суміші в африканських країнах виробленої на місці під своїм брендом очищеної бутильованої водою, щоб гарантувати безпеку кінцевого розведеного водою продукту африканським немовлятам. У той же час більш високі стандарти очищення водопровідної води і санітарна грамотність населення в країнах Європи або Північної Америки роблять подібний комбінований продукт Nestle зайвим: тут його компоненти споживаються окремо.

1.3 Особливості впливу цифровізації на ведення міжнародного бізнесу

Бізнес сьогодні активно використовує цифрові платежі, великі дані, хмарні технології та Інтернет речей для вирішення своїх повсякденних завдань та підвищення ефективності взаємодії з користувачами, що позитивно впливає на обсяги продажів. При цьому користуватися цими благами можуть не тільки великі компанії, що створюють повноцінні цифрові відділи, а й малий і середній бізнеси, які можуть купити готові рішення, що дозволяють їм йти в ногу з часом. Дослідження показують, що прибуток компаній в найбільш цифровізованих секторах значно вище за рахунок більш високої продуктивності [13].

Цифровізація вирішила відразу кілька проблем, протягом довгого часу колишніх перешкодою на шляху розвитку малого і середнього бізнесу. Раніше на створення дистриб'юторської мережі і пошуку покупців йшли роки, зараз же великі платформи, наприклад, в сфері електронної комерції, надають прямий доступ до необхідної інфраструктури і величезного пулу споживачів. Цифровізація поступово знімає і проблему обмеженого доступу до фінансування, надаючи кредиторам нові інструменти для оцінки кредитного ризику і зниження транзакційних витрат, що підвищує шанси на

отримання кредиту. Більш того, цифрова трансформація значно знизилася бар'єри входу у багато секторів, особливо в сферу споживчих товарів і послуг, що призвело до збільшення числа дрібних гравців на ринку. Це веде до переходу ринку від домінування великих компаній до зростання впливу дрібних фірм. Технології також допомагають розширювати ринки збуту і підвищувати експортний потенціал, перетворюючи їх в «мікротранснаціональні компанії».

З огляду на високу швидкість прийняття рішень і гнучкість системи управління, впровадження інновацій та цифрових технологій для них є особливо перспективним напрямком розвитку, яке негайно принесе свої плоди. Відмова від цифровізації або її відстрочка можуть призвести до загрози втрати конкурентоспроможності і відставання. У ряді секторів вже відчувається посилення конкуренції з боку стартапів, які використовують цифрові технології.

Раніше на створення дистрибуторської мережі і пошук покупців йшли роки, але зараз великі платформи, наприклад, в сфері електронної комерції, надають прямий доступ до необхідної інфраструктури. Екосистема, створена технологічними гігантами в Китаї, забезпечує миттєвий доступ до великого пулу споживачів дрібним постачальникам, знижуючи витрати на рекламу і просування [14]. Аналіз великих даних допомагає виявити переваги споживачів і орієнтуватися на надання необхідних послуг.

Ще одна проблема, з якою бізнеси стикалися в минулому, - обмежений доступ до фінансування; особливу складність це представляло для малих і мікропідприємств. Аналіз оцінки ризиків проводився співробітниками фінансових установ, а це призводило до суб'єктивних висновків і відхилення заявки на кредит в разі відсутності великої застави. Цифровізація поступово вирішує і цю проблему, надаючи кредиторам нові інструменти для оцінки кредитного ризику і зниження транзакційних витрат, що підвищує шанси на отримання кредиту. Більш того, завдяки розвитку Фінтех і появи нових гравців на ринку, відбувається зростання конкуренції в секторі фінансових

послуг. Наприклад, Alibaba надає мікропозики своїм електронним продавцям. Крім цього у Alibaba, як у майданчики електронної комерції, є дані про закупівлі та продажу малих і середніх компаній, які торгують на ній, тому існує практика надання кредиту без застави для компаній з хорошими економічними і фінансовими показниками банком-партнером Alibaba. Чим більше компанія експортує, тим вище її рейтинг довіри. Станом на 2016 р Alibaba Group видала кредити 2 млн в Китаї [15].

Цифровізація також сприяла розширенню доступу населення до фінансових послуг в, забезпечуючи легкий мобільний доступ до кредитів і позик для сільських жителів, що зміцнило їхню купівельну спроможність.

Технології допомагають МСП розширювати ринки збуту і підвищувати експортний потенціал, перетворюючи їх в «мікротранснаціональні компанії». Ряд глобальних оптових платформ електронної комерції, таких як Alibaba з більш ніж 755 млн активних покупців, надають доступ до зарубіжних ринків. Alibaba перетворилася на глобальну платформу, на якій працюють, за оцінками на 2017 р 11 млн малих і середніх підприємств.

Цифровізація значно знизилася бар'єри входу у багато секторів, особливо в сфері споживчих товарів і послуг, що призвело до зростання числа дрібних гравців на ринку. Це веде до переходу ринку від домінування великих компаній до зростання впливу дрібних фірм.

За оцінками McKinsey Global Institute, прибуток компаній в найбільш Цифровізованих секторах значно вище завдяки більш високій продуктивності. Існує пряма залежність між зростанням цифровізації бізнесу і зростанням його прибутку. Компанії по всьому світу розуміють це і просувають цифрові технології. Так, наприклад, до 2020 р 30% компаній Global 2000 – The World's Largest Public виділять бюджет для фінансування своєї цифрової стратегії, еквівалентний щонайменше 10% доходів [16].

Уряди багатьох країн, прогнозуючи такі зміни, все більше прагнуть до розвитку цифрової економіки, використовуючи її переваги для відповіді на ключові виклики сучасності, такі як зниження рівня безробіття, боротьба з

бідністю, деградація навколишнього середовища. Сучасні національні цифрові стратегії стосуються питань розвитку економіки, створення інноваційних підприємств, підвищення зайнятості населення, формування ефективного громадського сектора. Можна виділити такий перелік заходів, реалізованих державами і спрямованих на розвиток цифрової економіки, як: розвиток інфраструктури, що становить основу для формування нових моделей ведення бізнесу та побудови наукових і соціальних мереж; зниження бар'єрів у галузях цифрової економіки; підвищення рівня володіння цифровими технологіями, навчання і перекваліфікація фахівців; забезпечення довіри до надійності і безпеки цифрової інфраструктури; розвиток цифрового сектору економіки. Цифровий сектор економіки базується на інноваційних технологіях, створюваних електронною промисловістю. Він представлений двома елементами. По-перше, це електронна промисловість, виробництво мікročіпів, комп'ютерів і телекомунікаційних пристроїв, електроніки побутового призначення. По-друге, це компанії, які надають послуги в області цифрових технологій і використовують цифрові засоби виробництва, зберігання, управління даними. Важливість розвитку цифрового сектору для національних економік підтверджується тим, що низка країн зараз реалізує комплексні і досить масштабні програми, націлені на розвиток цифрових секторів своїх економік, створення нових робочих місць в цих сферах, підвищення конкурентоспроможності електронної промисловості і ІТ-технологій [17]. У сучасних умовах проблеми цифрового сектору позначаються на конкурентоспроможності економіки, оскільки відставання в отриманні та обробці актуальних даних, невміння використовувати цифровий ресурс супроводжується втратою колишніх ринкових позицій. З позицій теорії асиметрії міжнародної торгівлі цифрова залежність однієї країни від іншої веде до збільшення відставання в економічному розвитку між цими країнами.

Від цифрового потенціалу фірми залежать рівень її рентабельності, трансакційні витрати, організаційна ефективність, а, отже, і ринкові

перспективи. Необхідно зазначити, що цифрові можливості стають куди більш значущими, ніж доступність сировини, наявність фінансових ресурсів або сприятливі відносини з партнерами по бізнесу. Без достовірних даних перераховані умови просто не будуть забезпечені. Впорядковані дані є ресурсом, який дозволяє постійно або протягом тривалих періодів планувати майбутні дії. Технічний прогрес, що зводиться до неухильного вдосконалення технічних систем і підвищення їх ефективності, по суті, зводиться до появи даних про нові можливості цих систем. Суспільство розвивається прогресивно тільки тоді, коли на зміну старим можливостям з обробки даних створюються нові, що перевершують колишні. Ця обставина має виражатися тим, щоб не тільки вміти обробити обсяг даних, але і використовувати їх із метою забезпечення виробництва зі зростаючою віддачею за економії ресурсів [18]. У сучасній економіці компанії цифрового сектору виходять на перший план і стають точками зростання, що забезпечують економіку цифровим ресурсом. Якщо на початку ХХ століття основними локомотивами світової економіки були великі нафтові, металургійні, машинобудівні і гірничодобувні підприємства, то зараз найбільшими компаніями є представники сектору цифрової економіки. Наприклад, компанія Apple (виробництво електроніки та інформаційних технологій) – капіталізація 577,4 млрд дол., Google (Інтернет-сервіси, додатки, відеохостинг YouTube) – 547,9 млрд дол., Microsoft (виробництво програмного забезпечення) – 443 млрд дол., Amazon (торгівля в інтернеті) – 360 млрд дол., Wells Fargo (банки) – 299 млрд дол., Samsung (ПК, мобільні пристрої, побутова техніка та електроніка) – 254 млрд дол., China Mobile (телекомунікації) – 250 млрд дол., Verizon (телекомунікації) – 229,0 млрд дол., AT & T (телекомунікації) – 226,0 млрд дол., Walmart (рітейл) – 216,9 млрд дол. [19].

Висновки до розділу 1

Підсумовуючи все вищесказане, маємо можливість обґрунтувати змістовну характеристику поняття сектора цифрової економіки та сформулювати узагальнене визначення, відповідно до якого цифрова економіка є новим сектором економічного функціонування, в якому основними засобами виробництва є цифрові пристрої, дані, інновації, технології та комунікації. Цифрова економіка формує частку в структурі ВВП країни і, водночас, завдяки впровадженню процесів цифровізації, здійснює безпосередній вплив на функціонування всіх інших, традиційних секторів та сфер економічного життя країни, трансформуючи їх із економіки, що споживає, в економіку, що створює ресурси, забезпечуючи нову якість економічного відтворення, додаткової вартості, конкурентоспроможності та зростання ефективності соціально-економічного розвитку.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ТА ОЦІНКА ВПЛИВУ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ НА ВЗАЄМОДІЮ УКРАЇНИ З ІНШИМИ КРАЇНАМИ

2.1 Сучасні тенденції розвитку цифрової економіки у світі та Україні

Тема цифрового сегмента економіки стала актуальною в силу відбулися якісних змін в економіці і суспільстві. Нові технології і платформи дозволяють менеджменту підприємств і фізичним особам скорочувати трансакційні витрати взаємодії у все більших масштабах і здійснювати більш тісний контакт з господарюючими об'єктами і державними структурами. В результаті формується економіка, заснована на мережевих сервісах, тобто цифрова, або електронна [20]. Саме поняття «цифровизация» свідчить про нову стадію вдосконалення управління виробництвом товарів і послуг і самого виробництва на основі «наскрізного» застосування сучасних інформаційних технологій, починаючи від інтернету речей і закінчуючи технологіями електронного уряду.

Базовою причиною розширення цифрового сегмента економіки є зростання трансакційного сектора, який в розвинених країнах становить понад 70% національного ВВП. До цього сектора відносять: державне управління, консалтинг та інформаційне обслуговування, фінанси, оптову і роздрібну торгівлю, а також надання різних комунальних, персональних і соціальних послуг. Чим більше ступінь диверсифікації і динаміки економіки, тим більший обсяг унікальних даних циркулює всередині країни і поза нею і, відповідно, тим більше інформаційного трафіку породжується всередині національних економік. Тому цифрова економіка найбільш ефективно функціонує на ринках з великою кількістю учасників і високим рівнем проникнення ІКТ-послуг. В першу чергу це стосується «інтернет-залежних» галузей (транспорт, торгівля, логістика тощо), в яких частка е-сегмента

становить орієнтовно близько 10% ВВП, понад 4% зайнятості, і ці показники мають явну тенденцію до зростання.

У технологічному аспекті цифрову економіку визначають чотири тренда: мобільні технології, бізнес-аналітика, хмарні обчислення і соціальні медіа; в глобальному плані - соціальні мережі, такі як Facebook, YouTube, Twitter, LinkedIn, Instagram та ін. Це означає, що при формуванні національного сегмента важливо використовувати їх можливості.

У той же час для ефективної віддачі інвестицій в національну цифрову економіку і отримання від неї дивідендів необхідно розвивати не тільки ІКТ-інфраструктуру в контексті глобальних мереж, але і «аналогові доповнення»: сприятливий діловий клімат, вагомий людський капітал, належне врядування. Останні є фундаментом економічного зростання, тому їх конкретизація в плані визначення пріоритетів і комплексу заходів, оцінки необхідних інвестицій і ризиків їх максимальної віддачі представляє складну і актуальну проблему для фахівців і державних чиновників, відповідальних за формування цифрового сегмента економіки України.

За різними оцінками, цифрова економіка несе в собі величезні зміни для більш ніж 50% різних галузей. Це викликано тим, що інформаційні технології і платформи кардинально змінюють бізнес-моделі, підвищуючи їх ефективність за рахунок усунення посередників і оптимізації. Як з'ясували фахівці Світового банку, збільшення числа користувачів високошвидкісного Інтернету на 10% може підвищити щорічний приріст ВВП від 0,4 до 1,4% [21].

Визнанням значущості ролі е-економіки є щорічне збільшення її частки у ВВП держав майже на 20%, в розвинених країнах ця цифра в середньому становить 7%. У 2010 р компанія Boston Consulting Group оцінила розмір цифровізації в 2,3 трлн дол. Для групи 20 країн, або близько 4,1% їх ВВП. При темпах зростання через 10-15 років частка такої економіки в світовому ВВП досягне, за різними прогнозами, 30-40%.

У країнах, що розвиваються на сектор ІКТ припадає близько 1% працюючих, безпосередньо в ньому створюється порівняно невелика кількість робочих місць, проте зростає число зайнятих в інших секторах, розвитку яких сприяють високі технології (4,9 робочих місця на 1 в сфері ІКТ) [22].

У цифрову економіку швидко розширюються і нові можливості для підприємницької діяльності та самостійної зайнятості. У багатьох випадках інвестиції в розвиток інформаційних технологій дозволили отримати дивіденди у вигляді економічного зростання, створення нових робочих місць, появи нових видів послуг для населення і бізнесу, скорочення витрат на держуправління в рамках проектів електронного уряду.

Однак в ряді країн сукупний ефект від їх використання виявився слабшим очікуваного і розподіляється нерівномірно. Щоб отримати максимум цифрових дивідендів, необхідно глибше зрозуміти характер взаємодії технологій з іншими важливими для розвитку факторами, які називаються в Доповіді групи Світового банку «аналоговими доповненнями» [22]. До них належать такі складові:

- нормативно-правова база, що створює динамічну ділове середовище і дозволяє підприємствам і домогосподарствам в повній мірі використовувати цифрові технології для конкуренції та інновацій, зниження різних витрат, підвищення комфортності середовища проживання;

- навички, що дозволяють бізнесу і державним службовцям використовувати можливості ІТ;

- інститути (державні агентства і приватні компанії), які допомагають використовувати інформаційні технології.

Однак оцінити економічний ефект цифрової економіки проблематично через труднощі, пов'язаних з підрахунком тих зв'язків, які стають можливими для економічних об'єктів за допомогою електронних сервісів та доступу до метаданих. Внаслідок цього непросто обґрунтувати доцільність інвестицій в різні проекти інформатизації, особливо на державному рівні.

Очевидно, що не завжди можливо підрахувати вартість створеного гігабайта даних в тій чи іншій сфері діяльності. Оцінки можуть бути найрізноманітніші.

Цифрова економіка означає економічну діяльність, яка використовує електронні комунікації та цифрові технології для надання товарів та послуг.

Основними фундаментальними блоками цифрової економіки є:

- Інтернет. Це дає можливість фірмам пропонувати товари на продаж, а споживачам - шукати товари, які їм потрібні.

- Електронна пошта. Електронне спілкування забезпечує дуже дешево, миттєве спілкування по всьому світу. Він може використовуватися для надсилання інформації та запитів дуже швидко.

- Цифрова автоматизація. Фірми можуть використовувати обчислювальну потужність комп'ютерів для прийняття рішень щодо обсягу виробництва, цін та способів залучення споживачів.

- Цифрові платежі – кредитні картки, Apple Pay, Google pay, біткойн, банківський переказ. Цифрова економіка рухає нас до безготівкового суспільства.

- Автоматизація. Все частіше цифрова економіка покладається на ШІ, масове використання електронних даних та автоматизованих технологій

- Соціальні засоби комунікації. Меншою мірою соціальні медіа є аспектом цифрової економіки. З особами, які його використовують, діліться рекомендаціями щодо бізнесу.

Таблиця 2.1 – Відмінності традиційної та цифрової економіки

Традиційна економіка	Цифрова економіка
Заводи	Центри обробки даних / хмарні обчислення
Вуличні магазини	Інтернет-сайт
Реклама в газетах, сарафанне радіо	Огляди в соціальних мережах
Транспортування	Електронні продажі - цифрові

	завантаження
Банки та каси	Електронний банкінг
Підручники у школі	Електронне навчання, електронні книги
Фізичні активи	Робота вдома
Будівництво	Рейтинг Google / імідж бренду
Нерухомість	Розробка веб-сайтів
Готівка, оплата чеком	Електронний платіж, безготівкове суспільство
Праця і капітал	Автоматизація та ШІ

Джерело: складено автором на основі [22]

Отже, традиційна економіка базується на фізичних магазинах, товарах та готівкових розрахунках. З часом традиційна економіка прийняла аспекти цифрової економіки, напр. традиційні фірми беруть дебетові картки, а потім продають через Інтернет. У міру розвитку цифрової економіки деякі фірми пропустили взагалі наявність фізичного магазину та продаж прямо з веб-сайту електронної комерції, доставленого до споживчих будинків. Зараз деякі цифрові послуги не мають фізичних товарів. Наприклад, Netflix та Spotify не потребують використання будь-яких фізичних товарів, але все передається через Інтернет.

Вдалими прикладами цифрової економіки є:

- Airbnb – дозволяє туристам робити бронювання через Інтернет. Це також дозволило окремим домогосподарствам передати наш будинок / кімнату для туристів. До цифрової економіки це не було практично.

- Ринок Amazon/Ebay.

- Netflix – дозволяє споживачам купувати телевізійні серіали та фільми через Інтернет, не потребуючи жодного фізичного товару.

Таблиця 2.2 – Переваги та недоліки цифрової економіки

Цифрова економіка	
Переваги	Недоліки
<ol style="list-style-type: none"> 1. Більша інформація та вибір; 2. Економія часу; 3. Зниження витрат бізнесу; 4. Низькі бар'єри входу; 5. Велика гнучкість в роботі, є можливість працювати вдома; 6. Переваги для країн, що розвиваються. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Влада монополії 2. Зниження рівня соціалізації та комунікації; 3. Перевага технологій над людиною; 4. Загроза конфіденційності; 5. Збільшення відсотка тіньової економіки; 6. Безробіття в традиційному секторі; 7. Загроза погіршення екології.

Джерело: складено автором на основі [22]

Отже, до переваг цифрової економіки належать:

1. Більша інформація. Інтернет дозволив споживачам мати більше інформації та вибору. Наприклад, це полегшує порівняння цін між фірмами. Це також надає інформацію на кінчиках пальців людини. Це особливо важливо для туристів, які їдуть на відпочинок. До цифрової економіки, можливо, не вдалося знайти ціни на готелі та розклад руху автобусів.

2. Економить час. Перш ніж, якщо вам знадобляться канцелярські товари, вам доведеться здійснити подорож до міста та придбати. Тепер ви можете зробити замовлення через Інтернет, і воно надійде наступного дня. Це економить витрати робочої сили на бізнес.

3. Зниження витрат. Фірми можуть заощадити на оренді дорогих будівель, провівши більшу частину бізнесу через Інтернет. Цифрова економіка дозволяє фірмам вирізати аспект роздрібною мережі та надсилати персоналізовані товари безпосередньо з фабрики чи складу на товари людей, а не через магазини. Це дозволяє знизити витрати та знизити ціни.

4. Персоналізація. Цифрова економіка дозволяє персоналізувати більше, ніж це було б можливо за традиційної економіки. Наприклад, у традиційному магазині є місце лише для зберігання певної кількості кольорів та розмірів, але за умови цифрової економіки споживач може вибрати будь-які переваги, і тоді товар може бути виготовлений на замовлення, наприклад 3D-принтер. Наприклад, одяг на замовлення, який має певні розміри та кольори відповідно до індивідуальних уподобань.

5. Нижчі бар'єри для в'їзду. На деяких ринках аспекти цифрової економіки полегшують вихід нових фірм. Якщо підприємець має інноваційну ідею, яка вживається, він може створити новий продукт, який кидає виклик традиційним фірмам. Цифрова економіка принесла багато нових послуг, які раніше були немислимыми, наприклад, онлайн-доставки додому за продуктами до додатків для побачень.

6. Створює важливі дані, які можуть дати нові уявлення. Масове виробництво даних може допомогти інформувати уряди та благодійні організації про те, що відбувається в економіці. Наприклад, під час відстеження поширення COVID-19 використання програми на мобільних телефонах може вказувати на місце появи місцевих гарячих точок.

7. Переваги для країн, що розвиваються. Цифрова економіка відкриває можливості для країн, що розвиваються. Наприклад, комп'ютерні програмісти в Індії можуть легко недооцінювати західних аналогів, що веде до нових можливостей для працевлаштування та більш високого доходу в Індії.

8. Дозволяє людям працювати вдома. Цифрова економіка стала величезним активом під час блокування COVID-19. Без цифрових технологій спад економічної активності був би ще більшим. Цифрова економіка дає більше можливостей людям, які працюють вдома та мають більшу гнучкість у своєму робочому дні (що може підійти батькам з дітьми). Робота вдома може зменшити контакт і поширення вірусу. Це також може допомогти зменшити затори та забруднення.

До проблеми цифрової економіки відносять:

1. Монопольна влада. Незважаючи на потенціал для нових стартапів, у багатьох аспектах цифрової економіки переважають фірми з монопольною владою. Наприклад, Amazon загнав у кут ринок онлайн-продажів, тобто багатьом фірмам доводиться проходити через ринок Амазонки, щоб охопити споживачів, які їдуть на Amazon за звичкою. Подібним чином Google і Facebook розробили дуже сильну лояльність до бренду та частку ринку на своїх ринках. Це зробило кілька технічних гігантів дуже прибутковими. З монопольною владою Google може стягувати високі ціни на рекламу в Інтернеті, а Amazon має ринкову владу, щоб знизити традиційні продавці книг.

2. Менше спільноти. Традиційний книжковий магазин може виступити центральним центром для місцевої громади. Він може проводити заходи, підписувати книги, а люди можуть насолоджуватися досвідом перегляду фізичних книг. Завдяки цифровій альтернативі, яка підриває традиційні фірми, старомодні книгарні витісняють бізнес. Хоча книги можуть коштувати дешевше, ми втратили фізичну взаємодію між продавцями та покупцями, що було важливим аспектом купівельного досвіду.

3. Захоплюючий характер технології. Хоча теоретично Інтернет може заощадити час, наприклад знайти розклад автобусів набагато простіше за допомогою Інтернету, ніж паперові копії, цей заощаджений час може перевершити час, який ми витрачаємо на перевірку пошуку в Facebook, Twitter, Інтернеті. Крім того, величезний обсяг інформації може призвести до того, що ми тонемо в інформації та втрачаємо те, що нам насправді потрібно. Більший вибір не обов'язково призводить до кращих результатів. Зіткнувшись з дивовижним спектром результатів, ми можемо взяти час, щоб прийняти рішення, і стає простіше зволікати.

4. Проблеми конфіденційності. Збір та використання даних стало великим бізнесом. Facebook збирає великий спектр даних про своїх

користувачів, і це купується політичними інтересами, які можуть давати дуже цілеспрямовану політичну рекламу своїм користувачам.

5. В обхід законодавства про працю. Цифрова економіка створила тенденцію до використання самозайнятих фрілансерів, які не захищені однаковим законодавством про працю. Наприклад, водії доставки для водіїв Deliveroo та Uber часто працюють за контрактами на нульову годину. Це дозволяє фірмам скорочувати витрати на робочу силу, бути більш гнучкими, але це може залишити робітників без лікарняних та захисту праці.

6. Соціальні медіа призвели до збільшення графічного вмісту. Анонімність та віддаленість соціальних медіа посилили тенденції до особистих нападів та розміщення теорій змови або розміщення образів насильства / сексуального характеру. Цифрова економіка дозволила розповсюджувати вміст, який шкодить добробуту людей.

7. Структури зриву. Економіка завжди стикалася з перебоями від нових технологій - від періоду луддитів до конвеєра. Однак цифрова економіка збільшує темпи змін, змушуючи багато традиційних фірм (роздрібних торговців на високих вулицях) виходити з бізнесу. Зростання ІІІ може загрожувати робочим місцям у цілком новому діапазоні галузей сфери послуг. Теоретично нові технології призведуть до зміни форм діяльності, але не збільшать загального рівня безробіття. Однак темпи оцифрування можуть призвести до структурного безробіття, де деякі некваліфіковані працівники все частіше програють кваліфікованим працівникам. У поєднанні з монопольною владою великих технологічних фірм це спричиняє посилення нерівності в суспільстві, що може призвести до відчуття відчуженості та несправедливості.

8. Екологічні витрати. Помилково вважати, що цифрова економіка передбачає «зелене рішення». Центри обробки даних використовують електроенергію та спричиняють викиди CO₂. У США на дата-центри припадає близько двох відсотків використання електроенергії в США у 2014 році. Більша потенційна вартість - це те, як цифрова економіка заохочує

культуру «викидання». Наприклад заплановане застарівання мобільних телефонів та комп'ютерів, що спонукає споживачів купувати нові моделі, що призводить до більшого використання сировини.

2.2 Аналіз конкурентної позиції України на зовнішніх ринках

Зараз в світі відбувається нова промислова революція - розвиток цифрової економіки (ЦЕ), що є імперативом сучасного глобалізованого світу. Країни, які цього не розуміють і нічого не роблять в цьому напрямку, залишаються на узбіччі світового економічного розвитку.

Цифрова економіка забезпечує конкурентні переваги інноваційного розвитку економічних систем різних рівнів. Інформаційно-комунікаційні технології (ІКТ) і штучний інтелект стали рушіями соціально-економічного зростання і формування нової якості життя.

Бостонська консалтингова група (The Boston Consulting Group) прогнозує, що обсяг цифрової економіки до 2035 р може досягти 16 трлн дол. Левова частка цієї вартості проводиться в найбільших економіках світу: 35% - в США, 13 - в Китаї, 8 - в Японії і близько 25% - в європейському економічному просторі. Глобальна цифрова економіка швидко зростає і постійно розвивається. Вона росла в 2,5 рази швидше, ніж глобальний ВВП за останні 15 років, і майже вдвічі - з 2000 р [23].

Однак цифрові дивіденди отримують лише країни, здатні створити міцний аналоговий фундамент: нормативно-правову базу (динамічну ділове середовище, що дозволяє компаніям повною мірою використовувати цифрові технології для конкуренції та інновацій); вагомий людський капітал (використання можливостей, що з'являються в цифровому світі); спеціальні інститути електронного управління.

Основні тенденції розвитку цифрової економіки в світі і Україні представлені в спільному Доповіді Huawei Technologies Co і Oxford Economics Ltd, присвяченому проблемам вимірювання справжнього впливу ЦЕ. Було змодельовано вплив технологічних інвестицій на ВВП протягом трьох десятиліть. Встановлено, що повний вплив на економіку було набагато більше того, що можна було очікувати від прямих прибутків інвесторів. Це додатковий вплив обумовлено цифровим перенесенням: кожен вкладений в цифрові технології долар за останні три десятиліття додав в середньому 20 дол. До ВВП. Цифрові технології прискорюють передачу знань, інновацій в бізнесі і покращують продуктивність в кожній компанії, між ланцюгами постачання й між галузями, що вкрай важливо для досягнення економічного зростання і сталого розвитку. Вартість, яку генерують компанії, залежить від належних їм цифрових активів, а не від суми витрат на неї [24].

Цифрова економіка набагато більш зріла в розвинених країнах: серед 50 оцінених цифрова економіка коливається в межах від 10 до 35% ВВП в розвинених країнах і від 2 до 19% ВВП - в країнах, що розвиваються. Цей розрив відображає прогрес, досягнутий в розвинених країнах в накопиченні цифрових активів, прийняття цифрових послуг, а також можливості будь-якої компанії використовувати цифрові технології. Цифрові активи сектора послуг в сфері ІКТ, фінансування і виробництва технологій становлять відповідно 21,5; 15 і 13,5%. Але навіть традиційні сектора економіки накопичили великі запаси цифрових активів: вони складають понад 5% валової доданої вартості сектора. Можна очікувати, що ЦЕ складе близько 24,3% світового ВВП 2025 р.

Для порівняння: за оцінками вітчизняних фахівців, питома вага ЦЕ в Україні становить 3-4%, а до 2025 р може подвоїтися. Такі оцінки свідчать, що за питомою вагою ЦЕ в ВВП України значно відстає від провідних країн світу [25].

Важливим в ЦЕ є системи індикаторів різних аспектів розвитку інформаційного суспільства - глобальні індекси (рейтинги), що складаються визнаними міжнародними інститутами.

Індекс цифрової еволюції (Digital Evolution Index, DEI) відображає прогрес у розвитку ЦЕ, а також рівень інтеграції глобальної мережі в життя людей. Країни розділені на чотири групи – «лідери», «перспективні», «з повільним темпом зростання» і «проблемні». Україна не увійшла ні в одне коло оцінюваних.

Індекс мережевої готовності (Networked Readiness Index) - це індикатор, що характеризує рівень розвитку ІКТ в 139 країнах світу. Цей показник для України визначається такими позиціями діє до:

- 2013 г. - 73-е місце з 144 країн;
- 2014 г. - 81-е з 148;
- 2015 г. - 71-е серед 143;
- 2016 г. - 64-е місце серед 139 країн [26].

За даними Глобального індексу інновацій (Global Innovation Index), в 2018 р. Україна зайняла в рейтингу найвище за останні сім років 43-е місце, поліпшивши його з попереднього року на сім позицій, що обумовлено високим коефіцієнтом інноваційної ефективності - співвідношенням отриманого результату і інноваційних ресурсів.

У Плані дій «Підприємництво 2020» була закладена основа політики та бачення ключових пріоритетних галузей до 2020 р. Програма мала п'ять категорій, кожна з яких описує основні фактори, що впливають на цифрове підприємництво. Комісія мала намір працювати в напрямку розгортання та впровадження цього підходу на основі п'ятикомпонентної стратегії (рис. 1.2).

Важливим складником формування інформаційного суспільства та цифрової економіки в Україні є використання можливостей сучасних ІКТ для створення інформації та нових знань, а також товарів та послуг, та ефективного обміну ними. Інформаційно-телекомунікаційні технології за

умов інтенсивного розвитку ринкових відносин – один із найважливіших елементів ефективного керування.



Рисунок 2.1 - Складники програми План дій «Підприємництво 2020» [62]

Рейтинг світової цифрової конкурентоспроможності IMD (WDC) допомагає аналізувати і оцінювати здатність країн до прийняття і дослідженню цифрових технологій, що призводять до трансформації в урядовій практиці і суспільстві в цілому [27].

Позитивний вже сам факт включення України в коло 63 країн, для яких проводиться оцінювання конкурентоспроможності цифрового середовища. За загальним рейтингом Україна знаходиться в замикає групі - 58-е місце в 2018 р. При цьому за фактором «знання» Україна займає 39-е місце (цьому сприяла досить висока 22-я позиція по субфактору «навчання і освіту»), тоді як за факторами «технології» і «готовність до майбутнього» - тільки 61-е.

Слабкими сторонами України є:

- захист прав на інтелектуальну власність (61-ша позиція);
- банківські та фінансові послуги (61-ша);
- високі інвестиційні ризики (62-га);

- кількість абонентів мобільного широкопasmового зв'язку (62-га);
- кібербезпека (61-ша);
- програмне піратство (60-та);
- фінансування технологічного розвитку (60-та позиція).

Сильними сторонами є: інвестиції в телекомунікації, запуск бізнесу, швидкість інтернет-підключень, е-демократія, використання великих даних і якість навчання.

Цифрова економіка базується на використанні цифрових комп'ютерних технологій. Її визначають як першочерговий напрям інноваційного розвитку виробничо-економічних систем різних рівнів та інструмент забезпечення конкурентних переваг у довгостроковій перспективі [63]. З огляду на це, справедливим є твердження ряду вчених, що характеризують цифрову економіку як «акселератор соціально-економічного життя суспільства та ключовий драйвер зростання ВВП» [64]. За статистичними даними, які наведені на рис.1, протягом останніх п'яти років Україна в глобальному рейтингу за рівнем розвитку інновацій покращила своє становище. Навіть попри зниження рейтингу у 2019 р., Україна залишається серед країн категорії Lowermiddle Income такою, що має високі сподівання щодо рівня розвитку.

Якщо говорити про використання ІКТ на підприємствах України, то згідно з даними Державної служби статистики України у 2018 р. загалом 95,5% вітчизняних підприємств використовують комп'ютери у своїй діяльності (це на 0,3% більше за 2015 р.), а 98,1% підприємств мають доступ до мережі Інтернет (на 0,1% більше за 2015 рік) (рис. 2.2).

Перехід до хмарного серверного простору, застосування хмарних технологій відкриває безліч можливостей для бізнесу. Зокрема це стосується заощадження часу в результаті діджиталізації бізнеспроцесів, зберігання файлів з базами даних та офісного програмного забезпечення (наприклад, текстових процесорів, електронних таблиць тощо), забезпечення доступу до більш сучасного спеціального програмного забезпечення.

Виконаний аналіз складових основних глобальних індексів розвитку окремих країн світу в сфері цифровізації свідчить про неоднозначність оцінювання конкурентоспроможності України в цифровому середовищі [28].

Поряд з розширенням країн за рівнем розвитку ЦЕ відбувається концентрація цифрових активів інтелектуальної власності (ІВ) в багатонаціональних компаніях. Великі компанії розширили свої можливості для отримання ренти нематеріальних активів, що відображається в посиленні захисту прав інтелектуальної власності, а також у використанні національних норм і положень з метою переміщення прибутку та оптимізації податків. З цим пов'язано і збільшення доходів від монополії на використання прав інтелектуальної власності, а також скорочення витрат на оподаткування.



Рисунок 2.2 - Використання інформаційно-комунікаційних технологій на підприємствах України за 2015-2018 рр., % [62]

Варто зазначити, що загалом інформаційнокомунікаційні технології на українських підприємствах розвиваються ефективно. Для здійснення масштабних цифрових трансформацій підприємства мають створити відповідні умови. Формування нової інформаційної системи управління або

модернізація старої, яка повинна при мінімальних витратах забезпечувати високий рівень кібербезпеки та широке використання можливостей сучасних інформаційних технологій, дозволяти швидко й ефективно передавати дані, які необхідні для оперативного й обґрунтованого прийняття рішень. ІКТ дозволяють суттєво змінити підхід до управління підприємствами та бізнес-процесами, що дає підстави говорити про використання концепції «електронного бізнесу»

За останні роки зафіксовано відчутний прогрес у багатьох напрямках цифрового розвитку, в тому числі в сфері охорони і індикації ІС. Зокрема, спостерігається як посилення захисту особистих немайнових прав творців інтелектуальних цінностей, так і подальша комерціалізація майнових прав.

Успішне формування ЦЕ забезпечується наявністю і ефективністю таких компонент: нормативно-правової бази, яка б сприяла розвитку конкурентного ринкового середовища, дозволяє компаніям повною мірою використовувати цифрові технології в інноваційних процесах; розвиненої системи поширення знань і навичок, необхідних працівникам, бізнесменам, державним службовцям та ін., для використання можливостей цифрових технологій.

Але незважаючи на це, висока концентрація прав ІВ в знаннях, які виступають двигуном цифрової революції, може стати причиною найгострішої нерівності як на національному, так і на міжнародному рівнях.

Для стримування цієї загрози на національному рівні всі країни потребують відповідної системи державного регулювання, яка не дозволяє декільком компаніям і фізичним особам привласнювати собі більшу частину вигод. Крім того, уряди повинні допомагати не тільки у фінансуванні нових технологій. Вони могли б брати участь в комерціалізації нових успішних технологій, створюючи професійно-керовані венчурні фонди, які б брали участь в капіталі широкого спектру компаній, що займаються новими технологіями. Це дозволило б на більш широкій основі розподіляти блага,

створювані в умовах швидкого зростання продуктивності праці завдяки заміні людської праці новими технологіями.

Вимагають уваги і інші напрямки правового регулювання, які потрібно опрацювати для усунення ризиків і створення умов розвитку цифрової економіки. Йдеться про особливості регулювання прав на результати інтелектуальної діяльності в цифровому середовищі, в тому числі в частині їх захисту, а також про додаткові механізми капіталізації зазначених результатів. Адже підвищені ризики неправомірного використання результатів інтелектуальної діяльності значно знижують рівень довіри до цифрової економіки та гальмують її розвиток. Необхідно забезпечити здоровий баланс між захистом авторського права і пріоритетними напрямами державної політики в сферах освіти, досліджень, інновацій і т.п.

Існує кілька факторів, які несуть потенційні загрози цифровий трансформації і вимагають розробки інструментів запобігання втрат.

По-перше, це відтік мізків, супроводжуваний зменшенням компетенцій і знеціненням традиційних активів, які не пройшли цифровізацію.

По-друге, зниження конкурентоспроможності традиційних органів управління і господарюючих суб'єктів в умовах цифровізації бізнес-процесів і формування економіки даних.

По-третє, це домінування глобальних цифрових платформ і гравців, які диктують свої правила і створюють додаткові розриви між залученими і не залученістю країнами та суб'єктами.

При створенні нових знань компанії опиняються перед вибором. З одного боку, вони хочуть зберегти свої інновації в таємниці, щоб отримати перевагу над конкурентами. З іншого боку - компанії хочуть отримати права ІВ на свої інновації, але їм доводиться розкривати інформацію про таких інноваціях. Компанії-лідери в створенні нематеріальних активів усвідомлюють, що витік знань є неминучим ризиком в пов'язаних ланцюжках створення вартості, особливо якщо вони передають знання компаніям-партнерам, які в майбутньому можуть стати конкурентами. Тому

вони іноді обмежують передачу знань і передають лише старі технології, витік яких не може викликати негайного появи конкурентної загрози.

Іноді компанії-лідери відкрито діляться своїми інтелектуальними активами або ліцензують їх, почасти щоб сприяти застосуванню нових технологій, а почасти щоб отримати доступ до технологій, що належать іншим компаніям. Друге міркування особливо актуально для так званих складних технологій, тобто технологій, що складаються з безлічі запатентованих винаходів, патенти на які належать різним суб'єктам. До категорії складних технологій відносяться більшість ІКТ, патентування яких росло найшвидшими темпами протягом останніх трьох десятиліть. За допомогою перехресного ліцензування компанії забезпечують доступ до технологій, необхідних для комерціалізації своїх інновацій.

У виробництві товарів внесок нематеріального капіталу у формування доданої вартості вище, ніж вклад матеріального капіталу.

Цікавою особливістю розвитку промислової власності та ролі цифрової економіки є те, що в 2017-2018 рр. список провідних заявників на отримання патентів за міжнародною процедурою РСТ очолювали телекомунікаційні компанії. Заявки шести з десяти провідних заявників – Ericsson, Huawei Technologies, LG Electronics, Qualcomm Incorporated, Samsung Electronics, ZTE Corporation - стосувалися в основному сфери цифрового зв'язку і комп'ютерних технологій. Так, компанія Telefonaktiebolaget LM Ericsson (publ) більше 76% всіх заявок подала в області цифрового зв'язку. За даними Всесвітньої організації інтелектуальної власності (ВОІВ), в 2018 р найбільша кількість опублікованих заявок за процедурою РСТ відносилася до сфери цифрового зв'язку (20271 заявка), комп'ютерної техніки (19152), електричних машин (16577) та медичної техніки (15826). На частку цих чотирьох провідних сфер техніки припадала майже третина всіх опублікованих в 2018 р заявок РСТ (30,4%) [29].

Слід зазначити, що Україна за показником подачі заявок на винахід за міжнародною процедурою займає 40-е місце, при цьому відставання від

країни-лідера (США) становить близько 360 разів, а загальна кількість відповідних подач протягом останніх років не перевищувало 160. І в цілому пріоритети патентування в Україні не відповідають загальносвітовим тенденціям, де патенти стосуються в основному інформаційних технологій, тобто п'ятого технологічного укладу, а в Україні до 85% патентів відносяться до третього й четвертого технологічного укладу.

В Україні відповідальні відомства не публікують дані про розподіл кількості поданих заявок за процедурою РСТ, тому порівняти загальносвітові тенденції і тенденції патентування за класами в нашій країні неможливо.

Розподіл загальної кількості поданих в Україні заявок на винаходи (резидентами і нерезидентами) за основними технічними напрямками свідчить, що майже 1% класифікованих заявок відноситься до напрямку «Лікарські препарати», 6,4 – «Інші спеціальні машини», 5,35 – «Органічна тонка хімія», 4,9% - «Хімічна сировина».

Пріоритетними напрямками патентування іноземних заявників в Україні в 2018 р були «Лікарські препарати» (18,4% заявок), «Біотехнологія» (11,6), «Органічна тонка хімія» (9,9), «Хімічна сировина» (8%).

Наведені дані свідчать, що національні та іноземні заявники залишають без уваги патентування в Україні винаходів, пов'язаних з цифровою економікою (питома вага розділу електротехніка, який може бути віднесений до ЦЕ, в 2018 р становив всього 5,4%).

Концепція ЦЕ продовжує розвиватися, виходить за рамки електронної торгівлі і включає в себе ведення бізнесу, підтримку комунікацій і надання послуг у всіх областях, включаючи транспорт, фінансові послуги, виробництво, освіту, охорону здоров'я, сільське господарство, роздрібну торгівлю, засоби масової інформації і індустрію розваг.

Висока концентрація прав ІВ в знаннях, які виступають двигуном цифрової революції, служить причиною найгострішої нерівності на національному та міжнародному рівнях. Впровадження новітніх технологій, якість інтернет-інфраструктури, інституційний розвиток та інноваційний

клімат – це напрямки, які повинні визначати розвиток цифрової економіки в Україні. Ключовою стратегією повинні стати цифровізація країни, формування внутрішнього ринку ІКТ, включення в глобальні ланцюги створення доданої вартості. Цифрова економіка в світі стрімко розвивається, і в Україні ще є можливості для включення в цей розвиток.

2.3 Оцінка впливу цифровізації економіки на міжнародні бізнес-стратегії

Як прогнозують в IDC, до 2021 р половина компаній, що входять зараз до двадцятки лідерів в більшості галузей, почне відчувати серйозну конкуренцію з боку нових претендентів і перебудувати «старих» компаній, що користуються е-платформами для створення нових сервісів і бізнес-моделей.

Передбачається, що в 2021-2022 рр. закінчиться індустріальна фаза зростання світової економіки, і її подальший розвиток буде здійснюватися під дедалі більшим впливом когнітивних факторів і виробництв, заснованих на принципах «lean production», адитивних, нано- та біотехнології. Відповідно зростуть обсяги інформації, необхідної для вироблення і прийняття управлінських рішень; переформатується структура управління виробництвами з випуску товарів і послуг; відбудуться зміни в системі взаємодії населення і бізнесу з державними органами.

Основними факторами для фазового переходу на позитивну траєкторію соціального і економічного розвитку є наступні [30]:

- реалізація концепції електронного уряду;
- втілення ідеї «цифрового міста», що обумовлено комплексної інформатизацією транспорту, житлово-комунального господарства та ін .;

- масова поява на ринку товарів нового технологічного покоління (наприклад, випуск безпілотних автомобілів і т.д.);
- підвищений застосування 3D-принтерів;
- втілення ідеї будівництва «розумного» і гранично екологічного будинку, що потребують великого обсягу нових оздоблювальних і будівельних матеріалів;
- зростання попиту на інноваційні фармпрепарати, пов'язані з омолодженням організму, лікуванням;
- поширення різного роду альтернативних і вільних форм зайнятості, в тому числі аутсорсингу (бухгалтерські послуги, програмування, творча діяльність та ін.);
- створення численних професійних мереж, де потенційний роботодавець розміщує замовлення.

Перераховані фактори пов'язані зі скороченням витрат у виробництві та управлінні шляхом застосування платформ цифрової економіки, які можна розглядати як сукупність товару і електронної послуги. В першу чергу мова йде про такі платформи, як замовлення послуг, спільне використання ресурсів, підбір контрагентів, е-торгівля, платежі і т.д.

Технологічно цифрова економіка являє собою середовище, в якій юридичні та фізичні особи можуть контактувати між собою з приводу спільної діяльності. Завдяки ІТ сучасного виробництва все більше стають притаманні високі швидкості і різноманітність надання послуг і випуску товарів. Для останніх характерні швидка розробка і поява нових продуктів і все більш термін їх життя. В частині послуг цифрові технології здатні зробити рішення типових задач з великим об'ємом операцій набагато дешевшим, швидким, зручним і без посередників, прикладом чого є такі технології, як замовлення таксі Uber (в лексикон увійшло слово «уберізація» бізнесу), електронна торгівля, інтернет-банкінг та ін. Тобто для збільшення прибутковості в багатьох областях економіки посередників можна замінити автоматичними мережевими сервісами (досить добре працюють сайтом або

мобільним додатком). Така організація бізнесу дозволяє не тільки істотно знизити вартість послуги, а й веде до нової структури економіки, в якій переважну роль можуть грати різні форми індивідуального виробництва і неповної зайнятості. Технології краудфандінга і краудсорсингу також можна розглядати як нові економічні технології [31].

Тренд, пов'язаний з усуненням посередників, розвиток інтернету і «розумних» автоматизованих сервісів – також ілюстрація переходу від економіки, що базується на вилученні додаткової вартості, до економіки, заснованої на співробітництво та обмін благами («Шерінг-економіка»). Тому конкуренція все більше буде поступатися місцем взаємовигідної кооперації та взаємодії і ґрунтуватися більшою мірою не на вертикальних зв'язках, а на рівних взаєминах, надання один одному взаємодоповнюючих послуг. Звідси випливає зростання кількості сервісів і збільшення обсягів електронної торгівлі послугами.

Нові соціальні моделі взаємодії на основі об'єднання сучасних інформаційних платформ призводять до практичного втілення нових економічних технологій (НЕТ). Під ними, на нашу думку, розуміється сукупність «вбудованих» в системи організаційного управління принципово нових засобів і методів обробки даних, що об'єднуються в цілісні технологічні платформи для цілеспрямованого створення, передачі, зберігання і відображення інформаційного продукту (даних, ідей, знань) і забезпечують максимальне зниження трансакційних витрат на взаємодію економічних агентів.

Основні принципи НЕТ полягають у наступному: розробка принципово нових бізнес-моделей; оптимальне поєднання різних інформаційних технологій і методів їх використання в організаційно-технологічних процесах реального сектора економіки; мінімізація трансакційних витрат і застосовуваних у виробництві матеріальних ресурсів.

НЕТ розвиваються на основі сучасних інформаційних технологій і відповідно до реальними економічними умовами. Якщо раніше послідовно

розвивалися виробничі, торговельні, фінансові технології, то до теперішнього часу з'явилися НЕТ, які є основою сучасної інформаційної економіки, що базується на переважно горизонтальних взаємодіях (самоорганізації і сингулярності), інноваційному підприємстві (саморозвитку), інформаційному інжинірингу (самовдосконаленні) і автоформалізації (автоструктурірованії) економічних процесів [32].

Матеріальну основу НЕТ представляють data-центри та сучасні ІТ-платформи для систематизації та аналітичної обробки інформації. Актуально розвиток «провайдинга» послуг з управлінського консалтингу та бізнес-аналітиці. Організаційною основою вдосконалення ділового середовища виступають нові інститути-інформаційноконсалтингові служби та державні агентства розвитку.

Висновки до розділу 2

Підсумовуючи усе вищезазначене, можемо стверджувати, що на сьогодні великого значення має інформатизація суспільства та бізнесу. Цифрова економіка – це потужний локомотив руху економічного розвитку, конкурентоспроможності та інновацій. Тому її розвиток – це стратегія майбутнього країн ЄС. Найбільш розвинутою сферою є фінансова, а державна, навпаки, найменш розвинена у європейських країнах. За рівнем розвитку цифрових технологій Україна займає середні показники, проте якщо запровадити відповідну політику та збільшити довіру населення до цифрових змін, то має можливість швидко покращити свої позиції.

РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ УКРАЇНИ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ

3.1 Основні проблеми розвитку та поширення цифрової економіки у міжнародних бізнес-стратегіях

Основним і найбільш ефективним драйвером цифрової економіки є держава-головний замовник і споживач її продуктів. Наприклад, Китай витрачає на ці цілі близько 9 млрд дол. Підтвердженням ефективності інвестицій служить потужний інтернет-ресурс Alibaba з капіталізацією більше 210 млрд дол.

Щоб максимізувати вигоди від цифровізації, держава повинна сформувати і підтримувати ринок відповідних високотехнологічних продуктів, зберігаючи контроль за основними платформами електронної економіки, спираючись на створення власних додатків для державного управління, базових галузей і підприємств. Можна відзначити, що Японія втратила інноваційне лідерство в чому в результаті того, що, існують за рахунок покупки технологій, не змогла створити їх власне виробництво і постійно підтримувати високий рівень технічних розробок. Навпаки, Південна Корея, витрачаючи на електронний уряд та електронне посередництво (для роботи е-комерції та проведення державних тендерних закупівель) в середньому 1% від національного бюджету, генерує від 10 до 15 млрд дол. Щорічно, що приносить економіці країни доходи, в 30-40 разів перевищують витрати. В організаційному плані цей ефект досягається облаштуванням державних та приватних call центрів, розробкою мобільних додатків і реінжинирингом державних інтернет-платформ.

Найважливішим напрямком в цій сфері є підготовка кадрів для експлуатації інформаційних систем в державному управлінні. Тут можна врахувати досвід Бельгії, де в 70-х рр. минулого століття були створені спеціальні мобільні групи фахівців (у тому числі з викладачів і студентів профільних вузів), які проводили навчання співробітників держорганів і налагодження систем безпосередньо на робочих місцях, перебуваючи там стільки часу, скільки було потрібно [33].

Ризики цифровізації складаються також у необхідності суворого інжинірингу розробки та експлуатації складних цифрових систем, так як програмування (як вид діяльності) недостатньо технологічно в принципі. Багато що програміст має на увазі за замовчуванням, а принципові рішення не відзначаються в коментарі вихідного тексту як само собою зрозуміле. Крім того, часто документація до програм складена недбало. Тому в ході експлуатації втрачається контроль над програмним продуктом. Ці ризики посилюються тим, що в проектах інформатизації, як правило, не передбачаються витрати на обслуговування, які можуть виявитися значними.

З огляду на, що цифрова економіка глобальна, всі державні проекти інформатизації (від електронного уряду України до послуг ЖКГ) і цифровізації необхідно розглядати комплексно і на основі цілісної системи кодування та ідентифікації економічної та управлінської інформації.

Важливою умовою успішності і найбільш складним етапом розвитку «цифрового» сегмента економіки України є спрощення ділового середовища і максимальне зниження витрат на взаємодію населення і бізнесу з державою. Подальші перспективи цифровізації пов'язані з реалізацією моделі Міжорганізаційної взаємодії двох сторін в рамках державно-приватного партнерства. Фундаментальна основа цього процесу-платформи цифрової економіки, за допомогою яких здійснюється перехід від парадигми взаємодії «один-одному» і «один-багатьох» до парадигми «багато-багатьох». У свою чергу зміна організації і технології взаємин господарюючих суб'єктів в комплексі зі створюваними за сприяння держави консалтинговими та

технічними бізнес-центрами, що спеціалізуються на підтримці малого і середнього бізнесу, автоматично призводить до структурних перетворень в реальному секторі економіки (структурним реформам) і створення умов для формування інноваційної економіки.

Одним з головних викликів менеджменту в процесі ЦТ в бізнесі є необхідність формування нового цифрового управлінського мислення. Перш за все тут мова йде про організаційну культуру, тобто про те, як менеджери бачать і сприймають ЦТ і пов'язані з ними різні проблеми бізнесу, як вибудовують взаємини і як знаходять шляхи вирішення проблем з урахуванням нових цінностей і технологій [34].

Першою ключовою перепорою є проблема лідерства. Лідерство проявляється по-різному: це розуміння і ініціювання змін, керівництво процесом ЦТ - введення нових керівних посад з відповідними компетенціями та обов'язками (CDO), широке поширення цифрової культури і сучасних методик проектного управління, організація навчання співробітників. Перед лідерами стоять наступні завдання:

- цифрове «біфокальне бачення» як операційних, так і стратегічних проблем організації як орієнтир і мотиватор зміни поведінки;
- інтеграція ЦТ в стратегію організації і в усі сфери діяльності компанії для забезпечення нових конкурентних переваг;
- забезпечення «цифрового духу» в організації - гнучкості в проектній діяльності (agile), комунікацій, швидкості змін і необхідних даних;
- розуміння можливостей нових технологій, зміни поведінки і досвіду споживачів;
- створення екосистем - нових мереж, які об'єднують людей, технології, компетенції та ідеї поза компанії для забезпечення їх подальшої синергії;
- розробка метрик для оцінки прогресу в ЦТ;
- забезпечення формування нових навичок і компетенцій (персональних та організаційних);

- вироблення «м'яких лідерських якостей» - поєднання знання концепцій бізнесу і ідей творчості і дизайну, різних стилів і моделей лідерства, що дозволяють виявляти стриманість, так як часто важко очікувати швидких змін в процесі складних трансформацій.

Деякі характеристики таких лідерів [35]:

- вміння бачити призначення організації, особливо в умовах розподіленої середовища, нечіткої структури і автономії в прийнятті рішень;

- вміння створювати умови для експериментування;

- вміння стимулювати людей думати інакше, особливо щодо потреб клієнтів і партнерів;

- вміння сприяти взаємодії людей через існуючі кордони і бар'єри: технологічні, галузеві, адміністративні та культурні.

Другою проблемою нового мислення є розуміння зв'язку технології, процесів, людей та організації, того, як цифрові технології змінюють характер роботи, як люди пристосовуються до цих технологій, як трансформується організація під вирішення тих чи інших групових завдань, як змінюється організація роботи з клієнтами.

Третьою ключовою проблемою є стратегічна маркетингова трансформація (стратегічний CRM) [36]. Інвестування в технології без розуміння очікувань, переваг і цінностей споживача, без залучення клієнтів і позитивного клієнтського досвіду (основи так званого «століття споживача») - невірна стратегія, яка не може дати потрібний результат. Принциповим в контактах з клієнтами стають не просто питання інструментарію, а то, як окремі інструменти можуть вирішити проблеми клієнтів, відповідають їхнім потребам і навчають клієнтів і виробників. Саме така стратегія створює унікальну споживчу цінність, а компанія стає «системним інтегратором» в її створенні.

Четвертою проблемою є переосмислення моделі бізнесу. Група експертів Стокгольмської школи економіки підготувала масштабне дослідження практики управління процесом ЦТ, і в фокусі їх уваги

опинилися нові бізнес-моделі, які змінюють вигляд цілих галузей: автомобільної, телекомунікацій, мас-медіа, індустрії розваг і подорожей, міського господарства и др всього 15 кейсів) [37]. Ними було виявлено 10 взаємопов'язаних стратегічних викликів менеджменту.

1. Структурні виклики, пов'язані з роллю і ринковим позиціонуванням технологічних платформ, змінюють кордону галузей, структуру власності та роль лідерів платформ, стратегії, управлінські процеси, що створюють нові умови конкурентного співробітництва (co-opetition).

2. Управління великими даними (БД) і створення нових цінностей за допомогою цифровізації. Ключовими проблемами тут є організація аналізу БД (у себе в компанії або шляхом аутсорсингу), використання переваг конкурентного співробітництва для забезпечення вигод кінцевих користувачів, етичні аспекти управління БД, операційні процеси управління БД.

3. Клієнтоцентристський підхід і використання мережі споживачів як однієї з основних характеристик четвертої промислової революції. У тому числі це пов'язано з розвитком економіки спільного споживання, коли важлива не власність на той чи інший продукт, а спільне його використання (так званий «організаційний споживач») за допомогою цифрових інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ). Цей виклик пов'язаний з принциповими змінами в системі маркетингу та маркетингових технологій.

4. Процес цифровізації включає розробку, виробництво, впровадження та використання нових цифрових рішень і пропозицій і їх масштабування. Управлінське завдання - переклад цих пілотних проектів в працюючі і масштабовані бізнес-моделі, орієнтовані на розширюються ринки.

5. Перехід від бізнес-моделей, орієнтованих на продукти, до моделей, орієнтованих «на рішення як послугу». По суті, мова йде про зрушення від трансакційних моделей до моделей взаємодії. Приклади: Philips просуває концепцію «освітлення як послуги», Volvo / Ericsson - «підключений

автомобіль», транспортна компанія Nobina - «мобільність як послуга» для городян.

6. Розробка нових кооперативних бізнес моделей за участю і взаємодією декількох гравців.

7. Партнерство великих і малих підприємницьких фірм в процесі створення інноваційних продуктів. Перевагою малих підприємств в цій сфері є те, що вони з самого початку є «цифровими» і використовують бізнес-модель з потенціалом її масштабування. У той же час вони потребують також у використанні переваг існуючих підприємств, з точки зору їх фінансових ресурсів, усталених коопераційних мереж, досвіду, бази знань і т.д.

8. Створення нових пов'язаних міжгалузевих бізнесів, бізнес-моделей і відповідних цифрових ринків на принципах конвергенції на основі ІКТ: медіа, транспорту, автовиробників, сфери домогосподарств і побутових пристроїв та інших галузей. Один з недавніх прикладів: Google поглинає Nest (виробника термостатів, димових детекторів і сигналізації).

9. Реорганізація цифрових споживачів: управління альянсами споживачів, формування нової споживчої інфраструктури. Особливо це видно в проектах «розумних міст», де відбувається злиття приватних і громадських організацій в якості користувачів нових цифрових продуктів і послуг.

10. Управління з урахуванням політичної, соціальної, інституціональної та етичної сторони цифровізації бізнесу. У міру збільшення потоку даних в глобальному масштабі і різноманітності їх джерел ключовими стають проблеми приватності і власності інформації, її зберігання, передачі і використання; цифрових продуктів / рішень та іншої інтелектуальної власності, включаючи їх захист і забезпечення безпеки; проблеми забезпечення довіри різних стейкхолдерів, а також проблеми відповідності із законодавством та регулювання, взаємодії бізнесу і держави.

Дослідження рівнів цифровий зрілості бізнесу дозволяє визначити характер комплексних проблем бізнесу в умовах ЦТ і шляхи їх вирішення.

Більшість цих проблем пов'язані навіть не стільки з новими технологіями та їх використанням в операційних процесах, стільки з необхідністю перебудови всього управлінського мислення, організаційної культури, ролей менеджерів і лідерів, систем управління організаціями, механізмів розробки стратегій і забезпечення взаємодії зі споживачами та партнерами.

Подальший аналіз цих проблем передбачає поглиблені емпіричні дослідження міжнародної та російської практики ЦТ, розширення вибірок і опитувань фахівців і менеджерів, подальше узагальнення теоретичних поглядів вчених і експертів різних країн. Особливий інтерес представляють питання, пов'язані з проблемами культури (неготовність, опір змінам, недолік лідерства, етика ЦТ), формуванням нових компетенцій, ролями менеджменту і менеджерів, співвідношенням раціонального (штучного інтелекту і сфер його застосування, частина з яких зараз вже очевидна) і ірраціонального в менеджменті (смислів, цінностей, творчості, мистецтва управління, складних людських взаємин, емоційного і духовного інтелекту та ін.). Комплексне вивчення цих проблем (крім оволодіння чисто цифровими компетенціями) необхідно все більше включати в різні освітні бізнес-програми по цифровій трансформації, пропозиція яких в останні роки явно демонструє зростання у всіх провідних навчальних закладах світу і бізнес-школах.

3.2 Напрями розвитку цифрової економіки у міжнародних бізнес-стратегіях

Навіть в найбільш розвинених країнах світу процес цифрової трансформації (ЦТ) тільки розгортається в повному обсязі, і особливо це стало помітно з 2017 р При цьому більшість компаній поки перебувають в

його середині і стикаються з цілою низкою проблем. Компанія Deloitte визначає рівень цифрової зрілості п'ятьма ключовими факторами [38]:

- 1) взаємини зі споживачами, які розглядають компанію як свого цифрового партнера;
- 2) стратегія, що забезпечує нові конкурентні переваги;
- 3) цифрові технології;
- 4) їх використання в операційних процесах;
- 5) організаційна культура.

Інша консультативна компанія, Gartner, розширює цей набір, кажучи вже про дев'ять критеріях:

- 1) рівень омні- (мульти) каналний в роботі зі споживачами;
- 2) розвиненість самих каналів;
- 3) ступінь використання нових бізнес-моделей;
- 4) ступінь зміни ланцюжків цінностей;
- 5) ступінь створення нових цінностей за допомогою цифрових ресурсів;
- 6) ступінь значущості цих цінностей для організації;
- 7) ступінь підтримки ІТ;
- 8) здатність і готовність організації здійснювати цифровий бізнес;
- 9) пріоритетність цифровізації в стратегії компанії.

Останні дослідження цієї компанії, засновані на опитуваннях СІО, показали, що в 2019 р відбувається істотне зрушення - 33% досліджених компаній переходять в стадію зрілості (в 2018 р їх було 14%) і 13% починають отримувати реальні плоди від ЦТ.

Модель цифрової зрілості - це інструмент, за допомогою якого можна оцінити рівень навичок і компетенцій організації і вказати на потреба у зміні і поліпшенні. Така модель може бути представлена матрицею (табл. 4) або, наприклад, схемою, запропонованою компанією IDC (табл. 5). На їх основі можна проаналізувати результати ряду інших великомасштабних досліджень, проведених останнім часом [39].

Так, недавні дослідження компанії Cisco показали, що приблизно 4 з 10 топ-гравців за часткою ринку в кожній галузі будуть витіснені за рахунок впровадження цифровізації протягом найближчих декількох років. При цьому приблизно третина опитаних займають вичікувальну позицію по ЦТ, і тільки чверть повідомили, що їхня стратегія цифровий конкуренції носить проактивний характер і спрямована на збільшення вартості за рахунок нових бізнес-моделей [40]. Підхід таких компаній:

- 1) дозволяє за рахунок гнучкості підвищувати продуктивність, знижувати витрати на технології, прискорювати реакції на запити клієнтів;
- 2) змінює (диференціює) очікування користувачів, продукти і послуги; прискорює інновації, комунікації і знання;
- 3) визначає бізнес-моделі і трансформує галузі, майбутнє зростання та інновації.

Таблиця 3.1 – Матриця цифрової зрілості

Цифрові якості Рівень стратегії	<p>Просунуті / послідовники:</p> <ul style="list-style-type: none"> - наявність цифрової стратегії - відсутність всеосяжного цифрового бачення - слабка координація зусиль - формуюча культура 	<p>Майстри / лідери:</p> <ul style="list-style-type: none"> - сильна цифрова стратегія - правильне поєднання бачення, управління та інвестицій - різноманітність ініціатив - сильна цифрова структура
	<p>Початківці:</p> <ul style="list-style-type: none"> - переважає скептицизм у відношенні до цифровізації - певні експерименти - відсутність цифрової стратегії, культури, бачення 	<p>Консерватори:</p> <ul style="list-style-type: none"> - неповне цифрове бачення і стратегія - переважання традиційних підходів - активні кроки формування цифрової культури - цифровізація окремих бізнес-одиниць
	<p>Лідерські якості Технології - процеси - люди</p>	

Джерело: складено автором на основі [40]

Згідно з доповіддю компанії IDG Communications Inc. Узагальнюючи думки більше 700 топ-менеджерів, виявлено наступне [41]:

- Більше половини (52%) вважають, що ЦТ - це засіб для підвищення продуктивності, 49% - для вдосконалення управління через кращу роботу з даними та інформацією, 46% - для поліпшення обслуговування клієнтів, 39%

- для безпечного і оптимального доступу до нових активів, 37% - для поліпшення бізнес-процесів, 33% - для генерування нових прибутків, 31% для зростання і створення нових продуктів, 27% - для глобалізації бізнесу.

- у компаніях вже використовуються наступні технології цифровізації: штучний інтелект (в 56%), комп'ютерне навчання (в 55%), інтернет речей (в 50%), віртуальні мережі (в 45%), аналітика великих даних (в 59%), мобільні технології (в 59%), приватні хмарні технології (в 53%), публічні хмарні технології (в 45%), API (Application Programming Interface) (в 40%).

- у компаніях здійснені наступні кроки по створенню цифрового бізнесу: стратегії захисту даних (в 27%), оцінка інформаційних компетенцій (в 24%), розробка цифрових стратегій (в 23%), кадрова стратегія (в 19%), оцінки успіху цифровізації (в 15%).

- тільки 7% компаній в досить повному обсязі вже впровадили цифровізацію в свої бізнес-системи і зараз підтримують їх; 37% компаній почали процес глибокої інтеграції цифрових технологій в свої бізнес-процеси, а ще 7% тільки приступають до цього.

Трохи менше третини менеджерів відзначають зростання прибутків від впровадження нових технологій, вважаючи, що найважливішим перешкодою виступає відсутність достатніх коштів (39%) і потрібних компетенцій (36%), необхідність заміни систем регулювання цього процесу (34%), брак організаційної культури (33%) [42].

Таблиця 3.2 – Схема моделі цифрової зрілості компанії IDC Communications

Ситуаційні (14%)	В пошуках (32%)	Повторюючі (32%)	Управляючі (14%)	Оптимізуючі (8%)
Цифровий скептицизм	Експерименти	Цифрові гравці	Трансформація	Прориви

<ul style="list-style-type: none"> - Відсутність лідерства та культури; - Обмежене використання цифровізації у бізнес-процесах; - ІТ та організаційна трансформація не скоординовані 	<ul style="list-style-type: none"> - Обмежене вивчення клієнтського досвіду для задоволення клієнтів; - Базова аналітика з використанням структурованих даних; - Недостатня інтеграція цифрових продуктів - Мала кількість компетенцій та внутрішньої взаємодії команд 	<ul style="list-style-type: none"> - Інформаційна архітектура; - Формування цифрової культури зверху до низу; - Забезпечення конкуренції з цифровими гравцями; - Цифрова трансформація ще не визначає конкурентоспроможність; - Ще не послідовна інноваційна політика; - Розвиток компетенцій та пошук талантів; - Недостатня командна робота. 	<ul style="list-style-type: none"> - Інтегрована та синергетична стратегія розвитку та цифровізації бізнесу; - Важкі інформаційні платформи та просунута аналітика; - Отримання конкурентних переваг на основі пропозиції нових продуктів/послуг та інновацій; - Забезпечення лідерства на ринках; - Партнерства в екосистемах; - Управління талантами. 	<ul style="list-style-type: none"> - Бізнес перебудовує ринок та створює нові; - Всеосяжна інформація в реальному часі; - Постійні інновації на основі клієнтського досвіду; - Таланти та компетенції визначають конкурентні переваги; - Сильна цифрова організаційна культура та лідерство; - Активна участь в екосистемах для накопичення знань та досвіду.
---	--	---	---	---

Джерело: складено автором на основі [42]

Ще більш масштабне дослідження проводять протягом кількох останніх років фахівці Массачусетського технологічного університету (MIT) спільно з компанією Deloitte. Вони вивчають думки більше 4300 менеджерів і аналітиків з 123 країн і 28 галузей з метою виявлення трендів в сфері ЦТ, можливостей і проблем адаптації бізнесу до цих змін, побудови бізнес-моделей, які ведуть до підвищення цінності їх продуктів і послуг для кінцевих користувачів. Ось основні висновки одного з їхніх останніх досліджень [43]:

- організації стають більш орієнтованими на цифровізацію (30% опитаних). У 2018 був вперше відзначений ріст розвиваються і зрілих компаній: 44% (в 2017 р.- 41%);

- в цілому згодні, повністю згодні з необхідністю ЦТ як першорядної проблеми їх організацій 34% в нових компаніях і 29% в старих; 40% або вже відчують їх плоди, або очікують їх протягом 1-2 років, а ще 39% - протягом

до 5 років. Основними цілями при цьому є: використання компетенції для нових можливостей і способів ведення бізнесу і зростання (39%) і освоєння нових компетенцій для зростання бізнесу (20%);

- необхідність постійного цифрового навчання співробітників (не рідше 1 разу на рік) відзначили 44%, пов'язуючи його з постійним експериментуванням;

- потреба в новому лідерство однаково важлива як для знаходяться на початку процесу ЦТ компаній (80% опитаних), так і для цілком зрілих в цьому відношенні (більше 50%). При цьому останні куди більше досягли успіху у формуванні таких лідерів, вони частіше формують культуру розподіленого лідерства - знижують рівень прийняття рішень в своїх організаціях і створюють різні крос-функціональні групи (так звані проектні «блискучі команди»);

- проблема не тільки в лідерах, але і в участі співробітників, і в моделях їхньої поведінки. Активність працівників в ініціюванні змін набагато вище в компаніях, яким менше 10 років (55% опитаних) в порівнянні зі старими компаніями, існуючими 50 і більше років (35%).

Згідно з дослідженням консультативної компанії Altimeter-Prophet, занадто багато бізнесів продовжує застосовувати реактивний і несистемний підхід до ЦТ, ставлячи окремі цілі різних підрозділах, інвестуючи в окремі технології без спільного бачення і загальорганізаційних завдань і зусиль. Проведений ними опитування 528 керівників і стратегів по ЦТ для підготовки їх щорічних доповідей виявив такі ключові тренди 2017-2018 рр.:

- ЦТ поступово набувають більш системний міжфункціональних характер;

- основними факторами (драйверами) ЦТ є потреби і можливості зростання бізнесу (51%), конкурентний тиск (41%), а також нові регулюють вимоги (38%);

- основні зусилля спрямовані на вдосконалення системи контактів з споживачами (54%) і відповідної інфраструктури (45%). при цьому

наголошується, що 41% компаній здійснює інвестиції в ЦТ без відповідних досліджень «цифрових споживачів»;

- 50% опитаних підтверджують наявність інноваційної цифрової культури і інноваційних груп в своїх компаніях;

- проблемними областями ЦТ учасники опитувань відзначають наступні: витратний процес (28%), різні аспекти організаційної культури, включаючи опір (26%), проблеми юридичного характеру і комплаенса (відповідності регулюючим вимогам) (26%);

- недолік експертів по ЦТ відзначається в 31% випадків, тому інвестування в формування нових компетенцій та створення нових робочих місць здійснюють 53% компаній, а навчальні програми є в 62% компаній.

У Росії також недавно було проведено опитування з охопленням 15 галузей [44] і виявлено, що процес ЦТ у нас тільки набирає обертів і дуже нерівномірний як по галузях (лідерами є ІТ і фінансовий сектор), так і по акцентуванню різних проблем. Всього 35% обстежених компаній вже мають готову стратегію ЦТ і впроваджують її, більше 60% все ще знаходяться на стадії початкової розробки, а 10% взагалі поки не займаються ЦТ. Серед основних напрямків виділяються наступні (в порядку їх значимості для топменеджмента):

- формування інноваційної культури всередині компанії (67,2%);
- забезпечення клієнтоцентричності - цифровий клієнтський сервіс, омніканальність, цифровий маркетинг та комунікації (65,6%);
- аналітика великих даних для адаптації продуктів і сервісів і поведінкового маркетингу (57,8%);
- кадрова стратегія - нові підходи залучення і розвитку співробітників на основі особливої цифрової культури і мислення (50%);
- екосистеми - створення і розвиток платформ для взаємодії з партнерами (48,4%);
- система управління ціннісними пропозиціями (37,5%).

Якщо коротко охарактеризувати кожне з цих напрямків, то виявлено наступне. В області інноваційної культури близько 70% відзначили, що робота з інноваціями в їх компанії зводиться переважно до копіювання кращих практик з ринку або спирається на думку і досвід менеджменту в цьому питанні. Тільки в 27% компаній впровадженням нових технологій займається спеціальне підрозділ. Щодо забезпечення клієнтоцентричності основний інструмент взаємодії з клієнтами - омніканальність - повністю використовують всього 6% опитаних (в основному в ритейлі та банківському секторі), а 75% відзначають незавершеність цього процесу. У використанні великих даних основна частка компаній все ще сфокусована на зборі, сегментації, очищення та аналізі даних (66%), тільки зовсім незначна частина вже почала використовувати дані як ресурс для адаптації своїх продуктів і послуг (6%) і зовсім небагато компаній, які надають свої дані в якості сервісу або продукту, а окремі бізнес-підрозділи в цій області взагалі обчислюються одиницями. Кадрова стратегія визнана однією з найпроблемніших зон в ЦТ. Недолік цифровий зрілості (знань і компетенцій) відзначають 61,4% респондентів, оцінюють її як високу тільки 5%, брак кваліфікованих кадрів відчують 60,9%, займаються пошуком нових кадрів 70%.

Ці оцінки в значній мірі корелюють з оцінками фахівців в інших країнах. В сфері партнерських відносин серед опитаних поки 40% мають спільні продукти або надають послуги через цифрову інтеграцію (в основному в ІТ, фінансовому секторі, консалтингу і в медицині), 20% збираються створювати такі партнерства. Цифровізацію як цінність (важливість цифрових каналів для клієнтів при прийнятті цих рішень) визнають тільки близько 20% опитаних, велика частина їх (60%) розглядають її нарівні з іншими факторами [45].

Основною перешкодою на шляху ЦТ велика частина опитаних російських топ-менеджерів назвали відсутність зрозумілої стратегії (53,2%), а менеджери середньої ланки і співробітники частіше відзначали недостатність компетенцій і знань, страх змін і ризику, а також позицію керівництва [46].

Результати проведеного дослідження дозволили визначити позитивні ефекти для держави від цифровізації. Першим і найголовнішим позитивним ефектом для країни є зростання рівня ВВП, підвищення інформованості, активізація взаємодії між країною, бізнесом та суспільством (рис. 3.1). Також при збільшенні доходів зростає і обсяг податків, що надходять до держави. Оскільки у цифровому представленні інформації все прозоро, то будуть мінімізуватися такі показники як шахрайство, корупція та тіньова економіка.

Показник	Прогнозне значення на 2021 рік
1. Інвестиції у цифрову сферу, млрд. грн.	0,7
2. Інвестиції у розвиток цифровізації підприємств та виробництва, млрд. грн.	1,5
3. Приріст отриманий від продуктивності праці за умов цифровізації, %	1,1
4. Додаткові надходження до ВВП від цифровізації, млрд. грн.	17
- у відсотках	11
- додатково до бюджету, млрд. грн.	3,2
5. Кількість новостворених робочих місць, ос.	150000
6. Частка цифровізації у ВВП, %	3

Рисунок 3.1 - Прогнозні значення показників на 2021 рік [65]

Розглядаючи позитивний ефект від цифровізації для бізнесу, то можна виділити ряд можливостей:

- підвищення рівня продуктивності праці;
- зменшення рівня шахрайства, підвищення рівня прозорості та легкості проведення операцій;
- автоматизація виробництва;
- розширення каналів збуту продукції.

Проте аналіз аналітичних джерел дозволив виділити перешкоди, що сповільнюють процес цифровізації в Україні:

- відсутність державної підтримки підприємств, що прагнуть впровадити цифрові технології у виробництво;
- недосконалість нормативно-правової бази щодо цифровізації економіки;
- відсутність пріоритетності цифровізації у стратегії розвитку держави;
- технологічна відсталість від провідних країн світу.

Вважаємо, що імплементація запропонованих заходів щодо підтримки процесів цифровізації економіки і суспільства дозволить підвищити рівень конкурентоспроможності країни, оскільки вони враховують особливості прояву сучасного НТП, засновані на системному підході, ґрунтовних аналітичних та методичних розробках.

3.3 Перспективи підвищення конкурентоспроможності України на міжнародному ринку

Інформаційно-комунікаційні технології у вигляді персонального комп'ютера та інтернету вже трансформували працю, освіту, управління, розваги та дозвілля. Ці технології породжують нові ринкові можливості і мають серйозні економічні наслідки в широкому діапазоні секторів [47]. Поява нових цифрових інфраструктур, в тому числі бездротових мереж, мобільних пристроїв і технологій, віщує радикальне зрушення в області інформаційних технологій, їх інтеграції в усі прояви соціально-політичного та економічного життя суспільства, формуючи нову парадигму міжнародної економіки - цифрову. Більшість розвинених країн, таких як США, Канада, Японія, Німеччина, просувають цифрову економіку в своєму суспільстві в якості стратегічної мети на найближчі десятиліття. Всеосяжний розвиток цифрових технологій повинно стати рушійною силою інновацій та для української економічної системи [48].

Ідея «цифрової економіки» сходить до концепцій, відомим в літературі ще з 1960-х років. Спочатку це була теорія Деніела Белла про «інформаційну економіку», яка потім трансформувалася в поняття «мережеве суспільство» (або «мережева економіка») Мануеля Кастелла. Існує багато підходів до визначення поняття «цифрова економіка». Наприклад, Департамент комунікацій і цифрової економіки Австралії розглядає цифрову економіку як глобальну мережу економічних і соціальних заходів, що реалізуються через такі платформи, як інтернет, а також мобільні і сенсорні мережі.

Згідно з дослідженням Томаса Мезенбурга, можна виділити три основних компоненти концепції цифрової економіки:

- 1) підтримуюча інфраструктура (апаратне і програмне забезпечення, телекомунікації, мережі та ін.);
- 2) електронний бізнес (ведення господарської діяльності і будь-яких інших бізнес-процесів через комп'ютерні мережі);
- 3) електронна комерція (дистрибуція товарів через інтернет).

Сьогодні 2 млрд людей підключені до інтернету, і до 2017 р число абонентів складе майже половину населення світу [49].

Цифрова економіка стрімко розвивається в глобальних масштабах. Вона є найважливішим двигуном інновацій, конкурентоспроможності та економічного зростання в світі. Як зазначає Європейська комісія, цифрова економіка оцінюється в 3,2 трлн євро в групі країн «Великої двадцятки» і вже становить близько 8% ВВП, стимулюючи розвиток і створення робочих місць. Крім того, більше 75% доданої вартості, створеної в інтернеті, належить традиційним галузям промисловості, що пов'язано з більш високою продуктивністю праці [50].

У широкомасштабному дослідженні, проведеному Глобальним інститутом Маккінзі (МДІ) в травні 2011 р, відзначається, що інтернет є найважливішим елементом економічного прогресу, забезпечуючи значну частину зростання економіки. Так, його внесок у ВВП розвинених країн за

15-річний період 1995-2009 рр. сумарно склав 10%, причому за останні 5 років він виріс в два рази - до 21%. Слід зазначити, що більша частина економічної цінності інтернету в тому, що прибуток створюється з його допомогою, але за межами технологічного сектора. Наприклад, компанії традиційних галузей отримують до 75% вигоди завдяки онлайн-простору. Інтернет також є каталізатором для створення нових робочих місць.

Сучасні технологічні тенденції, такі як мобільні і соціальні рішення, хмарні обчислення і аналіз даних, пропонують новий спектр можливостей для бізнесу в умовах економіки знань. Ці технології несуть у собі потенціал для створення нових бізнес-цінностей компаній, цифрові перетворення виробництв трансформують цілі галузі [51].

Не можна переоцінити важливість наявності доступу до глобальної мережі і з точки зору залучення клієнтів для компаній. Проведений експертами МГІ аналіз показав, що за трирічний період рівень продажів малих і середніх підприємств (МСП), які застосовували інтернет як канал дистрибуції, на 22% більше в порівнянні з компаніями в країнах з низьким або нульовим присутністю в інтернет-просторі [52].

Велика увага розвитку цифрової економіки приділяє Європейський союз, вважаючи, що майбутній рівень економічного зростання континенту буде залежати від того, наскільки ефективно підприємства використовують цифрові технології. Європейська комісія відзначає, що ті компанії, які не можуть підключитися до цифрових каналів, будуть виключені зі світового ринку.

У DESI 2015 (Індекс цифрової економіки і суспільства) Європейський союз в цілому отримав 0,47 бала, що демонструє поліпшення цифрового розвитку в 2015 р в порівнянні з 2014 р, коли він набрав 0,45 (рис. 1). Регіон отримав найвищі оцінки в категоріях зв'язку і людського капіталу, але вимагає прогресу в поширенні цифрових громадських послуг і тим більше в інтеграції цифрових технологій в підприємницьку діяльність. У той час як ЄС

покращив свій індекс DESI у всіх категоріях протягом останнього року, найбільший прогрес був досягнутий в категорії зв'язку (з 0,51 до 0,55).

Це пов'язано в основному з розширенням мобільного покриття (з 58 до 67 користувачів на 100 осіб) та збільшенням високошвидкісного покриття (частка високошвидкісного інтернету зросла з 18 до 22% всього покриття інтернетом) [54]. Також підвищився рівень базових цифрових знань громадян (з 55 до 59% населення ЄС), але попереду ще багато завдань по забезпеченню населення необхідними навичками з метою більш ефективного використання цифрової економіки.

Індекс показує, що як Європейський союз в цілому, так і окремі його країни-члени прогресують на шляху до цифрової економіки та суспільству. Однак існує досить великий розрив між рівнем розвитку і швидкістю абсорбції технологій серед різних країн-членів ЄС [55].

Слід зазначити, що, незважаючи на позитивні зрушення в напрямку інформатизації, величезний потенціал цифрової економіки все ще не використовується європейцями. Так, відповідно до твердження Європейської комісії, 41% підприємств в даний час взагалі не використовують цифрові технології і тільки 2% в повній мірі реалізують їх переваги (рис. 3). Тому Європа намагається створити нові можливості для підприємств і прискорити «цифрові» трансформації свого бізнес-ландшафту, стимулюючи застосування новітніх цифрових технологій для вдосконалення процесів, створення нових бізнес-моделей, відточуючи бізнес-аналітику по взаємодії з клієнтами, підвищуючи темпи зростання і створюючи робочі місця [56]. Останнє завдання особливо актуальна, враховуючи високі показники безробіття серед молоді: 20% в ЄС в цілому і більше 55% в Іспанії та Греції зокрема.

Про необхідність використання потенціалу цифрових технологій з метою підвищення рівня конкурентоспроможності, підприємництва та інноваційної діяльності було окремо відзначено в Плані дій «Підприємництво 2020» (Entrepreneurship 2020 Action Plan). Європейська комісія спонукає використовувати можливості, які пропонує цифрова

революція, заохочуючи інноваційні перетворення існуючого бізнесу і підтримуючи цифрові підприємства в Європі.

Більш ефективне використання цифрових технологій було визнано країнами ЄС в якості ключового драйвера для посилення конкурентоспроможності та зростання економіки, а також зростання числа робочих місць. Як наслідок, це питання, поряд з Планом дій «Підприємництво 2020», фігурує і в ряді інших ініціатив в якості одного з перших на порядку денному, серед яких:

- Флагманські ініціативи ЄС 2020 року - Індустріальна політика в еру глобалізації (Industrial Policy for the Globalisation Era), Цифрова порядок денний для Європи (Digital Agenda for Europe), Інноваційний союз (the Innovation Union);

- Акт про малий бізнес Європи (The Small Business Act for Europe, 2008);

- Комюніке Комісії «Адаптація політики з електронного бізнесу в мінливому середовищі: уроки ініціативи Go Digital і завдання на майбутнє» («Adapting e-business policies in a changing environment: the lessons of the Go Digital initiative and the challenges ahead», 2003).

У Плані дій «Підприємництво 2020» закладена основа політики та шляхи розвитку ключових пріоритетних галузей до 2020 року. Програма структурована за п'ятьма категоріями, кожна з яких описує ключові фактори, що впливають на цифрове підприємництво. Комісія має намір працювати в напрямку розгортання і впровадження цього підходу на основі п'ятикомпонентної стратегії (рис. 2).

Європейська комісія також працює з інших питань, пов'язаних з конкурентоспроможністю цифрової економіки в Європі, а саме [57]:

- 1) стимулювання переходу на електронний обіг рахунків-фактур (e-рахунків) і платіжної інформації між підприємствами, що прискорить оборот грошей між ними, скоротить друковані та поштові витрати, забезпечить зниження витрат на зберігання документації;

2) стандартизації інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) з метою уніфікації їх специфікацій і властивостей, максимізації можливостей співпраці між суб'єктами бізнесу;

3) підготовці кадрів і вироблення необхідних навичок для ефективного використання цифрових технологій в промисловості та інших секторах економіки.

Конкурентоспроможність, інновації та створення робочих місць в ЄС все більшою мірою визначаються використанням нових інформаційних і комунікаційних технологій. Причому для забезпечення їх ефективного використання вони повинні бути підкріплені практичними знаннями і навичками.

Важливою складовою формування інформаційного суспільства і цифрової економіки в Україні є використання можливостей сучасних ІКТ для створення інформації, нових знань, товарів і послуг та ефективного обміну ними, сприяючи при цьому сталого розвитку країни. Застосування ІКТ в умовах інтенсивного розвитку ринкових відносин є одним з найважливіших елементів ефективного управління.

Рівень розвитку ІКТ в країні дозволяють оцінити загальні показники використання комп'ютерної техніки та телекомунікацій.

Згідно вибіркового дослідження Державної служби статистики України, 91,1% підприємств у всіх регіонах країни використовують комп'ютери в своїй діяльності [58]. Найвищий рівень комп'ютеризації показали підприємства, які здійснювали діяльність у сфері грошового посередництва, надання кредитів, страхування - 99,6% від загальної кількості підприємств, які взяли участь в дослідженні. У виробництві фільмів і діяльності в сфері радіомовлення і телебачення цей показник також високий - 96,5%, тоді як найменший рівень комп'ютеризації спостерігався в готельно-ресторанній сфері - 82,1%.

Із загальної кількості підприємств, які використовували комп'ютери, 62,7% - користувалися внутрішньої комп'ютерною мережею, а розширену

внутрішню комп'ютерну мережу мало майже кожне шосте підприємство. Кожне четверте підприємство, яке здійснює свою діяльність за допомогою комп'ютерів, мало що функціонує домашню сторінку у внутрішній мережі (інтернет) і бездротовий доступ для цієї мережі [59].

Грунтуючись на даних Держкомстату України, можна зробити висновок про те, що в 2013 році частка підприємств, що мали доступ до глобальної мережі інтернет, склала 95,1% від загальної кількості підприємств, які використовували комп'ютери.

Підприємства, які мали доступ в інтернет, користувалися ним для отримання банківських і фінансових послуг (87,7% організацій); отримання форм звітності (81,6%); інформації (80,5%); повернення заповнених форм (66,6%); виконання адміністративних процедур, в тому числі декларування, реєстрації, запиту на отримання дозволу (40,5%).

Доступ в інтернет мали 93,9% малих підприємств, 98,0% - середніх і 99,4% - великих. Всі організації (малі, середні та великі) широко використовували можливості інтернету для отримання банківських і фінансових послуг та пошуку необхідної інформації, а також для отримання і повернення заповнених форм. Незважаючи на досить оптимістичні оцінки державного статистичного органу, міжнародні дослідження свідчать про досить низькому рівні розвитку цифрової економіки в Україні в порівнянні з європейськими державами. Згідно з інформацією, представленою в звіті Міжнародного союзу електрозв'язку «Вимірювання інформаційного суспільства» за 2015 г. (Measuring the Information Society Report 2015), серед країн СНД тільки 60,1% домогосподарств мають доступ в інтернет, що демонструє помітне відставання від країн Європи (рис . 3). В Україні цей показник знаходиться на рівні 63%.

Незважаючи на те що індекс IDI (ICT Development Index) в країнах СНД в 2015 р виріс в порівнянні з 2014 р, він все одно не дотягує до середнього рівня розвинених країн і Європи. За цей період часу Україна поліпшила свій показник і піднялася в світовому рейтингу на 2 позиції.

Однак, як зазначає Держкомстат України, розвитку цифрової економіки в Україні перешкоджає дуже повільне оновлення матеріально-технічної бази. У рейтингу відсутності «електронних перешкод», який приводиться в звіті BCG «Як прискорити розвиток цифрової економіки» (Greasing the Wheels of the Internet Economy), містяться дані про 65 країнах, серед яких Україна займає 39-е місце, перебуваючи в третій категорії з п'яти, поруч з Болгарією, Угорщиною, Польщею, Румунією і Чехією. У той же час за ступенем розвитку телекомунікаційної інфраструктури (наявності доступу до мережі, швидкості каналів зв'язку, вартості трафіку і архітектурних рішень) Україна займає 34-е місце, обігнавши Іспанію і Росію і опинившись практично на одному рівні з Об'єднаними Арабськими Еміратами та Польщею.

Розвитку цифрової економіки в Україні перешкоджає дуже повільне оновлення матеріально-технічної бази [60]. Найгірше в Україні йдуть справи з проникненням цифрових технологій в різні сектори економіки - за цим показником країна посідає шосте місце з кінця, перебуваючи в найвідсталішій категорії разом з Росією, В'єтнамом, Нігерією і Пакистаном. Основні причини: нестача кваліфікованих фахівців, складності організації бізнесу і утруднений доступ до капіталу.

У деяких галузях економіки (зокрема, банках) автоматизація процесів перебуває на досить високому рівні, тоді як в державних органах управління вона практично відсутня. Трохи краще йдуть справи з використанням цифрових технологій звичайними громадянами, що визначило Україну в четверту категорію країн, але тільки на останню сходинку. У загальному рейтингу країна зайняла 52-е місце. Основними факторами, які оцінювалися в цьому рейтингу, були ступінь розвитку платіжних систем в країні і довіра до них з боку споживачів.

Відсутність курсу державної політики на розвиток цифрової економіки призвело до того, що в Україні немає власних великих платіжних систем.

Переважна більшість населення користується сурогатами і імпортними системами.

У компанії Magento (світовий лідер в сегменті Open Source рішень для електронної комерції) проблему вбачають у відсутності конкуренції в сфері електронних платежів. Крім того, стримуючими факторами зростання онлайн-продажів в Україні є низький рівень проникнення пластикових карт на ринку і недовіра до них з боку споживачів, а також значний обсяг тіньового ринку. Увійти в число країн третьої категорії в інтегральному рейтингу України допомогла не тільки розвинена телекомунікаційна інфраструктура, а й високі показники доступності інформації. Йдеться про достатній обсяг контенту на національній мові і відкритості інтернету. За цими показниками Україна сумарно займає 20-е місце і сусідить з розвиненими західноєвропейськими країнами - Бельгією, Італією і Францією. Незважаючи на середнє 39-е місце, Україна має непогані шанси на скорочення «електронних перешкод», якщо тільки держава почне будувати регуляторну політику відповідно до загальносвітових практик і не буде створювати штучні перешкоди для розвитку бізнесу.

На сучасному етапі розвитку світової економіки велике значення має рівень інформатизації суспільства та бізнесу. Економіка, яка активно абсорбує і використовує цифрові технології, називається «цифровий». Вона є найважливішим двигуном інновацій, конкурентоспроможності та економічного зростання, тому в своїх стратегічних планах Європейський союз передбачає всебічний розвиток цифрової економіки є ключовим напрямком для бізнес-середовища в майбутньому.

Європейська комісія визначила п'ять параметрів програми зростання цифрового підприємництва: цифрові знання і ринок ІКТ, цифрова бізнес-середовище, доступ до фінансів для розвитку бізнесу, навички робочої сили для використання ІКТ та електронне лідерство, створення підтримуючої підприємницької культури.

Важливою складовою формування інформаційного суспільства і цифрової економіки в Україні є використання можливостей сучасних ІКТ для створення інформації, нових знань, товарів і послуг та ефективного обміну ними, сприяючи при цьому сталого розвитку країни.

Аналіз економіки України з точки зору рівня залучення ІКТ показав нерівномірність інформатизації галузей і секторів. Фінансова сфера найбільш розвинена в цьому напрямку, а державний сектор значно відстає в порівнянні з рівнем інформатизації в європейських країнах. У рейтингах Україна посідає середні місця за рівнем розвитку інструментів цифрової економіки, але демонструє потенціал для прогресу. Головні перешкоди, які необхідно подолати, пов'язані з недоліками стратегічного управління національною економікою. У зв'язку з цим доцільно вивчити успішний європейський досвід і включити завдання з розвитку цифрової економіки в стратегічний план реформування держави [61].

Єврокомісія має намір допомогти владі України розвивати цифрову економіку, для чого збирається найняти спеціальних підрядників. Про це з посиланням на тендер ЄК у четвер, 10 вересня, повідомляє RT.

У документі наголошується, що ЄК планує підтримати Міністерство цифрової трансформації України і українську Національну комісію, що здійснює державне регулювання у сфері зв'язку та інформатизації, у виконанні зобов'язань в області цифрової економіки в рамках Угоди про асоціацію з Євросоюзом.

«В ході цієї роботи бенефіціарам надаватиметься підтримка у підготовці, прийнятті, реалізації і забезпеченні дотримання законодавчих норм згідно з додатком XVII-3 до Угоди про асоціацію і поглибленої та всеосяжної зони вільної торгівлі», - підкреслюють в ЄК.

Проект, на який виділять € 2,7 млн, розраховують реалізувати за три роки.

Висновки до розділу 3

Отже, як ми бачимо держава повинна бути завжди орієнтованою на нові технології і методи, щоб підприємства залишалися конкурентоздатними і постійно розвивалися, це буде сприяти розвитку економіки, і, власне, зростанню добробуту суспільства.

У процесі оцінювання позиції України на світовому цифровому ринку визначено, що держава має високий рівень потенціалу до розвитку та впровадження новітніх технологій. Зростання рівня ВВП у 2021 році сягне 1,1%, якщо Україна буде впроваджувати стратегії розвитку цифровізації та активно співпрацюватиме з бізнесом і суспільством.

ВИСНОВОК

Цифровізація визначає створення в економічному просторі цифрових платформ, які дозволяють вирішувати питання стратегічного характеру в галузі освіти і науки, медицини, транспорту, державного управління, промисловості, тощо, тобто відбувається трансформація природи економіко-виробничих відносин.

Політико-економічна ситуація в світі обумовлює високу увагу до конкурентоспроможності країн, яка визначається конкурентоспроможністю бізнесу функціонує на їх території. У свою чергу конкурентоспроможність бізнесу безпосередньо залежить від його гнучкості, швидкості реакції на зміни, що відбуваються, в тому числі на виклики цифрової економіки. Результатом процесу цифровізації виступає цифрова трансформація об'єкта, зокрема бізнесу. Цифрова трансформація бізнесу визначається ступенем використання цифрових технологій у виробничо-господарській діяльності, забезпеченістю програмними засобами, рівнем цифровий грамотності персоналу, тощо.

Сучасні умови ведення бізнесу зумовлюють необхідність постійного пошуку інноваційних рішень і нових бізнес-моделей, заснованих на цифрових технологіях, а так само на адаптацію готових бізнес-рішень до російських умов. Безсумнівно, використання персонального комп'ютера, наявність електронної пошти та інтернет-сайту компанії в ХХІ столітті не є її конкурентною перевагою, тут стоїть питання про її виживання на ринку. Однак, впровадження інформаційних систем збору інформації про клієнтів, онлайн-каталогів, рекламних цифрових презентацій, мобільних додатків, розробка і виведення на ринок додаткових і (або) принципово нових цифрових продуктів може стати драйвером підвищення ефективності бізнес-процесів.

Цифрова трансформація породжує нові ринки, що робить актуальним платформену модель ведення бізнесу, якій притаманні такі ознаки як: ефективне масштабування при виключенні посередників, розкриття нових джерел створення і передачі цінностей, збільшення каналів зворотного зв'язку. На відміну від ХХ століття, де поява монополій багато в чому пов'язане з економією за рахунок зростання виробництва,

ХХІ століття висуває на перший план мережевий ефект, тобто економію за рахунок зростання попиту. На це впливають такі фактори як ефективність соціальних мереж, розвиток додатків, агрегування попиту і інші. Варто зазначити, що цифрова трансформація бізнесу характеризується не тільки використанням цифрових технологій в бізнес-процесах, але і більш гнучким мисленням топ-менеджменту компаній.

Цифрова трансформація бізнесу на сьогоднішній день виступає неминучим процесом адаптації до нових умов цифрової економіки. Ігнорування поточних процесів призведе до втрати ефективності бізнесу і його зникнення, під тиском нових ринкових умов і більш прагматичних гнучких «цифрових» конкурентів.

Запропоновано методичні підходи прогнозування впливу цифрових технологій на розвиток національної економіки у розрізі секторів з виробництва, обслуговування та використання інформаційних технологій, які враховують Європейські стандарти групування видів економічної діяльності за рівнем технологічності. Відповідно до запропонованих підходів, прогнозування здійснюється з використанням інструментарію кореляційно-регресійного аналізу залежності впливу процесів розвитку у визначених секторах на зростання ВВП та проєкцією визначених коефіцієнтів еластичності на екстраполяційні тренди розвитку досліджуваних показників. Доведено, що при збереженні наявних тенденцій та незмінного впливу зовнішніх факторів, приріст обсягів інформаційних послуг з використанням комп'ютерного обладнання (тобто безпосередньо процесів

цифровізації) до 2023 року складе 25%, що починаючи з 2022 року здійснюватиме достатньо суттєвий вплив на приріст ВВП.

Здійснено економічний аналіз основних тенденцій, проблем та перспектив розвитку цифрової економіки в Україні у розрізі основних секторів, а саме: телекомунікації (електрозв'язок), ІТ технології та надання інформаційних послуг. Встановлено, що галузі розвиваються достатньо швидкими темпами та показують порівняно високі економічні результати. Це сприяє зростанню інвестиційної привабливості підприємств, зокрема для зовнішніх інвесторів. Передумовами для розвитку сектору цифрових технологій в Україні є зростаючий ринок інформаційних послуг, наявність людського капіталу, мінімальне втручання держави у функціонування галузі.

Водночас, переважна орієнтація продукції сфери інформації та телекомунікацій на експорт призводить до недостатнього споживання ІТ продукції в Україні. Прискорення процесів цифровізації національної економіки та управління потребує удосконалення системи нормативно-правового забезпечення розвитку галузі, стимулювання розвитку цифрової інфраструктури та виробництва спеціалізованого обладнання, а також ефективної реалізації започаткованих реформ.

У ситуації, що склалася для переходу до практичних результативних дій у всіх сферах цифрової гармонізації в Україні слід напрацювати пул стратегічних документів, синхронізованих між собою і підкріплених ретельним аналізом. В іншому разі суб'єкти прийняття рішень не зможуть належним чином координувати свої дії, реагувати на виклики стрімкого розвитку і глобалізації інформаційно-комунікаційних і цифрових технологій. А процеси виконання зобов'язань в рамках політики Східного партнерства та Україною опиняться під загрозою, незважаючи на наявність поодиноких успіхів в окремо взятих галузях. Основними завданнями для України при гармонізації цифрових ринків з ЄС та країнами Східного партнерства є: забезпечення вільного транскордонного потоку інформації; конфіденційність, доступність, якість та захищеність даних; кібербезпека,

гарантії захисту прав споживачів е-торгівлі та електронних послуг, захист персональних даних. Перешкоджають цьому окреслені в тексті цього документа невирішені питання, а також брак механізмів комунікації та зворотного зв'язку із фаховою спільнотою та стейкхолдерами, недостатній рівень професійного менеджменту з боку уряду. Уряду бракує інституцій, спроможних оцінювати і аналізувати наслідки державної політики і готових надавати на цій підставі обґрунтовані пропозиції щодо її зміни. Прогалини на рівні формування і виконання політики зумовили низку проблемних питань стратегічного характеру. Тому першочерговим політичним викликом є необхідність на урядовому рівні скоординувати дії в напрямі гармонізації цифрових ринків з ЄС та країнами Східного партнерства, чітко визначити механізми координації та контролю виконання заходів різними підрозділами центральних органів влади, своєчасного інформування про участь у важливих заходах та проектах.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Прокопьева Т. В., Прокопьев А. В., Попова А. Ю. Цифровая экономика — взгляд в будущее. Open innovation: Сб. ст. V Международной научно-практической конференции. Пенза, 2018. С. 97–101. (дата звернення 7.09.2020)
2. Кислый С. А. Цифровая экономика и ее роль в экономике России. Актуальные проблемы и перспективы развития экономики: Труды XVI Международной научно-практической конференции. Симферополь, 2017. С. 249–250. (дата звернення 7.09.2020)
3. Вертакова Ю. В., Положенцева Ю. С. Повышение устойчивости регионального развития на основе сглаживания территориального неравенства: монография. Старый Оскол : Изд-во ТНТ, 2009. (дата звернення 7.09.2020)
4. Авдеева И. Л., Акчурина И. Г., Алехина Е. С. и др. Экономика регионов: тенденции развития: монография. Воронеж : Изд-во ВГПУ, 2013. (дата звернення 7.09.2020)
5. Кулик А. М., Коряков Д. П. Цифровая экономика: особенности и тенденции развития. Прорывные экономические реформы в условиях риска и неопределенности: Сборник статей по итогам Международной научно-практической конференции. Тюмень, 2018. С. 189–192. (дата звернення 7.09.2020)
6. Андреева Г. Н., Бадальянц С. В., Богатырева Т. Г. и др. Развитие цифровой экономики в России как ключевой фактор экономического роста и повышения качества жизни населения: монография. Нижний Новгород: Профессиональная наука, 2018. (дата звернення 7.09.2020)
7. Седых И. А. Рынок интернет-торговли в РФ. Национальный исследовательский университет Высшая школа экономики; Центр развития. М., 2016 (дата звернення 7.09.2020)

8. Маслов А.О. Інформаційна економіка : становлення, структура та теоретичне осмислення: монографія. Київ: Аграр Медіа Гр., 2012. 432 с. (дата звернення 7.09.2020)

9. Томпсон А., Стрикленд А. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации М.: ИНФРА-М, 2001. (дата звернення 7.09.2020)

10. В.В. Полякова и Р.К. Щенина. М. Мировая экономика и международный бизнес: учебник.-2-е издание. КНОРУС, 2003. – 656 с.

11. Зуб А. Т. Стратегический менеджмент: Теория и практика: Учебное пособие для вузов. — М.: Аспект Пресс, 2002. - 415 с. (дата звернення 7.09.2020)

12. Черкашов Е.М. Международный бизнес: Учебное пособие. Тюмень: Издательство Тюменского государственного университета, 2007. 496 с. (дата звернення 12.09.2020)

13. Shalmo D., Christopher A. Williams, Luke Boardman. Digital transformation of business models – best practice, enablers and roadmap. International Journal of Innovation Management. 2017. Vol. 21(08). P. 1–17. DOI : 10.1142 / S136391961740014X (дата звернення 12.09.2020)

14. Мюллер-Стивенс Г., Циммерман А., Линц К. Радикальное изменение бизнес-модели: Адаптация и выживание в конкурентной среде ; пер. з англ. Москва : Альпина Пабlishер, 2019. 311 с. (дата звернення 12.09.2020)

15. Остервальдер А. Построение бизнес-моделей. Настольная книга стратега и новатора. Москва : Альпина Пабlishер, 2016. 288 с. (дата звернення 12.09.2020)

16. Чмерук Г. Особливості формування бізнес-моделі підприємства. Економічні науки. Серія «Облік і фінанси». 2016. Вип. 12. С. 170–178. (дата звернення 12.09.2020)

17. Джулий Л.В., Емчук Л.В. Информационные системы и их роль в деятельности современных предприятий. В книге: Perspective economic and management issues Collection of scientific articles. Scientific journal “Economics

and finance”, “East West” Association For Advanced Studies and Higher Education. 2015. С. 130–134. (дата звернення 12.09.2020)

18. Gates B. (1995) The Road Ahead. Harmondsworth: Penguin. (дата звернення 15.09.2020)

19. Рейтинг компаний по версии аналитической компании Brand Finance. URL: <http://brandfinance.com> (дата звернення 15.09.2020)

20. Электронная экономика. Википедия. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Электронная_экономика (дата звернення 15.09.2020)

21. Milgrom P. and Roberts J. The Economics of Modern Manufacturing: Technology, Strategy, and Organization. The American Economic Review, June 1990. (дата звернення 20.09.2020)

22. Цифровые дивиденды. World Bank. Обзор и оглавление Доклада о мировом развитии «Цифровые дивиденды». URL: [www.wds.worldbank.org/.../World 0development0l0dividends0overview.pdf](http://www.wds.worldbank.org/.../World%20development%20dividends%20overview.pdf) (дата звернення 20.09.2020)

23. Цифрова адженда України – 2020 («Цифровий порядок денний» – 2020). (дата звернення 20.09.2020)

24. Краус Н. М., Клаус К. М. Інноваційне табло України. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. 2017. № 6. URL: <http://www.easterneurope-ebm.in.ua/6-2017-ukr> (дата звернення 5.10.2020)

25. Криворучко О. С. Імперативи формування та доміанти розвитку цифрової економіки у сучасному парадигмальному контексті. / Криворучко О. С., Краус Н. М. Парадигмальні зрушення в економічній теорії XIX ст.: III Міжнародна науково-практична конференція, 2–3 лист. 2017 р.: тези доповідей. Київ: КНУ ім. Т. Шевченка, 2017. С. 681–685. (дата звернення 5.10.2020)

26. Рейтинг компаний по версии аналитической компании Brand Finance. URL: <http://brandfinance.com>. (дата звернення 5.10.2020)

27. Bell D. (1999), *The Coming of Post-Industrial Society: A Venture in Social Forecasting*. New York: Basic Books. (дата звернення 5.10.2020)

28. Джулий Л.В., Емчук Л.В. Информационные системы и их роль в деятельности современных предприятий. В книге: *Perspective economic and management issues Collection of scientific articles*. Scientific journal “Economics and finance”, “East West” Association For Advanced Studies and Higher Education. 2015. С. 130–134. (дата звернення 5.10.2020)

29. Цифровая экономика: как тебе послужит? Зеркало недели. 2020 №39. URL: https://zn.ua/macrolevel/cifrovaya-ekonomika-kak-tebe-sluzhitsya-333086_.html (дата звернення 8.10.2020)

30. Коляденко С. В. Цифрова економіка: передумови та етапи становлення в Україні і у світі. *Економіка. Фінанси. Менеджмент*. 2016. № 6. С.106–107. (дата звернення 8.10.2020)

31. Куйбіда В.С., Карпенко О.В., Наместник В.В. Цифрове врядування в Україні: базові дефініції понятійно категоріального апарату. *Вісник Національної академії державного управління при Президентові України (Серія «Державне управління»)*. 2018. № 1. С.5-10. (дата звернення 8.10.2020)

32. Лайон Д. Інформаційне суспільство: проблеми та ілюзії. *Сучасна зарубіжна соціальна філософія*. Київ, 1996. С.362-380. (дата звернення 8.10.2020)

33. Апелло Ю. *Лидерство и управление командами*. М.: Альпина публицер; 2018. 533 с. Apello Yu. *Agile management. Leadership and team management*. Moscow: Alpina Publisher; 2018. (дата звернення 8.10.2020)

34. Roe D. *Why a Digital Mindset Is Key to Digital Transformation*. CMSWire. March 8, 2018. URL: <https://www.cmswire.com/digital-workplace/why-a-digital-mindset-is-key-to-digital-transformation>. (дата звернення 8.10.2020)

35. Доклад о мировом развитии «Цифровые дивиденды». Группа Всемирного банка. 2016. URL: <https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/23347/210671RuSum.pdf> (дата звернення 10.10.2020)

36. Аренков И.А., Крылова Ю.В., Ценжарик М.К. Клиентоориентированный подход к управлению бизнес-процессами в цифровой экономике. Научно-технические ведомости СПбГПУ. Экономические науки. 2017;10(6):18–30. (дата звернення 10.10.2020)

37. Andersson P., Movin S., Mähring M., Teigland R., Wennberg K., eds. Managing Digital Transformation. Stockholm School of Economics Institute for Research (SIR). BrandFactory, Göteborg. 2018:23–39. URL: <https://www.hhs.se/contentassets/a3083bb76c384052b3f3f4c82236e38f/managing-digital-transformation-med-omslag.pdf>. (дата звернення 10.10.2020)

38. Веретюк С.М., Пілінський В.В. Визначення пріоритетних напрямків розвитку цифрової економіки в Україні. Наукові записки Українського науково-дослідного інституту зв'язку. – 2016. – № 2. – С. 51-58. (дата звернення 10.10.2020)

39. The Digital Economy [Electronic resource]. – Oxford dictionary. – URL: https://en.oxforddictionaries.com/definition/digital_economy (дата звернення 10.10.2020)

40. Федулова Л.І., Марченко О.С. Інноваційні екосистеми: сутність та методологічні засади формування. Економічна теорія та право. – 2020. – №2 (21). – С. 21-33. (дата звернення 16.10.2020)

41. Digital transformation [Electronic resource]. – European Commission. – URL: https://ec.europa.eu/growth/industry/policy/digital-transformation_en (дата звернення 16.10.2020)

42. Доклад о мировом развитии «Цифровые дивиденды». Группа Всемирного банка.- 2016 – URL: <http://documents.worldbank.org/> (дата звернення 16.10.2020)

43. Пивоваров Ю. Навіщо Україні цифрова економіка / Ю. Пивоваров // [Електронний ресурс]. <http://nv.ua/ukr/> (дата звернення 18.10.2020)

44. Цифрова економіка. Про нові можливості для України. [Електронний ресурс]. – URL: <https://nv.ua/ukr/opinion/kubiv/tsifrova->

ekonomika-pro-novi-mozhливosti-dlja-ukrajini-2282520.html. (дата звернення 18.10.2020)

45. Фіщук В. Цифрова економіка – це реально / В. Фіщук [Електронний ресурс]. – URL: <http://biz.nv.ua/ukr/> (дата звернення 18.10.2020)

46. Куприяновский В. П., Добрынин А. П., Синягов С. А., Намиот Д. Е. Целосная модель трансформации в цифровой экономике – как статья цифровыми лидерами. International Journal of Open Information Technologies. – 2017. – vol. 5, no. 1. – С. 26–33. (дата звернення 23.10.2020)

47. Краус Н. М., Краус К. М.. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. – 2017. – № 6. – URL: <http://www.easterneurope-ebm.in.ua/6-2017-ukr.> (дата звернення 23.10.2020)

48. Норец Н. К., Станкевич А. А. Инновационные кластеры в цифровой экономике: теория и практика : труды научно-практической конференции с международным участием 17–22 мая 2017 года под ред. д-ра экон. наук, проф. А. В. Бабкина. – СПб. : Изд-во Политехн. ун-та, 2017. – 592 с. (дата звернення 23.10.2020)

49. Цифрова адженда України – 2020 (“Цифровий порядок денний” – 2020). Концептуальні засади (версія 1.0). Першочергові сфери, ініціативи, проекти “цифровізації” України до 2020 року. [Електронний ресурс]. URL: <https://ucsi.org.ua/uploads/files/58e78ee3c3922.pdf>. (дата звернення 24.10.2020)

50. Айзексон В. Инноватори: як група хакерів, геніїв та гіків здійснила цифрову революцію. – Київ. – Видавництво “Наш формат”. – 2017. – 488 с. (дата звернення 25.10.2020)

51. Краус Н. М., Голобородько О. П., Краус К. М. Цифрова економіка: тренди та перспективи авангардного характеру розвитку. Електронне фахове видання «Ефективна економіка». 2018. №1. URL: http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/1_2018/8.pdf. (дата звернення 25.10.2020)

52. Лайон Д. Інформаційне суспільство: проблеми та ілюзії. Сучасна зарубіжна соціальна філософія. Київ, 1996. С.362-380. (дата звернення 25.10.2020)

53. Ляшенко В.І., Вишневський О.С. Цифрова модернізація економіки України як можливість проривного розвитку: монографія. Київ: НАН України, Ін-т економіки пром-ті, 2018. 252 с. (дата звернення 2.11.2020)

54. Маслов А.О. Інформаційна економіка : становлення, структура та теоретичне осмислення: монографія. Київ: Аграр Медіа Гр., 2012. 432 с. (дата звернення 2.11.2020)

55. The Concept of a 'Digital Economy'. URL: <http://odoc.org.uk/theconcept-of-a-digital-economy/> – Title from the screen (дата звернення 2.11.2020)

56. Добрынин А. П., Черных К. Ю., Куприяновский В. П., Куприяновский П. В., Синягов С. А. Цифровая экономика – различные пути к эффективному применению технологий. International Journal of Open Information Technologies. 2016. № 4. С.4-11. (дата звернення 2.11.2020)

57. Цифрове Співтовариство: Україна та ЄС готують спільний проект в сфері цифрового ринку - [Електронний ресурс] – URL: <http://www.eurointegration.com.ua/articles/2016/06/29/7051397/> (дата звернення 4.11.2020)

58. Хільчевська І. Г. Інформаційна глобалізація: сучасні тенденції та перспективи. URL: <http://geopolitika.crimea.edu/arhiv/2014/tom10-v2/050xilch.pdf> (дата звернення 4.11.2020)

59. В.И. Гриценко, Л. А. Тимашова. «Умное предприятие» как базовый объект цифровой экономики. УСиМ. – 2016. – № 5. – С. 54–61. (дата звернення 4.11.2020)

60. Silja Baller, Soumitra Dutta, and Bruno Lanvin. The Global Information Technology Report 2016. Innovating in the Digital Economy. [Electronic resource]. – URL: http://www3.weforum.org/docs/GITR2016/WEF_GITR_Full_Report.pdf (дата звернення 8.11.2020)

61. Васильців Т. Фінансово-економічні інструменти стимулювання розвитку ІТ-сфери України, Економічний дискурс. 2017. Вип. 4. С. 128–136. (дата звернення 8.11.2020)

62. The Entrepreneurship 2020 Action Plan [Electronic resource]. – URL: http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/entrepreneurship-2020/index_en.htm (дата звернення 8.11.2020).

63. Коляденко С. В. Цифрова економіка: передумови та етапи становлення в Україні та світі. Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики. 2016. № 6 (дата звернення 8.11.2020).

64. Саух І. В., Шиманська В. В., Момонт Т. В. Цифрова економіка України: сучасний стан, тенденції, проблеми розвитку. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2019. № 1. С. 230-236 (дата звернення 10.11.2020).

65. Офіційний сайт ГС “ХАЙ-ТЕК ОФІС УКРАЇНА”. URL: <https://uccs.org.ua/uploads/files/58e78ee3c3922.pdf> (дата звернення 10.11.2020).

Декларація
академічної доброчесності
здобувача вищої освіти ЗНУ

Я, Школовий Кирило Дмитрович, студент 2 курсу магістратури, форми навчання денна, факультету економічного, спеціальності 051 «Економіка», адреса електронної пошти katya-zr@ukr.net:

- підтверджую, що написана мною кваліфікаційна робота на тему «Аналіз міжнародних бізнес-стратегій в умовах цифрової економіки» відповідає вимогам академічної доброчесності та не містить порушень, що визначені у ст. 42 Закону України «Про освіту», зі змістом яких ознайомена;
- заявляю, що надана мною для перевірки електронна версія роботи є ідентичною її друкованій версії;
- згодна на перевірку моєї роботи на відповідність критеріям *академічної доброчесності у будь-який спосіб, у тому числі за допомогою Інтернет-системи, а також на архівування роботи в базі даних цієї системи.*

Дата _____

Підпис _____

ПІБ (студент) Школовий К.Д.

Дата _____

Підпис _____

ПІБ (науковий керівник) Переверзєва А.В.