

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ КОРАБЛЕБУДУВАННЯ
ім. адмірала Макарова
ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ МОРЯ
КАФЕДРА ЕКОНОМІЧНОЇ ПОЛІТИКИ ТА БЕЗПЕКИ



«Допустити до захисту»

зав. кафедри

д.е.н., професор НУК Єфімова Г.В.

(наукова ступінь, вчене звання, П.І.Б. завкафедрою)

_____ «__» _____ 2023 р.
(підпис зав. кафедрою)

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття ступеню вищої освіти **бакалавр**

на тему: **Трансформація міжнародного бізнесу в умовах цифрової економіки / Transformation of international business in the conditions of the digital economy**

Виконав: студент IV курсу, групи 4451

Спеціальності 051 Економіка

ОП Міжнародна економіка

(шифр і назва спеціальності)

Майборода Г. І.

(прізвище та ініціали)

Керівник д.е.н., проф. Єфімова Г. В.

(прізвище та ініціали)

The qualification work is developed in the framework of ERASMUS+ CBHE project “Digitalization of economic as an element of sustainable development of Ukraine and Tajikistan” / DigEco 618270-EPP-1-2020-1-LT-EPPKA2-CBHE-JP

This project has been funded with support from the European Commission. This document reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained there in.

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

Миколаїв – 2023 р.

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ КОРАБЛЕБУДУВАННЯ
ІМЕНІ АДМІРАЛА МАКАРОВА**

Факультет економіки моря
Кафедра економічної політики та безпеки
Освітній рівень – перший (бакалаврський)
Галузь знань 05 Соціальні та поведінкові науки
Спеціальність 051 Економіка
Освітня програма – Міжнародна економіка

ЗАТВЕРДЖУЮ

гарант освітньої програми
«Міжнародна економіка»

_____ Л.Ю. Вдовиченко
« ____ » _____ 2023 року

**ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ
на здобуття ступеня вищої освіти «бакалавр»**

Студенту _____ Майборода Ганна Іванівна
(Прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи: Трансформація міжнародного бізнесу в умовах цифрової економіки / Transformation of international business in the conditions of the digital economy

Керівник роботи _____ д.е.н., проф. Єфімова Г. В.

Затверджені наказом ректора № 347-уч від «19» квітня 2023 року

2. Термін подання роботи: _____ 15.06.2023 р.

3. Вихідні дані по роботі: навчальні посібники, наукові праці, монографічні дослідження вітчизняних та зарубіжних вчених, публікації міжнародних організацій, а також електронні ресурси _____

4. Перелік питань, що належать до розробки (найменування розділів)

Теоретичні основи досліджень цифрової трансформації міжнародного бізнесу;

Аналіз впливу цифровізації на міжнародний бізнес; _____

Перспективи цифрової трансформації міжнародного бізнесу _____

5. Перелік презентаційних матеріалів: мета та завдання, об'єкт та предмет дослідження; Порівняльна характеристика традиційної та цифрової економіки; Структура процесів цифровізації міжнародних економічних відносин; Сфери, що забезпечують найбільший цифровий дохід компаніям світу; Динаміка отриманих вигод від цифровізації різних типів фірм; Етапи процесу цифрової трансформації бізнес-моделей; Інструменти цифрової трансформації бізнес-моделей; Основні елементи бізнес-моделей _____

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1.	Визначення наукового керівника роботи	01.09.2022р.- 15.09.2022р.	
2.	Вибір теми роботи та її узгодження з науковим керівником	15.09.2022р.- 30.09.2022р.	
3.	Вивчення друкованих та електронних джерел, економічних реалій, методичних та наукових видань з теми роботи	01.10.2022р.- 31.10.2022р.	
4.	Складання попереднього плану роботи, узгодження його з науковим керівником	01.11.2022р.- 15.11.2022р.	
5.	Збір статистичної інформації на базовому підприємстві (установі, організації)	15.11.2022р.- 31.01.2023р.	
6.	Розробка теоретичного розділу	01.02.2023р.- 29.02.2023р.	
7.	Розробка аналітичного розділу	01.03.2023р.- 31.03.2023р.	
8.	Розробка проектного розділу	01.04.2023р.- 30.04.2023р.	
9.	Розробка вступу, висновків, списку використаної літератури та додатків	01.05.2023р.- 15.05.2023р.	
10.	Редагування рукопису роботи та ознайомлення з ним наукового керівника	15.05.2023р.- 30.05.2023р.	
11.	Усунення зауважень наукового керівника та завершення роботи	01.06.2023р.- 10.06.2023р.	
12.	Подання рукопису кваліфікаційної роботи в бібліотеку НУК для перевірки на унікальність	10.06.2023р.	
13.	Подання рукопису кваліфікаційної роботи, демонстраційного матеріалу та доповіді на кафедральний захист	15.06.2023р.	
14.	Усунення зауважень кафедрального захисту	16.06.2023р.- 20.06.2023р.	
15.	Розробка проекту демонстраційного матеріалу та доповіді	16.06.2023р.- 20.06.2023р.	
16.	Подання роботи рецензенту та отримання рецензії	16.06.2023р.	
17.	Захист роботи перед АК	22.06.2023р.	

Науковий керівник _____ Єфімова Г. В.
(підпис) (прізвище та ініціали)

Студент _____ Майборода Г. І.
(підпис) (прізвище та ініціали)

ЗМІСТ

ВСТУП.....	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕНЬ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ	8
1.1. Зміст та основні складові цифрової економіки в сучасних умовах розвитку світової економіки	8
1.2. Переваги та недоліки цифровізації міжнародного бізнесу	14
1.3. Методи впливу цифровізації на міжнародну торгівлю	23
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ВПЛИВУ ЦИФРОВІЗАЦІЇ НА МІЖНАРОДНИЙ БІЗНЕС	30
2.1. Сучасні тенденції розвитку міжнародної торгівлі в умовах цифровізації	30
2.2. Оцінка впливу розвитку цифрової економіки на міжнародне бізнес- середовище.....	43
2.3. Особливості цифрової трансформації бізнес-моделей підприємств у глобальному ринковому середовищі.....	48
РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ	58
3.1. Актуальні питання розвитку міжнародного бізнесу з використанням цифрових інструментів	58
3.2. Способи оптимізації бізнес-процесів у глобальному цифровому середовищі	66
3.3. Особливості модернізації бізнесу в Україні в контексті глобальної цифрової трансформації	75
ВИСНОВКИ.....	85
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	89

ВСТУП

Актуальність теми роботи. Цифрова економіка має значний вплив на глобальне бізнес-середовище, що призводить до появи нових глобальних підприємств і галузей, трансформації бізнес-моделей у традиційних галузях і, як ключового фактора, що лежить в основі глобального процесу виробництва та продажів, змін у організація світового господарства. Крім того, цифрова економіка створює нові виклики та можливості для міжнародних інвестиційних процесів.

Цифровізація сприяла появі нових видів цифрових технологій (інформаційно-комунікаційних технологій), які сприяли розробці нових товарів і послуг. Вони варіюються від цифрових пристроїв, таких як розумні машини (Інтернет речей), до комплексних цифрових платформ (наприклад, електронна комерція, соціальні медіа) і абсолютно нових технологій (технологія блокчейн).

Сьогодні багатонаціональні компанії використовують оцифровку та цифрові технології більш широко та інтенсивніше в усіх секторах економіки. Зокрема, розвиток штучного інтелекту та збору даних може призвести до значного розширення масштабів інвестиційних процесів. Крім того, зростаючий вплив цифрової економіки на міжнародну торгівлю відіграє важливу роль у розвитку процесів інтернаціоналізації. А цифровізація, у свою чергу, стає ключовим елементом, який лежить в основі діяльності транснаціональних компаній. Подібно до того, як нецифрові сектори економіки лише нещодавно почали консолідувати свої цифрові можливості, цифрова політика також знаходиться на ранніх стадіях розвитку. Компанії в різних галузях пристосовуються до зростаючого цифрового бізнес-середовища, нарощуючи внутрішні можливості, а також купуючи зовнішні активи та знання з усього світу.

Найбільш важливими в науковому розумінні для автора під час роботи над кваліфікаційною роботою були теоретичні розробки провідних вітчизняних фахівців, зокрема: І. О. Артем'євої, О. А. Грішнєвої, О. Є. Гудзь, В.В.Івати, Г. В. Єфімової, Д. Б. Кіреєва, І. С. Клименко, Р. М. Лісової, Л. С. Любохинець, С. М. Марущак, К. В. Михайлової, Т. В. Орехової, П. Р. Пуцентейло,

К. О. Січкаренко, Ю. М. Солодковського, Ю. В. Шевченко, О. В. Щербатенко тощо.

Окремі аспекти процесів цифровізації висвітлені у працях таких іноземних науковців, як: Б. Банке, Р. Бухт, М. Калужський, А. Остервальдер та інших.

Мета і завдання роботи. Метою кваліфікаційної роботи є дослідження особливостей впливу цифровізації економіки на процеси трансформації міжнародної торгівлі.

Завдання дослідження полягають в наступному:

- визначити зміст та основні складові цифрової економіки в сучасних умовах розвитку світової економіки;
- проаналізувати переваги та недоліки процесів цифровізації міжнародних компаній;
- вивчити методи впливу цифровізації на міжнародні справи;
- охарактеризувати сучасні тенденції розвитку міжнародної торгівлі в умовах цифровізації;
- аналізувати особливості цифрової трансформації бізнес-моделей компаній у глобальному ринковому середовищі;
- оцінити вплив цифрової економіки на бізнес-середовище країн світу;
- розкрити особливості розвитку міжнародного бізнесу з використанням цифрових інструментів;
- узагальнити засоби оптимізації бізнес-процесів у глобальному цифровому середовищі;
- дослідити особливості модернізації підприємств в Україні в контексті цифрової трансформації.

Об'єктом дослідження виступає міжнародна торгівля, модифікована глобальними процесами цифровізації економічної діяльності.

Предметом дослідження є форми та методи впливу цифрових технологій на трансформаційні процеси в міжнародній торгівлі.

Теоретичною і методологічною базою Методологічну основу дослідження складають фундаментальні положення цифрової економіки. У

першому розділі використано методи від абстрактного до конкретного, поєднання аналізу та синтезу, структурно-системний підхід, метод, причинно-наслідкові зв'язки для розкриття сутності та концептуальних основ цифрових технологій. У другому розділі роботи, в аналітичній частині, де досліджувалися та аналізувалися сучасні тенденції у формі та методах впливу цифрових технологій на міжнародну торгівлю, були розглянуті статистичний метод, метод аналізу та синтезу, а також порівняльний метод. Використовувався метод аналізу. В останньому третьому розділі основним науковим методом став метод причинно-наслідкових, логічних і функціональних зв'язків і залежностей. Теоретичною основою роботи стали економічні дослідження вітчизняних та зарубіжних учених.

Інформаційною базою для написання кваліфікаційної роботи є документи Національної служби статистики України, Всесвітнього економічного форуму та Організації економічного співробітництва та розвитку. Фактологічною та статистичною основою були щорічні звіти Державної служби статистики України, звіти ЮНКТАД та OECD.

Структура і обсяг роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. В роботі містяться 4 таблиці та 15 рисунків. Список використаних джерел включає 76 найменувань на восьми сторінках.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕНЬ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ

1.1. Зміст та основні складові цифрової економіки в сучасних умовах розвитку світової економіки

Поняття цифрової економіки (цифрова економіка) з'явилося не так давно – в середині 1990-х рр. Це поняття було введено в науковий обіг Доном Тапскоттом, який застосував поняття «ера мережевого інтелекту», значення якого не тільки застосування мережевих технологій, а й взаємодія людей, які використовують цифрові технології. які поєднують інтелект, знання та креативність, щоб зробити прорив у формуванні соціального капіталу та добробуту.

Поштовхом до розвитку нової економіки став розвиток Інтернету і, як наслідок, ринку для користувачів комп'ютерів, поява перших комерційно успішних сайтів, початок продажів через Інтернет, роботизоване виробництво обладнання та бум аутсорсингу та офшоризму [20, с. 145].

Нова економічна реальність сформувалася на основі структурних змін наприкінці 20 ст. і початку XXI ст., що характеризується радикальними змінами, зумовленими розвитком таких явищ і процесів, як глобалізація, комп'ютеризація, екологізація, загальна трансформація існуючих економічних систем тощо. В умовах глобалізації формування нової економічної реальності супроводжується якісними змінами характеру технологій, факторів виробництва, поведінки людей та їх економічного життя. Такі ресурси, як знання, освіта, інновації, інформація та культурні цінності, стають все більш важливими. А класичні фактори виробництва: праця, земля і капітал віддаляються все далі. На зміну індустриальним технологіям приходять інформаційні, на зміну промисловій праці приходять творча діяльність.

Можна виділити декілька характерних ознак сучасного етапу нової економічної реальності, пов'язаних із цифровізацією економіки, до яких, зокрема, можна віднести наступне.

1. Інклюзивність глобалізації. Завдяки розвитку цифрової економіки малі та середні підприємства змогли вийти на глобальний ринок і стати новими гравцями на світовій економічній арені. Ця тенденція відкриває можливості для розвитку малих і середніх національних підприємств, які можуть інтегруватися в міжнародні мережі доданої вартості.

2. Блискавичні темпи розвитку цифрової економіки, зумовлені стрімким технологічним прогресом. Компанії, які контролюють і розпоряджаються величезними фінансовими та інформаційними ресурсами, виходять на наднаціональний рівень.

3. Посилення фінансової глобалізації, можливість для цифрових гравців вийти на арену через цифрові технології та платформи цифрових фінансових операцій. У результаті країни стають все більш фінансово пов'язаними. Цифрові рішення допомагають трансформувати глобальні фінанси. Цифрові гравці починають порушувати монополію традиційних банків через онлайн-додатки та сервіси. Цифрові технології забезпечують швидші, дешевші та ефективніші транскордонні транзакції, потенційно прискорюючи зростання глобальних потоків капіталу.

4. Зростання феномену електронних грошей, інвестиції в проекти з вивчення криптовалютних технологій (віртуальних грошей) [6, с. 6].

Розвиток цифрової економіки докорінно змінив підходи до ведення бізнесу та використання інформаційних технологій. Зокрема, це стало головним стимулом зростання міжнародного виробництва. Розвиток цифрової економіки означає як зміцнення, так і розрив симбіотичного зв'язку між інформаційно-комунікаційними технологіями та міжнародним виробництвом. Координація дедалі складніших і розпорочених глобальних виробничих мереж була б неможливою без значного покращення комунікаційних можливостей [15, с. 33].

У класичному розумінні цифрова економіка – це економіка, заснована на цифрових технологіях, також відома як Інтернет-економіка, нова економіка або веб-економіка, але слід зазначити, що сьогодні існують різні трактування цього терміну (табл. 1.1) [5].

Таблиця 1.1

Підходи до тлумачення та основні концепції цифрової економіки

Автори	Зміст підходу до визначення цифрової економіки	Ключові тези концепції
Дон Тапскотт, 1996	Застосовується поняття «епоха мережевих інтелекту» («Age of Networked Intelligence»), зміст якого не тільки у мережевих технологій, але у взаємодії людей за їх допомогою.	Цифрова економіка пояснює взаємозв'язок між новою економікою, новими типами бізнесу, новими технологіями і як один компонент призводить до виникнення іншого.
Ніл Лейн, 1999	Конвергенція комп'ютерних і комунікаційних технологій у мережі Інтернет та виникаючий потік інформації і технологій, що стимулюють розвиток електронної торгівлі і масштабні зміни в організаційній структурі.	Фокусування на електронній торгівлі і впливі цифрової економіки на такі аспекти, як приватність, інновації, стандарти і цифровий розрив.
Лінн Маргеріо, 1999	Акцентування уваги на 4-х факторах розвитку цифрової економіки: розвиток мережі Інтернет; електронна торгівля між підприємствами; цифрова доставка товарів та послуг; роздрібний продаж товарів.	Вперше чітко виділено компоненти цифрової економіки. Фокус на компоненти цифрової економіки, а не на саме поняття.
Боб Клінг та Роберта Ламб, 2000	Цифрова економіка включає товари та послуги, розвиток, виробництво, продаж або надання яких знаходиться в критичній залежності від цифрових технологій.	Цифрова економіка розподілена на такі компоненти: цифрові та змішані товари і послуги; послуги та виробництво товарів, залежних від ІТ-індустрії.
Європейська комісія, 2013	Цифрова економіка – це економіка, що залежить від цифрових технологій (також має назву інтернет-економіка).	Розгляд характерних атрибутів підприємств цифрової економіки: венчурний капітал, нематеріальні активи; мережевий ефект; транскордонна електронна торгівля.
Маніш Бахл, 2016	Замість конкретного визначення проводиться розмежування понять «впряджувати» цифрові технології і «існувати» завдяки їм.	Фокусування на комерційній вартості і рентабельності і рекомендація щодо розширення використання цифрових технологій.
Мальта Делойт, 2018	Форма економічної активності, яка виникає завдяки мережевій взаємодії між людьми, підприємствами, пристроями, даними і процесами.	Розгляд 4-х основних сфер впливу цифрових технологій: майбутнє ринку робочої сили, взаємодія з клієнтами, цифрові системи постачання та «Інтернет речей».

Джерело: складено автором за [20, 25, 28, 37]

Виходячи з існуючих підходів до трактування цифрової економіки, можна виділити 3 ключові елементи поняття цифрової економіки: цифрові товари та послуги, цифрові технології та Інтернет речей. Усі наведені вище підходи до розуміння сутності цифрової економіки тією чи іншою мірою свідчать про те, що цифрові технології є її основою. Активне використання цифрових технологій супроводжується викликами, які суспільство має подолати для успішного впровадження цифрової економіки в життя, серед яких:

- зростання технологічного безробіття;
- зміни в структурі розміщення продуктивних сил;
- брак кваліфікованих кадрів для реалізації стратегії цифрової трансформації;
- відсутність алгоритму та правової бази використання цифрових технологій для конкуренції та інновацій;
- некомпетентність, низький рівень цифрової грамотності населення тощо [12].

Цифрові технології та процеси мають далекоглядне значення та наслідки для організації роботи, виробництва та обмінів, розширення існуючої організаційної та географічної фрагментації знань, інтенсивності бізнес-функцій тощо. Ключові технології, які лежать в основі цифрової економіки, включають передову робототехніку, штучний інтелект, Інтернет речей, аналітику великих баз даних, 3D-друк та електронні платежі [15].

Forrester підрахував, що приблизно 74% онлайн-покупок є цифровими товарами та послугами, на відміну від фізичних покупок. Цифрові товари та послуги, які включають будь-які нефізичні товари чи послуги, які можна придбати онлайн, є найважливішим компонентом ринку електронної комерції. За словами провідних експертів, обсяг покупок традиційних фізичних товарів втричі перевищує обсяг онлайн-покупок. У зв'язку з цим онлайн-продавці повинні бути готові надати споживачам позитивний досвід онлайн-покупок [70].

Цифрові технології та процеси мають далекоглядне значення та наслідки для організації роботи, виробництва та обмінів, розширення існуючої організаційної та географічної фрагментації знань, інтенсивності бізнес-функцій

тощо. Ключові технології, які лежать в основі цифрової економіки, включають передову робототехніку, штучний інтелект, Інтернет речей, аналітику великих баз даних, 3D-друк та електронні платежі [15].

Forrester підрахував, що приблизно 74% онлайн-покупок є цифровими товарами та послугами, на відміну від фізичних покупок. Цифрові товари та послуги, які включають будь-які нефізичні товари чи послуги, які можна придбати онлайн, є найважливішим компонентом ринку електронної комерції. За словами провідних експертів, обсяг покупок традиційних фізичних товарів втричі перевищує обсяг онлайн-покупок. У зв'язку з цим онлайн-продавці повинні бути готові надати споживачам позитивний досвід онлайн-покупок [70].

Міжнародні компанії все більше покладаються на знання та технології, розроблені за їх межами, а також передають ідеї своїм зовнішнім партнерам, продаючи інтелектуальну власність, технології та ліцензії. При цьому значно зростає обсяг знань і технологій, якими вони обмінюються всередині компанії і за її межами, що вимагає використання і впровадження нових технологій. Таким чином, компанії можуть використовувати цифрові технології для управління ще більш відкритим інноваційним процесом [37].

Продукти цифрової економіки мають багато переваг. Оскільки товари віртуальні, транспортні витрати можна скоротити: Інтернет дозволяє практично миттєво доставляти товари по всьому світу. Крім того, завдяки глобальній інформаційній мережі значно зросла швидкість грошових операцій. Таким чином, Інтернет став ключовою технологією сучасної економічної взаємодії [1, с. 69].

І, нарешті, Інтернет речей – це поняття мережі фізичних об'єктів (власне речей), доступ до яких здійснюється через Інтернет. Ці об'єкти містять вбудовану технологію взаємодії з внутрішніми станами та зовнішнім середовищем [76]. Іншими словами, Інтернет речей здатний серйозно вплинути на розвиток сучасного суспільства, оскільки дозволить багатьом процесам відбуватися без втручання людини. Термін «Інтернет речей» з'явився в середині 2000-х років, коли кількість підключених до Інтернету пристроїв перевищила кількість користувачів. Відповідно до звіту Ericsson Mobility Report, сьогодні у світі існує понад 16 мільярдів підключених пристроїв, що вдвічі перевищує населення планети. До

2025 року це число може досягти 29 мільярдів, 18 з яких будуть пристроями IoT [55].

Цифрова економіка, загалом, розглядається насамперед як економічні процеси (економічні відносини, модель взаємодії, бізнес-процеси) з активним використанням інформаційно-комунікаційних технологій (далі – ІКТ) та Інтернету [11]. Майже всі сектори економіки запровадили використання ІКТ для підвищення продуктивності праці, розширення охоплення ринку та скорочення операційних витрат. Таке використання ІКТ характеризується поширенням широкосмугового доступу в компаніях, яке є універсальним для великих компаній майже в усіх країнах ЄС і досягає 90% навіть у малих компаніях [31, с. 88].

Розвиток цифрових технологій викликає зміни на різних рівнях: глобальному, національному, корпоративному та індивідуальному. Діджиталізація впливає на економіку в цілому за такими напрямками.

1. Підвищення продуктивності праці, яке є результатом автоматизації більшості процесів, доступу до нових ринків і більш ефективної організації процесу прийняття рішень.

2. Збільшити відсоток зайнятості за рахунок впровадження інформаційних технологій, за рахунок часткової зайнятості та фрілансу. Крім того, зарплата в самій ІТ-сфері значно перевищує середній рівень (приблизно на 84%).

3. Підвищення ефективності ринку за рахунок змін у глобальних потоках товарів і послуг. Трансформація матеріальних потоків у нематеріальні значно знижує логістику та граничні витрати виробництва. Розвиток цифровізації збільшує фізичні потоки та прибутковість, створюючи онлайн-платформи (eBay, Alibaba, Amazon, Apple, Google, Facebook, Instagram), які значно спрощують виробництво та транскордонний обмін товарами.

4. Розвиток інновацій та розробка нових товарів і послуг, що позитивно впливає на підприємницьку діяльність та її конкурентоспроможність [64].

Наукоємні галузі ростуть набагато швидше, ніж трудомісткі та капіталомісткі. Водночас поширення Інтернету та цифрових технологій не лише змінює існуючі потоки, але й створює нові. Якість існуючих товарів і послуг підвищується завдяки доступу до більшого обсягу якісно обробленої інформації.

Збільшення транскордонних потоків товарів і послуг є одним із рушійних факторів зростання глобального ВВП, що сприяє його загальному річному зростанню. При цьому країни з більшою часткою в глобальній мережі потоків збільшують свій ВВП на 40% швидше, ніж країни з меншою часткою [64].

Оскільки цифрові технології впроваджуються в економіку, сегментувати цифрову економіку стає надзвичайно важко. Цифрова економіка трансформується в економіку як таку, і з цієї причини стає важко, якщо не неможливо, відокремити цифрову економіку від іншої. Спроби виокремити цифрову економіку як окремий сектор неминуче призводять до необхідності з'ясувати, які компоненти економіки є цифровими, а які ні.

Підсумовуючи все вищесказане, слід пам'ятати, що цифрова економіка – це економіка, яка базується на цифрових комп'ютерних технологіях, побудована на інформаційно-комунікаційних технологіях та використанні Інтернету. Розвиток інформаційного суспільства, становлення цифрової економіки зумовлено переходом до інформаційної взаємодії між різними суб'єктами глобального економічного середовища. Цифрова економіка, яка розвивається високими темпами, докорінно змінює традиційні підходи до ведення бізнесу, демократизує всі галузі національної економіки.

1.2. Переваги та недоліки цифровізації міжнародного бізнесу

Цифрова економіка визначається як економіка, зосереджена на цифрових і комп'ютерних технологіях. По суті, він охоплює всі види комерційної, економічної, соціальної, культурної та іншої діяльності, що підтримується цифровими комунікаційними технологіями. Основними компонентами цифрової економіки є електронна комерція, інфраструктура електронної комерції та електронна комерція. За останні 15 років суспільство стало свідком стрімкого розвитку цифрових платформ та їхнього впливу на наше життя. В даний час на споживачів впливає контент із соціальних мереж (Facebook, Twitter, Instagram) і популярних сайтів і хостингів (переважно, таких як YouTube).

Тому цифрова економіка – це спосіб використовувати широкий спектр можливостей. Він інтегрувався майже в усі сфери суспільного життя – охорону здоров'я, освіту, банківську справу, розваги тощо. Цифрова економіка започаткувала багато нових трендів та ідей для стартапів. Майже всі найбільші компанії світу є представниками цифрового світу – Google, Apple, Microsoft, Amazon та інші [69].

Як відомо, продукти цифрової економіки мають багато переваг: оскільки товар віртуальний, можна зменшити транспортні витрати, адже Інтернет дозволяє практично миттєво доставити його в будь-яку точку світу. Крім того, завдяки глобальній інформаційній мережі значно зростає швидкість грошових операцій. Таким чином, Інтернет став ключовою технологією сучасної економічної взаємодії [1, с. 69].

Зрозуміло, що наведені тенденції стосуються лише високорозвинутих країн «золотого мільярда», але вони все більше поширюються на країни «другого» та «третього» світу [1].

Зупинимось на основних перевагах процесів цифровізації міжнародних компаній, які полягають у наступному.

1. Розвиток цифрових технологій є новим джерелом ВВП, за допомогою якого створюються та впроваджуються нові програмні продукти та послуги [16, с. 139].

2. Цифровізація сприяє використанню Інтернету. Сьогодні більшість наших щоденних завдань можна виконувати через Інтернет. Масове зростання Інтернет-технологій, яке почалося в США, привело до формування всесвітньої павутини. У зв'язку з цим спостерігається стрімке зростання інвестицій у всі об'єкти та види діяльності, пов'язані з цим процесом – обладнання, технологічні дослідження, програмне забезпечення, послуги, цифровий зв'язок. Таким чином, нова економіка встановила присутність Інтернету в нашому житті разом із веб-бізнесом.

3. Цифрові технології є рушійною силою розвитку електронної комерції. Компанії, які адаптували використання Інтернету для ведення онлайн-бізнесу, процвітали за останнє десятиліття. Завдяки цифровій економіці стали легшими не

лише прямі продажі, але й виробництво, маркетинг і реалізація. Цифрова економіка прискорила розвиток сектору електронної комерції.

4. Цифровізація зумовлює появу та поширення цифрових товарів і послуг. Більшість продуктів сьогодні доступні в цифровому вигляді. Зникла потреба в певних матеріальних продуктах і послугах, головним чином у страхуванні, банківській справі тощо. Зараз немає необхідності йти в банк, оскільки будь-яку операцію можна здійснити онлайн. Таким чином, деякі товари та послуги були повністю оцифровані в новій економічній реальності.

5. Цифровізація сприяє прозорості економіки. Більшість операцій і платежів у цифровій економіці відбуваються онлайн. Операції з готівкою стають рідкісними, що сприяє зниженню рівня корупції та робить економіку більш прозорою. Хоча, насправді, під час демонетизації уряд дав поштовх онлайн-транзакціям, намагаючись просувати веб-економіку.

6. Цифровий розвиток економіки сприяє зниженню витрат. Підприємства мають можливість заощадити на оренді будівлі, перевівши більшу частину свого бізнесу в Інтернет. Цифрова економіка дозволяє компаніям пропустити стадію роздрібної торгівлі та доставляти персоналізовані продукти з виробничих потужностей або складів безпосередньо до споживача, а не через магазини.

7. Цифрові технології вимагають персоналізації даних. Цифрова економіка передбачає вищий відсоток персоналізації, ніж традиційна економіка. Наприклад, у традиційному магазині може бути достатньо місця для зберігання певної кількості товарів, але в цифровій економіці споживач має можливість вибрати будь-який продукт, а потім товар може бути виготовлений на замовлення відповідно до його індивідуальних уподобань і побажань. . .

8. Цифрова економіка сприяє більш ефективному використанню існуючих ресурсів. Завдяки масовій цифровізації економіки починає розвиватися економіка спільного споживання. Нова хвиля цифрової революції призведе до того, що наявні ресурси дуже швидко знайдуть своїх покупців [16, с. 141].

9. Цифрова економіка усуває торгові бар'єри. На деяких ринках цифрова економіка сприяє виходу нових компаній. Якщо у підприємця є інноваційна ідея, він може створити новий продукт, який кине виклик традиційному бізнесу.

Цифрова економіка сприяла появі багатьох нових послуг, які раніше були неможливими, таких як доставка продуктів додому через Інтернет, додатки Інтернет-комунікації тощо [71].

10. Цифровізація сприяє створенню важливих наборів даних, які дозволяють по-новому зрозуміти соціально-економічні явища та процеси. Масове виробництво даних може допомогти інформувати уряд або благодійні організації про те, що відбувається в країні. Наприклад, моніторинг поширення вірусних захворювань за допомогою додатків на мобільних телефонах допомагає отримати уявлення про стан здоров'я населення та визначити концепцію боротьби з негативними явищами.

11. Цифрова економіка відкриває нові можливості для країн, що розвиваються. Зокрема, розвиток цифрових технологій та їх популяризація в країнах, що розвиваються, сприяють створенню нових робочих місць та формуванню вищих доходів населення [71].

12. Цифрова економіка позитивно впливає на кількість робочих місць. Розвиток хмарних технологій призводить до спільного використання інфраструктур. Відбувається різке зниження витрат на виробництво одиниці продукції.

Впровадження комп'ютерів дає змогу залучити більшу кількість людей шляхом часткової та позаштатної зайнятості [64].

З іншого боку, окрім незаперечних переваг цифровізації, існує ряд недоліків, пов'язаних з активним розвитком цифрової економіки, серед яких:

1. Вплив монополій на цифрову економіку. Незважаючи на потенціал нових стартапів, у багатьох аспектах цифрової економіки домінують компанії з монопольними правами. Наприклад, Amazon зайняв ринок онлайн-продажів, а це означає, що багатьом підприємствам доводиться пройти через ринок Amazon, щоб охопити споживачів, які зазвичай роблять покупки на платформі. Подібним чином Google і Facebook досягли досить високого рівня лояльності до бренду та зайняли значну частку ринку. Такі процеси зробили деяких технологічних гігантів найприбутковішими. Зокрема, Google, маючи монопольну власність, має

повноваження встановлювати високі ціни на онлайн-рекламу, а Amazon має ринкову владу, щоб витіснити традиційних продавців [71].

2. Зменшення соціальних взаємодій. Традиційний книжковий магазин може слугувати центром для місцевої громади. За умов, коли цифрова альтернатива підриває бізнес традиційного бізнесу, традиційні книжкові магазини витісняються з бізнесу. Незважаючи на те, що електронні книги можуть бути дешевшими, фізична взаємодія між продавцем і покупцем, яка завжди була важливим аспектом покупки товару, втрачається.

3. Технологічна залежність. Хоча теоретично за допомогою Інтернету можна заощадити час, ми витрачаємо цей заощаджений час на перевірку соціальних мереж і пошук в Інтернеті. Крім того, великий обсяг інформації може призвести до того, що користувачі загубяться в інформаційному просторі. Можливість вибору не обов'язково призводить до кращих результатів: широкий вибір варіантів потребує значного часу для прийняття рішення.

4. Загрози конфіденційності. Використання баз даних стало великим бізнесом. Наприклад, Facebook збирає значну кількість даних користувачів, щоб показувати своїм користувачам цільову політичну рекламу.

5. Недотримання законодавства про працю. Цифрова економіка створила негативну тенденцію до звернення до фрілансерів, які не захищені трудовим законодавством. Це дозволяє компаніям зменшити витрати на робочу силу та бути більш гнучкими, але може позбавити працівників їхніх традиційних трудових прав.

6. Скорочення робочих місць. Чим більше економічний розвиток залежить від технологій, тим менше він залежить від людських ресурсів. Розвиток цифрової економіки може призвести до втрати багатьох робочих місць, а розвиток штучного інтелекту загрожує наявності робочих місць у сфері послуг. Оскільки всі процеси у світі стають автоматизованими, потреби в людських ресурсах зменшуються. Проте теоретично нові технології призведуть до зміни моделей діяльності, а не до зростання безробіття, за яким деякі некваліфіковані працівники все більше поступаються кваліфікованим. Яскравим прикладом таких процесів є

цифрові платіжні системи, які значно скоротили потребу в банківських працівниках.

7. Відсутність експертів. Цифрова економіка вимагає використання складних процесів і технологій. Для створення платформ та їх підтримки потрібні експерти та спеціалісти в цих важкодоступних сферах, особливо в регіонах.

8. Необхідність масштабних інвестицій. Цифрова економіка потребує потужної інфраструктури, високофункціонального Інтернету, досконалого мобільного зв'язку та телекомунікаційних мереж. Забезпечення цих умов є тривалим, капіталомістким, повільним і дорогим процесом.

9. Негативний вплив на екологію. Помилково думати, що цифрова економіка – це «зелене рішення». Центри обробки даних споживають електроенергію та відповідають за викиди CO₂. Потенційно високі витрати пов'язані з тим, що цифрова економіка заохочує культуру «марнотратства». Наприклад, стрімкий розвиток цифрових технологій призводить до швидкого старіння обладнання, що спонукає споживачів частіше купувати нові моделі, і в кінцевому підсумку призводить до збільшення використання сировини.

Традиційна та цифрова економіка спираються на різні фактори, ресурси та джерела (див. табл. 1.2). У сучасних умовах нової цифрової реальності традиційні фактори виробництва, виробничо-збутові платформи, маркетингові інструменти, форми розрахунків тощо поступово стають цифровими.

Інформація як рушійний фактор виробництва у вигляді сучасних інформаційно-комунікаційних технологій відкриває широкі можливості для якісного економічного зростання, зокрема:

- сприяє розвитку комерційних платформ в Інтернеті: комерційних, фінансових, фондових та грошових бірж в Інтернеті;
- спричиняє зменшення кількості компаній через конкуренцію на ринках, появу віртуальних компаній (фірм) та організацій;
- формує традицію багаторазового використання одних і тих самих ресурсів (у тому числі трудових) для надання різноманітних послуг у межах корпоративної хмарної інфраструктури та цифрової екосистеми;

- визначає обмеження обсягу операційної діяльності виключно за рахунок можливостей мережі Інтернет;
- зумовлює підвищення економічного ефекту (зниження собівартості виробництва) цифрової продукції;
- сприяє появі нових полюсів економічного зростання та «цифрових долин».

Таблиця 1.2

Порівняльна характеристика традиційної та цифрової економіки

Ключові фактори	Традиційна економіка	Цифрова економіка
Фактори виробництва	Праця і капітал	Автоматизація та штучний інтелект
Виробничі платформи	Фабрики, заводи, підприємства	Центри обробки даних, хмарні технології
Платформи для продажу	Заклади торговельної мережі	Веб-сайти
Маркетингові інструменти	Реклама у газетах, обмін інформацією між споживачами	Відгуки у соціальних мережах
Способи постачання товарів / послуг	Транспортування	Електронні продажі – цифрові завантаження
Форма розрахунків	Готівка – оплата чеком	Електронна оплата, «безготівкова спільнота»
Інструменти розрахунків	Банки та термінали, пункти видачі готівки	Інтернет-банкінг
Освітні платформи	Навчальні заклади	Платформи та інструменти для дистанційного навчання
Форма організації роботи персоналу	Повний робочий день	Дистанційна робота
Ключові активи	Фізичні активи	Рейтинг у Google, імідж бренду
Спосіб збільшення вартості активів	Будівництво	Розробка веб-сайту
Найбільш вартісні активи	Нерухомість	Домен

Джерело: Складено автором на основі [71]

З одного боку, суспільство отримує ряд переваг і вигод від цифровізації економіки у вигляді нових товарів і послуг. З іншого боку, багато споживачів цифрової економіки не завжди усвідомлюють, що вони платять високу ціну за вигоди, які вони отримують від неї.

Цифровізація економіки, як і попередні технологічні трансформації (індустріалізація, електрифікація тощо), пов'язана з низкою радикальних змін.

Сучасний етап розвитку світової економіки супроводжується значним зростанням нового типу нерівності – цифрової нерівності – це нерівність доступу до цифрових технологій (доступу до послуг усіх видів зв'язку), а також технологій для роботи в цифрове середовище.

Порівняння цифрових ринків із традиційними показує, що перші формуються за відносно короткий проміжок часу та так само швидко розвиваються. Розвиток цифрової економіки стирає межі між традиційним і цифровим ринками, адже конкурентоспроможність компанії майже на всіх ринках сьогодні визначається швидкістю створення та сферою використання інновацій і високих технологій [24].

Характеристики цифрових ринків:

1. Динамічність розвитку – висока швидкість технологічних змін, наслідком яких є трансформація старих ринків і поява нових. Створення ринкового капіталу відбувається за відносно короткий проміжок часу.

2. Розширення та консолідація бізнесу. Якщо домінуюча фірма розширює свою діяльність і створює споріднені продукти та послуги, це може призвести до появи суперсистеми, контрольованої однією групою фірм. Наслідком таких процесів може бути монополізація чи олігополізація ринків.

3. Високий рівень інноваційної активності. З цією характеристикою дослідники пов'язують проблему інтелектуальної власності. Права інтелектуальної власності та комерційні таємниці часто використовуються, щоб перешкодити потенційним учасникам отримати доступ до технологій, що використовуються домінуючими фірмами. Ефективна довгострокова система захисту інтелектуальної власності може завдати шкоди споживачам і стати перешкодою для розвитку цифрової економіки [24].

З одного боку, аналіз великих даних дозволяє покращити сервіс, що передбачає залучення нових клієнтів. З іншого боку, консолідація великих даних в руках невеликої кількості компаній призводить до концентрації ринків цифрових товарів. У результаті великі дані можуть стати потужним інструментом для отримання конкурентних переваг [24].

Основними компонентами цифрової економіки є Інтернет, електронна пошта, цифрова автоматизація, цифрові платежі, автоматизація та соціальні мережі. Тоді як традиційна економіка базується на фізичних магазинах, товарах і готівкових розрахунках. З часом традиційна економіка охопила такі аспекти цифрової економіки, як традиційні підприємства, які приймають дебетові картки, а потім продають їх через Інтернет. У міру розвитку цифрової економіки деякі підприємства взагалі не мали фізичних магазинів і продавали товари безпосередньо через веб-сайт, доставляючи їх споживачам додому. Деякі цифрові сервіси більше не мають фізичних активів. Наприклад, Netflix і Spotify не потребують фізичних товарів, але мають усе, що проходить через Інтернет.

Компанії, які проходять цифрову трансформацію, стикаються з проблемами та труднощами в процесі переходу на цифрові технології, що може залежати від кількості працівників та інших факторів, оскільки їм також важко адаптуватися до нового середовища, ніж до техніки [71]. Сьогодні компанії використовують стратегію цифрового бізнесу, яка передбачає трансформацію бізнесу, оптимізацію процесів і використання технологій. Компанії впроваджують діджиталізацію, щоб покращити взаємодію з клієнтами та співробітниками, а також забезпечити якісне обслуговування клієнтів. Для безпечної реалізації цифрової бізнес-стратегії компанії повинні бути готові зосередитись на таких аспектах, як інновації продуктів, очікування споживачів, спільні інновації та лідерство тощо [38, с. 201].

Тому цифрова економіка, яка поступово витісняє традиційну економіку та принципово змінює ключові чинники розвитку, має очевидні переваги, такі як доступність джерел інформації, пряме спілкування та можливість обміну даними, створення нових робочих місць і сильна конкуренція в комерційній сфері. У той же час, цифровізація економіки пов'язана з низкою недоліків, таких як залежність від засобів комунікації, ослаблення соціальних навичок і зменшення соціальної взаємодії, а також зловживання інформацією.

1.3. Методи впливу цифровізації на міжнародну торгівлю

Інновації в сучасних інформаційно-комунікаційних технологіях викликають революцію в бізнес-середовищі. Інтернет створює серйозні виклики та створює нові можливості для нових та існуючих міжнародних компаній, які ведуть бізнес інноваційним шляхом. Новий цифровий ринок принципово відрізняється від традиційного. Компанії, які створюють свій бізнес на цифровому ринку, – це інтернет-компанії (міжнародні торгові компанії). Основою їхнього бізнесу є Інтернет, а це означає, що якби сервери перестали працювати, ці компанії не змогли б створювати та доставляти товари, які вони пропонують клієнтам [38]. Нова економічна ера – це ера, яка може існувати та розвиватися лише в умовах гібридного світу, тобто результату злиття реального та віртуального світів. Необхідними умовами для такого процесу є висока ефективність і низька вартість інформаційно-комунікаційних технологій та наявність цифрової інфраструктури [10, с. 33].

Розвинена цифрова інфраструктура є головним фактором розвитку цифрової економіки. Однак сама по собі цифрова інфраструктура не обмежується телекомунікаціями. Загалом, цифрова інфраструктура складається з фізичних активів, необхідних для функціонування таких технологій, як цифровий зв'язок, обчислення та зберігання даних. Сьогодні цифрова інфраструктура має першочергове значення в роботі організації.

Процеси, що здійснюються через комп'ютерні мережі (електронний бізнес) та онлайн-продажі (електронна комерція), також є важливими чинниками розвитку цифрової економіки. Основними перевагами цих факторів є відсутність фізичної ваги продукції, яка замінюється обсягом інформації, менші витрати ресурсів на виробництво електронних товарів, значно менша площа, яку займають електронні носії, а також миттєвий глобальний рух товарів через мережу Інтернет [16, гл. 139].

Цифровізація може докорінно змінити майже всі сфери життя суспільства та економіки в цілому. Стає очевидним, що мегатренд глобальної цифровізації не має меж, а темпи трансформації зростають експоненціально. Однак компанії, які

не зможуть узгодити свою цифрову бізнес-стратегію з конкурентним середовищем, зіткнуться з серйозними проблемами та будуть змушені поступитися дорогою підприємствам, які можуть цифрово трансформуватися.

Поява цифрових технологій сприяла появі ряду нових економічних категорій, тісно пов'язаних між собою, але які слід чітко диференціювати. Цифрова трансформація описує парадигму цілеспрямованої та контрольованої адаптації та інтеграції цифрових технологій у компанію для забезпечення сталої бізнес-моделі з урахуванням процесів оцифрування даних [25].

Під цифровізацією міжнародних економічних відносин слід розуміти якісні зміни самого інформаційного простору, де відбувається комунікація між учасниками торгових відносин (рис. 1.1). Поява нових форматів спілкування, взаємодії та обміну інформацією дозволяє по-новому організувати процес ведення бізнесу.

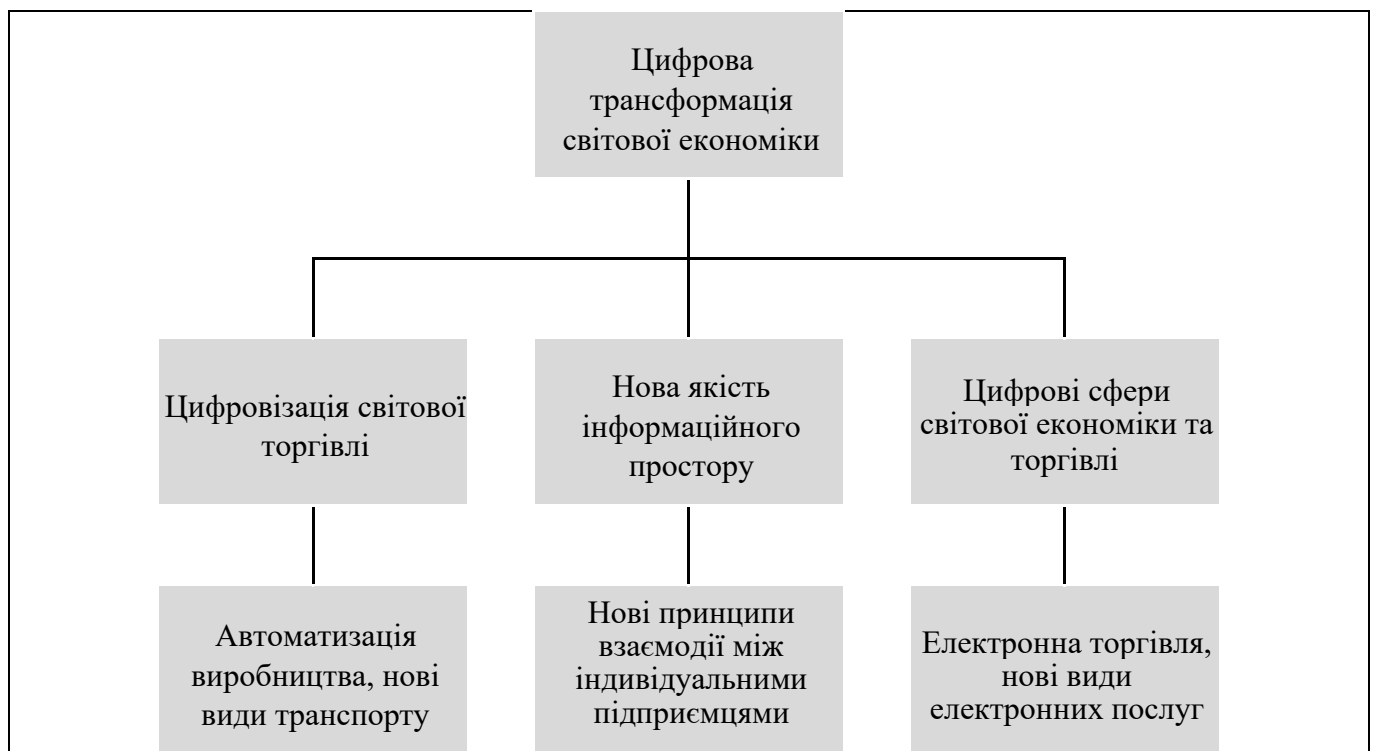


Рис. 1.1 Структура процесів цифровізації міжнародних економічних відносин

Джерело: складено автором за [17]

Завдяки цифровим технологіям можливості для створення бізнесу у сфері комерції з'явилися у дуже широкого кола людей, особливо у індивідуальних

підприємців. Більше того, цифровізація заклала основу для якісно нового аналізу ринку, оскільки величезна кількість даних про нього, що генеруються різноманітними пристроями, дозволяє глибше та змістовніше аналізувати основні показники міжнародної торгівлі [17, с.31].]

Найважливішим фактором, що впливає на розвиток цифрової економіки, є розширення кола людей, які мають доступ до цифрової економіки. За даними порталу онлайн-статистики Statista, у квітні 2020 року Інтернетом активно користувалися 4,57 мільярда людей. Перехід до нової цифрової ери призводить до зникнення багатьох робочих місць і цілих професій. Але, в той же час, надання цифрових послуг з використанням цифрових технологій і системи може забезпечити створення і зростання кількості нових робочих місць у всіх секторах економіки, починаючи від традиційного бізнесу і закінчуючи новітніми високотехнологічними галузями, що виникають сьогодні. Усе це призведе до максимальної оптимізації економічних процесів і різкого зростання продуктивності праці [10].

Цифровізація радикально змінює бізнес-практику, кидає виклик конкурентним перевагам усталених бізнес-моделей і відкриває можливості для процвітання нових. Розумні цифрові технології радикально змінюють ланцюги виробництва та постачання, тому компаніям необхідно повністю переглянути власні операції.

Цифрова вартість, запропонована споживачам, відрізняється від вартості фізичних товарів. Найсуттєвіші зміни:

1) Модифікація факторів, що визначають конкурентні переваги. Ефективність ланцюгів постачання є менш важливою для визначення конкурентної переваги для цифрових товарів, ніж для фізичних товарів, де цей фактор відіграє ключову роль. Цифрові товари можна легко адаптувати до потреб споживачів без великих додаткових витрат. Інші фактори, такі як унікальність продукту та репутація бренду, є домінуючими чинниками конкурентної переваги на цифрових ринках.

2) Зниження експлуатаційних витрат. Процеси стандартизовані, а внутрішня та зовнішня комунікація та координація спрощені. Приклади включають

зниження витрат на керування інформацією про клієнтів за допомогою автоматизованого програмного забезпечення, спрощену координацію логістики закупівель і поставок через віртуальні канали доставки та автоматизовані системи замовлень, а також механізми для полегшення управління та контролю завдяки онлайн-обліку.

3) Послаблення специфічності активів і місця розташування. Цифрова комерція може легко стати важливим фактором на ринку, навіть якщо вона не пов'язана з великими капіталовкладеннями та фізично не помітна під час і на платформі продажів.

4) Використання аутсорсингу та офшоризму. Міжнародні компанії можуть компенсувати обмеження ресурсів шляхом аутсорсингу та переміщення своїх ланцюгів виробництва та продажів, залишаючись при цьому прибутковими та успішними, розвиваючи свій бізнес без прив'язки до фізичних виробничих потужностей.

Характеристики цифрового ринку сприяють інтернаціоналізації малих і середніх підприємств, незалежно від їх бюджету. Цікаво відзначити, що традиційні теорії, зокрема модель процесу інтернаціоналізації, більш відома як модель Uppsala, яка фокусується на поступовому отриманні інформації про зовнішні ринки та пропонує входження на ринок крок за кроком. розроблений на основі спостережень за діяльністю транснаціональних компаній понад 40 років тому.

Деякі сучасні дослідники виділяють три режими впливу цифровізації на еволюцію корпоративної стратегії та їх бізнес-моделей, зокрема:

- 1) розвиток нових бізнес-моделей (витіснення старих гравців ринку та впровадження нових продуктів і послуг);
- 2) оптимізація існуючих бізнес-моделей (наприклад, оптимізація витрат);
- 3) трансформація існуючих бізнес-моделей (наприклад, реконфігурація існуючих моделей, розширення існуючого бізнесу).

Одним із наслідків процесів цифровізації є створення нових бізнес-моделей шляхом використання цифрових технологій, таких як «Криптовалюта», «Розумний дім» тощо. Нові бізнес-моделі найчастіше створюються в контексті

Інтернету речей, що забезпечує перехресні продажі, маркетинг окремих продуктів і послуг, а також збір і монетизацію наявних даних. Нові бізнес-моделі використовують ці технології та змінюють бізнес-ландшафт, пропонуючи нові товари та послуги [25].

Існуючі бізнес-моделі оптимізуються завдяки цифровізації та появі нових можливостей. Цифровізація оптимізує бізнес-моделі шляхом змін у виробничому процесі, розподілі продукції, управлінні персоналом та організаційній структурі. Крім того, повністю змінилася перспектива діяльності з маркетингу та продажів, оскільки зникла потреба в продавцях. Дослідження Lufthansa показали, що нові можливості в області аналізу існуючих даних також можуть дати зрозуміти, як збільшити економію коштів і покращити інноваційні послуги. Основна бізнес-модель залишилася незмінною, оскільки потреба в перевезенні пасажирів по всьому світу залишилася незмінною. Тому існуючу бізнес-модель необхідно оптимізувати, щоб залишатися конкурентоспроможною [25].

Традиційні або посередницькі процеси скорочуються або трансформуються, оскільки цифрові технології забезпечують прямий доступ до клієнтів або підприємств. Ці процеси переходять від аналогового до цифрового і створюють новий тип посередників – цифрових посередників. Це явище спостерігається у фінансовій сфері, де існуючі бізнес-моделі повинні бути узгоджені з цифровізацією. Можна виявити перехід до онлайн-продажів послуг і діяльності, а також нові канали комунікації та поширення маркетингової діяльності.

Клієнти можуть самостійно обирати та інформуватись про товари та послуги від різних постачальників, що призводить до трансформації сфери, де необхідний контакт із клієнтом. Пропозиція продуктів і послуг більш персоналізована, оскільки клієнт вказує свою особисту інформацію та свої вимоги. Це підвищує мотивацію клієнта та купівельні наміри, що призводить до прискорення трафіку.

Усі досліджені вище процеси можна охарактеризувати як оцифрування товарів і послуг, прийняття рішень за допомогою штучного інтелекту та трансформацію ціннісної пропозиції та операційної моделі як такої [11, vs. 116]. Цифровізація має найбільший вплив на компоненти бізнес-моделі, такі як

пропозиція вартості, управління внутрішньою інфраструктурою та відносини з клієнтами. Здебільшого зміни у вигляді нових пропозицій (товарів, послуг або пакетів рішень у формі хмарних обчислень) є рушійною силою модифікації економічних моделей [11].

Цифровізація, реалізація четвертої промислової революції, мала великий вплив на бізнес-середовище та його учасників, які перейшли на цифрові технології, поєднуючи промислові та цифрові технології. Використання цифрових технологій (зокрема штучного інтелекту) породжує такі тренди, як поглиблення стосунків із покупцем та швидке реагування на зміни вподобань покупця. Вирішення проблем клієнтів стає джерелом доходу. Робота з покупцем індивідуалізована, практикується залучення до його проблем і потреб. У цифровій економіці зростає цінність клієнтського досвіду, який також є джерелом прибутку [14]. Створюються нові умови для роботи з покупцями, в тому числі з використанням штучного інтелекту (від програмного забезпечення до алгоритмів, що виявляють культурні інтереси та прогнозують поведінку). Інтелектуальне цифрове інтерактивне середовище, яке оточує користувача автоматизованими персональними порадами, має додатки, які обробляють індивідуальну інформацію про користувачів сайту, формуючи «навколишній розум». Електронні пристрої можуть передбачати потреби та формувати людську екосистему [14].

Тому, перебуваючи як у цифровому середовищі компанії, так і покупця, використання штучного інтелекту для дослідження та обробки інформації допомагає компанії проводити поглиблену роботу з клієнтом, індивідуалізуючи маркетинг [14].

Цифрові технології дозволяють знизити транзакційні витрати, а інколи звести їх до нуля, що створює новий потенціал, а разом з ним і нові вимоги та вимоги до ринку, що прискорює бізнес і скорочує час виробництва. Культура компанії і компанії в цілому розвивається в бік потреби в лідерстві і сприйняття співробітників як невід'ємної частини своєї організації [14].

З переходом до цифрової економіки також відбуваються зміни під впливом конкуренції. Конкуренти можуть стати партнерами, об'єднавшись на основі цифрових платформ та їх спільного використання. Одночасно відбувається

послаблення конкуренції – несподівана поява конкурентних переваг у новачків за рахунок стартапів або доступу до глобальних цифрових платформ для досліджень, розробок, маркетингу, швидких продажів і дистрибуції [14]. Іншим джерелом порушення конкуренції, спричиненого цифровими технологіями, є здатність долати галузеві кордони, що дозволяє використовувати міжгалузеві клієнтські бази, інфраструктуру та технології.

В епоху цифрової економіки продукти, доповнені цифровими даними, стають новими джерелами прибутку та факторами конкурентоспроможності. Технологічні інновації змінюють сприйняття бізнес-активів і управління ними. Не лише нові матеріали, а й цифрова обробка даних про роботу та стан виробу продовжують його якісне використання. Таким чином, цифровий капітал стає новим джерелом прибутку та фактором конкурентоспроможності компаній [14]. У цифровій економіці концепція бізнес-середовища в цифровій спільноті зростає. З появою нової корпоративної організаційної структури - системи блокчейн, відпадає необхідність відкривати багато офісів і створювати юридичні особи з усіма адміністративними витратами. Блокчейн дозволяє побудувати дешеву бізнес-структуру з невеликою кількістю штатних спеціалістів. Принцип глобальної децентралізації прискорює стирання кордонів між країнами, а з поширенням блокчейна прогнозується поява великої кількості транснаціональних компаній [14]. Бізнес-середовище багато в чому змінюється завдяки блокчейну, доповненому цифровими кодами та хмарними обчисленнями. Окрім заміни традиційних функцій фінансових установ та звільнення проектів від ставки рефінансування, блокчейн у майбутньому може замінити суди та адвокатів [14].

Тому найчастіше основними методами впливу цифровізації на еволюцію стратегії компаній та їх бізнес-моделей є розробка нових, оптимізація та трансформація існуючих бізнес-моделей. Цифрові технології та нові методи аналізу, зокрема такі як технологія великих даних, створюють нові можливості для розвитку нових бізнес-моделей і трансформації існуючих бізнес-моделей з урахуванням сучасних викликів і потреб інформаційного суспільства.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ ВПЛИВУ ЦИФРОВІЗАЦІЇ НА МІЖНАРОДНИЙ БІЗНЕС

2.1. Сучасні тенденції розвитку міжнародної торгівлі в умовах цифровізації

Початок інформаційної та цифрової ери значно вплинув на тенденції розвитку міжнародної торгівлі. Низка вчених називають сучасний етап економічного розвитку «третьою індустріальною революцією», інші – «четвертою індустріальною революцією», «індустрією 4.0» або цифровою чи новою економікою [35]. Цифрова економіка є основою четвертої промислової революції та третьої хвилі глобалізації.

Цифрові технології створюють нові можливості для бізнесу: підприємець або компанія за бажання може використовувати цифрові системи в більшості сфер своєї діяльності. Цей процес може включати датафікацію (впровадження технологій для зберігання великих наборів даних), оцифровку (перетворення всіх частин інформаційних ланцюгів з аналогового в цифровий формат), віртуалізацію, а також генерацію (використання даних і технологій у новий спосіб перепрограмування та рекомбінації) . Ступінь впливу на господарську діяльність будь-якої технології можна побачити в результаті її дифузії та глибини впровадження. Зі значними темпами розповсюдження, в тому числі в країнах, що розвиваються, і зі зростанням ефекту впровадження посилюється і вплив цифрових технологій на розвиток економіки в цілому. Сьогодні найвищий ступінь концентрації цифрової економіки спостерігається у двох країнах світу – США та Китаї. Ці країни мають 90% ринкової капіталізації з 70 найбільшими цифровими платформами світу [36].

Вплив технологій можна розглядати як порушення існуючих економічних процесів, систем і секторів, зміну існуючої моделі споживання, ділової взаємодії та ділових моделей. Крім того, цей процес може спричинити появу нових економічних процесів, систем і секторів. Сьогодні в деяких галузях ми бачимо вплив технологій, який проявляється в домінуванні нових типів компаній, зокрема, таких як Uber (найбільший оператор таксі у світі), Facebook (компанія,

найпопулярніша медіакомпанія в світі). у світі), Alibaba (найбільший у світі роздрібний продавець із найвищою оціночною вартістю), Airbnb (найбільший у світі «готельєр»).

В результаті впливу новітніх технологій на економічну діяльність в рамках «Індустрії 4.0» на межі економічного дискурсу та реальності виникають нові бізнес-моделі. Прикладом таких моделей є модель цифрової економіки, яка вважається двигуном економічного зростання, здатним викликати значні економічні зміни та впливати на більшість сфер діяльності, ринок праці та спосіб життя людей. Ключовими елементами «Індустрії 4.0» є продукти цифрової економіки: автономні роботи, моделювання, системна інтеграція, Інтернет речей, кібербезпека, хмарні обчислення, великі дані та віртуальна реальність (рис. 2.1).

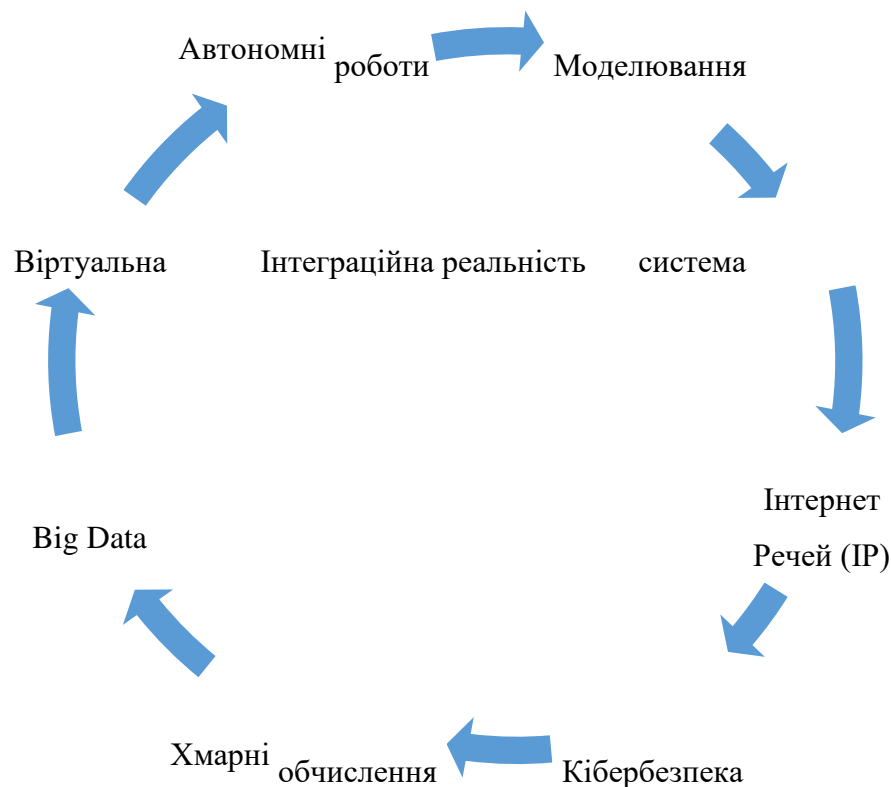


Рис. 2.1. Елементи «Індустрії 4.0».

Джерело: Побудовано автором на основі даних [40]

Цифрова економіка створює значний потенціал для країн, що розвиваються, для яких такі економічні зміни можуть стимулювати економічне зростання, підвищити продуктивність капіталу та праці, зменшити транзакційні витрати та

розширити доступ до глобальних ринків. Такі очікування не безпідставні, оскільки частка цифрової економіки в країнах, що розвиваються, щорічно збільшується на 1525% [40]. Переваги цифрової економіки можуть допомогти вирішити проблеми економічної нерівності: підвищення середньої цифрової заробітної плати на Глобальному Півдні може призвести до глобальної конвергенції доходів. Крім того, можлива поява нових унікальних ринків для цифрових стартапів у країнах, що розвиваються, цифрові платформи будуть використовуватися для обходу неефективних і корумпованих ринкових і трудових інститутів на Глобальному Півдні [20].

Водночас цифрова економіка не лише відкриває нові можливості, а й створює загрози. Важко скористатися новими можливостями, особливо через низький рівень цифрових навичок і недостатній рівень проникнення технологій як усередині країни, так і між країнами. Вхідження в цифрову економіку також може мати негативний вплив через явища, властиві перехідному періоду (брак ресурсів, можливостей, інституцій, відносин), висока волатильність цифрових компаній, маргіналізація працівників [20].

Існують об'єктивні причини, чому міжнародні компанії не можуть уникнути процесів цифровізації. Ці причини включають три взаємопов'язані фактори впливу [18]:

- нові технології;
- модифікація поведінки користувача;
- нові економічні моделі.

Ці причини, у свою чергу, викликають нагальну потребу в трансформації міжнародного бізнес-спільноти з метою адаптації до нових умов зовнішнього середовища. З одного боку, більше 20% існуючих компаній недостатньо або зовсім не залучені в цифрову сферу. Ця цифра може зрости до понад 30% у найменш оцифрованих секторах, таких як автомобілебудування (32%) і охорона здоров'я, тоді як частка нецифрових компаній відносно низька в найбільш цифрових секторах, таких як торгівля. Роздрібна торгівля (10 %) або телекомунікації (7%).

З іншого боку, у сфері міжнародного бізнесу є традиційні підприємства, які генерують більше цифрових грошових потоків, ніж традиційні. На рис. На рисунку 2.2 показані сфери найбільшого доходу від цифрових технологій для 10% компаній із найбільшим доходом від цифрових технологій у всьому світі. Насправді на 10% найбільших традиційних компаній із найвищими цифровими доходами припадає до 80% цифрових доходів, отриманих у їхній галузі; 60% – у сфері професійних послуг; 77% – у сфері високотехнологічних послуг та автомобілебудування, 93% – у сфері роздрібною торгівлі та до 90% – у сфері медіа та телекомунікацій (рис. 2.2). У Північній Америці кількість активних компаній, які отримують дохід від цифрових технологій, на 50% вища, ніж у Європі та країнах, що розвиваються.

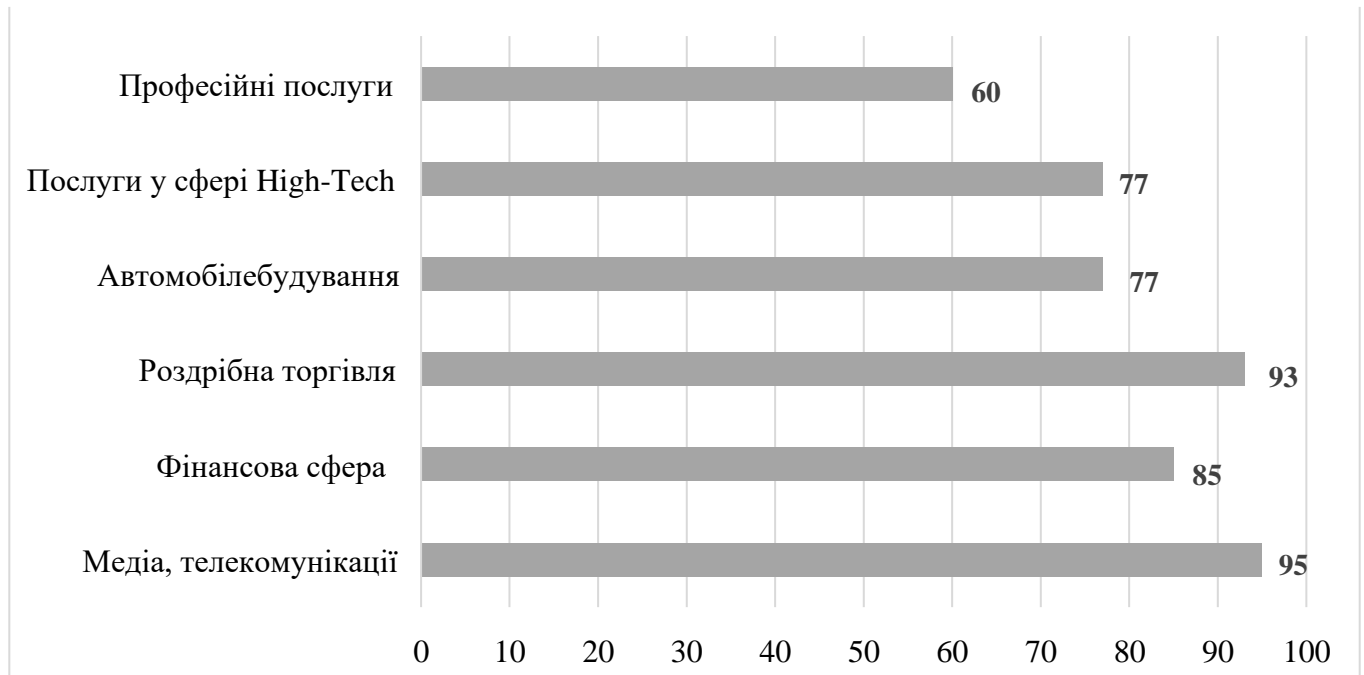


Рис 2.2. Сфери, що забезпечують найбільший цифровий дохід компаніям світу, (%)

Джерело: Побудовано автором за даними [68]

Зрозуміло, що великі міжнародні компанії частіше отримують дохід від впровадження цифрових технологій (цифровий дохід), що підтверджує той факт, що вони можуть оцифрувати значну частину свого розподілу та доходу. Однак це пояснює лише один аспект інтенсивності цифровізації на рівні підприємства. Відповідно до того факту, що поширення цифрових технологій вимагає часу та

ресурсів, було виявлено, що третина активних міжнародних компаній виділили значні ресурси для оцифрування своїх процесів, як з точки зору капіталовкладень, так і з точки зору розвитку цифрової робочої сили. 70% компаній, які впроваджують цифрові технології, досягають вищих темпів зростання продуктивності, ніж середня історична компанія. Вони також втричі інтенсивніше експериментують з новими продуктами та новими бізнес-моделями, пов'язаними з цифровізацією [33].

Цифровізація змінює методи управління та використання інформаційних технологій у різних сферах міжнародної торгівлі. Основні цифрові технології, які відображають цифрову трансформацію глобальної економіки, включають розробку та використання штучного інтелекту, Інтернету речей, хмарних технологій, цифрового проектування та моделювання технологічних процесів, систем 3D-технологій, електронного документообігу та управління (GovTech), математичне моделювання, цифрові технології у сфері фінансових послуг (FinTech) та страхування (InsurTech) [12].

Тому цифровізація може підтримувати рівень продуктивності праці та різними способами сприяти її підвищенню. Цифрові технології дозволяють компаніям покращувати дизайн продукції та виробничі процеси, автоматизувати рутинні завдання, виконувати їх віддалено та полегшувати відносини з постачальниками та клієнтами.

Крім того, цифровізація позитивно впливає на діяльність низько-технологічних компаній, зокрема онлайн-платформи можуть допомогти зменшити інформаційну асиметрію між бізнесом і споживачами, а також надати компаніям доступ до більш широкого кола ринків, які можуть забезпечити ці компанії з можливостями зростання. Загалом, цифрові технології мають потенціал для підвищення продуктивності в довгостроковій перспективі, оскільки вони можуть підтримувати дослідження та інновації на тому ж рівні та сприяти підвищенню кваліфікації працівників, наприклад, через онлайн-курси.

Водночас деякі менш вивчені наслідки використання цифрових технологій можуть знизити рівень продуктивності праці. Наприклад, потужний вплив екранів, перевантаження інформацією та можливі відволікаючі чинники можуть

сприяти позбавленню сну та зниженню здатності концентруватися у працівників. (32) Є докази, які свідчать про причинно-наслідковий зв'язок між кращим високошвидкісним доступом до Інтернету та погіршенням якості сну, і що, у свою чергу, менша тривалість сну може знизити продуктивність працівників.

Такий елемент цифрової економіки, як штучний інтелект, здатний розширити спектр автоматизованих завдань, включаючи рутинні когнітивні завдання, характерні для сервісної діяльності, а подальший розвиток комунікаційних технологій може розширити можливості автоматизації. аутсорсинг сервісних завдань. Незважаючи на те, що ці технології відкривають значні можливості, ступінь їх впливу на продуктивність праці на ранній стадії їх розвитку оцінити надзвичайно важко, тому конфлікти між прихильниками та противниками впровадження цифрових технологій не припиняються [30].]. Більш очевидним є те, що незалежно від цих ефектів, подальше широке впровадження існуючих цифрових технологій (хмарні обчислення, розвиток онлайн-платформ) може забезпечити явні переваги з точки зору підвищення продуктивності праці.

Тому необхідно вивчити, як поширення цифрових технологій впливає на розвиток міжнародного бізнесу та компаній зокрема. У науковій літературі є дослідження, які підтверджують наявність позитивного зв'язку між впровадженням цифрових технологій і продуктивністю на рівні компаній і галузей. Зокрема, за оцінками Організації економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР), 10-відсоткове збільшення виробничих підприємств, які використовують цифрові технології (широкосмуговий Інтернет, хмарні обчислення, штучний інтелект), оцінюється як 1,4-відсоткове збільшення багатofакторної продуктивності. для середньої компанії на рівні виробництва через 1 рік і на 3,9% через 3 роки (в усіх країнах ЄС) [41].

Хоча взаємозв'язок очевидний, може бути важко встановити причинно-наслідковий зв'язок між цифровізацією та продуктивністю, оскільки більш продуктивні компанії з більшою ймовірністю впровадять нові технології. Однак у ряді досліджень, які базуються на екзогенних рушійних силах переходу, вплив цифрових технологій важко систематично оцінити через різноманітність

технологій, що використовуються, і обмеження охоплення даних для цифровізації бізнесу.

Цифрові технології змусили підприємців переглянути свої бізнес-моделі. Цифровізація дає змогу ефективно розвивати бізнес, стає основою продуктивних і виробничих стратегій, модифікує традиційні економічні моделі, обумовлює появу нових продуктів та інновацій [12].

Реалізація стратегії цифрової трансформації міжнародного бізнес-середовища та економік країн спрямована на підвищення продуктивності праці та прискорення економічного зростання національної та глобальної економіки, створення інноваційних технологій та цифрових активів, електронного урядування, до підвищити конкурентоспроможність бізнесу та всієї економіки, спростити доступ до глобальних ринків та створити цифрову інфраструктуру, оцифрувати всі сфери діяльності, впровадити елементи індустрії 4.0, сформувані необхідні професійні навички та базову цифрову культуру населення [12].

На рис. 2.3 показано основні сфери, куди інвестуються при реалізації цифрових стратегій.

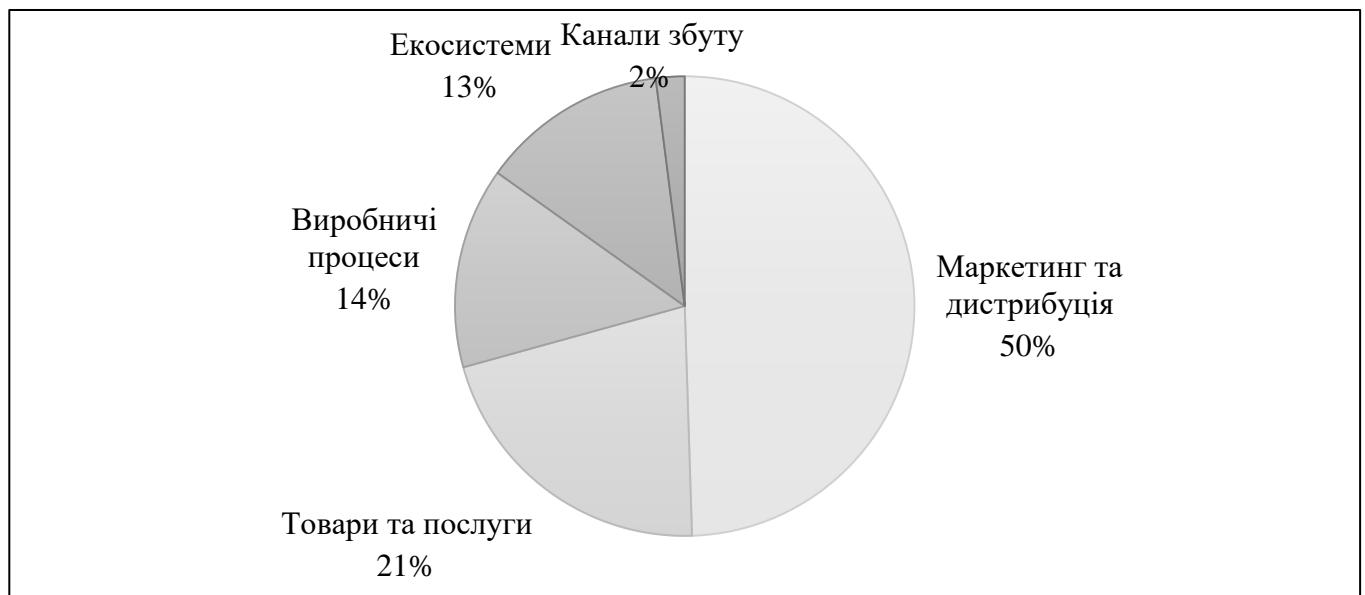


Рис 2.3. Сфери інвестування при впровадженні цифрових стратегій, (%).

Джерело: Побудовано автором за даними [68]

Виробничі процеси та екосистеми порівняно з маркетингом і дистрибуцією, товарами та послугами є менш популярними сферами інвестування, на них

припадає 14% і 13% інвестицій відповідно. При цьому найбільшу частку інвестицій займає маркетинг і дистрибуція - 49%, а товари і послуги інвестуються в 21%.

На нашу думку, такий напрямок є цілком виправданим, враховуючи надзвичайний вплив цифрових технологій на взаємодію компанії з клієнтами. Проте ми вважаємо, що компанії втрачають можливості, які з'являються, наприклад, щодо вдосконалення процесу продажів, які мають значний потенціал впливу на майбутні доходи та прибутки. Загалом компанії, які стратегічно перерозподіляють свої ресурси, створюють більшу цінність і приносять вищу віддачу акціонерам.

Цифрова трансформація викликає значні зміни у зростаючому попиті на навички. Попит на навички, які можна розумно замінити цифровими технологіями, зменшується, а повернення до навичок, які доповнюють ці технології, зростає. Загалом це знижує заробітну плату та перспективи працевлаштування для низькокваліфікованих працівників, які виконують завдання, водночас одержуючи зарплату на рівні з висококваліфікованими працівниками, які користуються цифровими інструментами. Крім того, розвиток платформ цифрової економіки, хоч і забезпечує більшу гнучкість для працівників компаній, надає працівникам низький рівень захисту та зменшує кількість пілг, доступних у традиційній системі зайнятості [30].

Згідно з прогнозами Всесвітнього економічного форуму, до 2025 року у світі буде 3 види робочих місць:

1. Роботи, що зникають (наприклад, секретарі, клерки, водії вантажівок).
2. Робочі місця, які взаємодіють з алгоритмами, тобто працюють з цифровими механізмами (наприклад, професії, засновані на когнітивних і соціальних здібностях – медичні працівники, хірурги).
3. Відносно нові або значною мірою недостатньо освоєні роботи, які не можуть бути автоматизовані (наприклад: творчі роботи, роботи, пов'язані з керуванням даними та машиною тощо).

У цьому контексті деякі дані вказують на те, що цифрова трансформація може призвести до створення значної кількості робочих місць. Зокрема,

дослідження Всесвітнього економічного форуму показало, що цифровізація може створити до 6 мільйонів робочих місць лише в секторах електроенергетики та логістики до 2025 року [73].

Висококваліфіковані працівники та успішні компанії зазвичай мають більше можливостей використовувати цифрові технології, ніж інші. У результаті вони отримують більше переваг від цифровізації свого бізнесу.

Такі платформи, як Glovo та Uber, розподіляють завдання між працівниками. Зокрема, компанія Glovo не володіє ресторанами, з яких здійснюється доставка, а залучає кур'єрів, які здійснюють доставку та співпрацює з ресторанами на певних умовах. Те ж саме можна сказати і про Uber, який не володіє автопарком і наймає водіїв зі своїми автомобілями. Аналіз роботи платформи Airbnb показав, що всі бізнес-процеси відбуваються в певних місцях, але для взаємодії з групою клієнтів потрібні більш складні навички, такі як знання історії та мистецтва, а також навички міжособистісного спілкування.

Загалом, цифровий ринок праці буде виглядати наступним чином (рис 2.4).

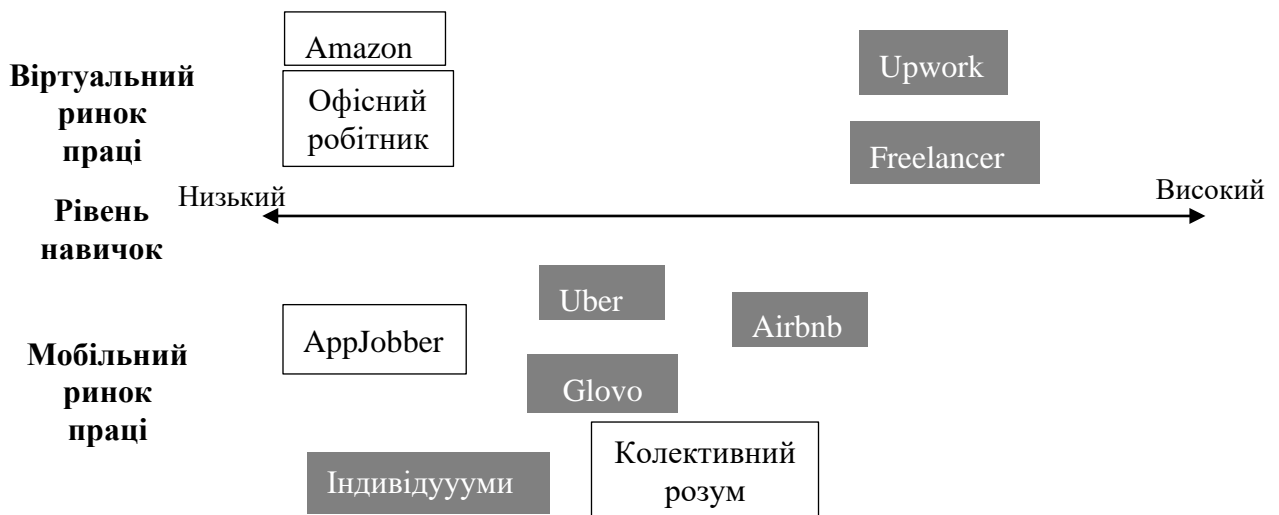


Рис 2.4. Елементи цифрового ринку праці.

Джерело: Побудовано автором за даними [29]

Крім того, на таких платформах, як Upwork і Freelancer, такі завдання, як розробка додатків і графічний дизайн, вимагають певних навичок, однак не має значення, де виконується завдання. На більшості з цих платформ споживачі

самостійно обирають провайдера, який буде виконувати завдання та взаємодіяти з ним під час роботи.

На відміну від згаданих вище платформ, на Amazon певні завдання потребують втручання кількох перекладачів. Ці завдання можуть виконувати некваліфіковані люди, і хоча замовник не вибирає, хто саме буде виконувати ці завдання, він може налаштувати фільтрацію виконавців. Бізнес AppJobber також базується на об'єднаних зусиллях кількох виконавців для задоволення потреб, пов'язаних із простими навичками (наприклад, створення контенту у звичайному магазині). У всіх цих випадках завдання повинні виконуватися в певних місцях.

Зрозуміло, що цифровий ринок праці – це ринок, на якому за потреби наймають працівників для виконання певних функцій. Як тільки завдання виконано, працівники припиняють трудові відносини з роботодавцями. На віртуальному ринку праці є вакансії, які можна вважати робочими проектами. Таким чином, у контексті зростання нетипових трудових відносин, цифровий ринок праці виражає робочу силу, яка може бути використана роботодавцями на вимогу, завдяки чому цифровий ринок дозволяє компаніям і працівникам бути гнучкими.

За період 2017-2019 рр. майже половину збільшення дисперсії продуктивності між компаніями можна віднести до цифровізації. У крайній формі такого розпорощення існує ризик того, що деякі високоефективні фірми зможуть уникнути конкуренції через специфічні нематеріальні активи фірми (такі як великі дані та алгоритми), особливо в секторах, які характеризуються низькими граничними витратами та сильною мережею ефектів. На рис. 2.5 видно, що найбільше вигравів отримує сфера організації відносин з клієнтами.

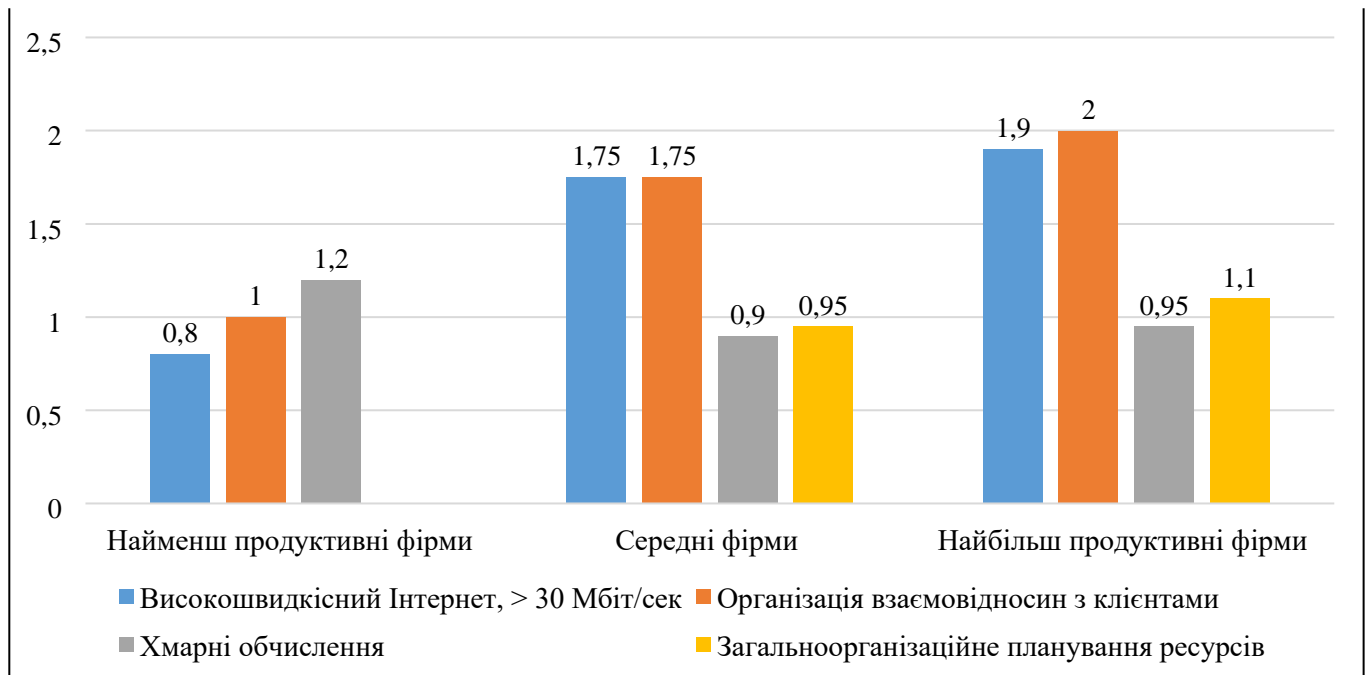


Рис. 2.5. Динаміка отриманих вигод від цифровізації різних типів фірм, (%).
Джерело: Побудовано автором за даними [41]

Наступною сферою за обсягом отриманих переваг є сфера використання широкопasmового Інтернету. У середніх і великих компаніях є можливість планувати ресурси, чого немає в малих компаніях. Навпаки, малі підприємства мають більший доступ до хмарних обчислень, ніж середні та великі підприємства.

Суттєвими передумовами впровадження цифрових стратегій у міжнародний бізнес можна вважати [19, с. 62]:

- інтенсивне зростання обсягів інформації;
- швидке зростання обсягів даних;
- інтенсивне зростання матеріальних ресурсів, здатних генерувати інформацію;
- мобільність і цілодобова доступність інформаційних ресурсів;
- усунути межі між процесами, людьми та фізичними пристроями, які можуть об'єднуватися для виконання певних бізнес-завдань.

Характеристиками системного цифрового бізнесу є: постійний діалог з ринком, надійний email-маркетинг, наявність п'яти і більше товарів в асортименті, грамотна робота з цільовою аудиторією, робота над брендом, наскрізний аналіз, постійний команда та добре налагоджене обслуговування клієнтів.

Загалом, цифрова трансформація – це не лише зміна технологій, а й зміна менталітету в нових умовах цифрової економіки. Однією з найяскравіших і активно використовуваних нових бізнес-моделей є «онлайн-платформа» або «цифрова платформа».

Електронна комерція є однією з найважливіших складових цифрової економіки. У табл. 2.1 показано товари та послуги, які були продані чи куплені в Інтернеті. Конференція ООН з торгівлі та розвитку (UNCTAD) оцінює світову вартість електронної комерції в 29 мільярдів доларів США в 2019 році, або 36% ВВП (див. табл. 2.1).

Таблиця 2.1

Країни-лідери за обсягами електронної торгівлі у 2021 році

№	Країни	Обсяги електронних продажів, млрд. дол. США	Частка від ВВП, %	Сегмент В2В, млрд. дол. США	Частка від загального обсягу світової електронної торгівлі, %	Сегмент В2С, млрд. дол. США	Середні витрати на одного інтернет-покупця, дол. США
1	США	8883	46	8129	90	753	3851
2	Японія	2975	61	2828	95	147	3248
3	Китай	1931	16	869	49	1062	2574
4	Німеччина	1503	41	1414	92	88	1668
5	Корейська Республіка	1290	84	1220	95	69	2983
6	Велика Британія	755	29	548	74	206	4658
7	Франція	734	28	642	87	92	2577
8	Канада	512	31	452	90	60	3130
9	Індія	400	15	369	91	31	1130
10	Італія	333	17	310	93	23	1493
Всього по топ-10 країн		19315	36	16782	87	2533	2904
Всього у світі		29367		25516		3851	

Джерело: Побудовано автором за даними [36]

Список 10 країн-лідерів за загальними обсягами електронної комерції залишається незмінним з 2016 року, зокрема США вже понад 3 роки є лідером електронної комерції. Китай, США та Велика Британія є трьома країнами-лідерами електронної комерції в сегменті В2С.

Світова електронна комерція в сегменті B2B у 2019 році становила 25,5 трлн доларів США, або 87% від загального світового обсягу електронної комерції. Між тим, електронна комерція в сегменті B2C у 2019 році становила 3,9 трильйона, що на 22% більше, ніж у 2018 році.

Електронна комерція приносить користь споживачам: вона розширює асортимент товарів і послуг і сприяє зниженню цін. За оцінками, 1,3 мільярда людей, або чверть населення світу віком від 15 років, роблять покупки в Інтернеті. У Китаї найбільша кількість онлайн-покупців (440 мільйонів), тоді як у Великобританії найвищий відсоток онлайн-покупців відносно загальної кількості населення (82% у віці 15+) [36].

Отже, цифрові технології створюють нові можливості в цифровій сфері: датафікація, цифровізація, віртуалізація та генерація – усі ці методи активно використовують підприємці у своїй діяльності. Цифровізація змінює методи управління та використання інформаційних технологій у різних сферах міжнародної торгівлі. Основні цифрові технології, що відображають цифрову трансформацію глобальної економіки, включають розвиток і використання штучного інтелекту, Інтернету речей, хмарних технологій, цифрового проектування та моделювання технологічних процесів, адаптивних 3D технологій, електронного документообігу та управління. Такий елемент цифрової економіки, як штучний інтелект, здатний розширити діапазон автоматизованих завдань, включаючи рутинні когнітивні завдання, характерні для сервісної діяльності, а подальший розвиток комунікаційних технологій може розширити можливості автоматизації аутсорсингу сервісних завдань. За останні 3 роки майже половину збільшення розриву в продуктивності між компаніями можна пояснити цифровізацією. Впроваджуючи цифрові технології, компанії часто вдосконалюють організацію відносин з клієнтами. Наступний напрямок за перевагами від цифровізації – це використання високошвидкісного Інтернету. У середніх і великих компаніях є можливість планувати ресурси, чого немає в малих компаніях.

2.2. Оцінка впливу розвитку цифрової економіки на міжнародне бізнес-середовище

Діловий світ стрімко рухається до цифрових технологій, долаючи бар'єри та створюючи нові можливості. Ці процеси супроводжуються руйнуванням усталених бізнес-моделей і створенням нових. Пітер Віл і Стівен Ворнер називають цей процес «цифровим втручанням» і кажуть, що це одна з ключових переваг сучасного ділового світу. Хоча масштабні технологічні зміни часто займають більше часу, ніж очікувалося, практика показує, що вплив таких змін може бути набагато більшим, ніж ми можемо собі уявити [27].

Оцифровка передбачає перетворення аналогової інформації в цифрову. У сучасну цифрову епоху майже кожен аспект нашого життя фіксується та зберігається в тій чи іншій цифровій формі. Дослідження всесвітньо відомої аудиторської та консалтингової фірми Ernst & Young доводять, що вплив цифровізації полягає в глобальному обміні інформацією в режимі реального часу між кількома підключеними пристроями (стаціонарними та мобільними).

Важливо розрізняти оцифрування та цифрову трансформацію. Цитуючи Бертрана Дюперрена, керівника відділу цифровізації компанії Emapina, цифровізація – це оцифрування того, що вже існує. Тобто перетворення паперового процесу в «непаперовий» [27].

З іншого боку, цифрова трансформація – це набагато більше, ніж проста цифровізація, це зміна всієї бізнес-моделі компанії. Facebook і Skype, Tesla і Airbnb є прикладами компаній, які успішно впровадили цифрову трансформацію таким чином, щоб створити нову бізнес-модель для телекомунікаційного, автомобільного та гостинного секторів відповідно.

Щодо впровадження технологій, як показано на рис. 2.6, мобільні телефони та Інтернет працюють із надзвичайною швидкістю, як ніколи раніше за останні 120 років. За словами Джона Палфрі та Урі Гассе, усі «цифрові уродженці», або «діти цифрового світу», які народилися після 1980 року, коли почали активно використовувати соціальні цифрові технології, мають доступ до мережевих цифрових технологій і володіють навичками використовувати їх [27]. Цифрові

вихідці та міленіали складають більше чверті населення світу. Їх уже не влаштовує стара корпоративна та політична модель, вони шукають трансформаційних змін, а там, де не можуть їх знайти, винаходять їх.

Таким чином, як видно на рис. 2.6, технології не почали адаптуватися до зростаючих потреб споживачів до 1990 року, і динаміка показує, що адаптація була успішною, оскільки зростання триває донині. Телевізори з'явилися приблизно в 1980 році і досягли свого піку в 1995 році. Що стосується смартфонів і соціальних мереж, якими активно користувалося населення країн світу близько 2005 року, то динаміка їх адаптації досить потужна: всього за 9 років вони адаптувалися до майже 90%

Зростаючі очікування цифрового покоління змушують бізнес боротися з наслідками цифрових змін. Потреба в цифровій взаємодії з партнерами, постачальниками, співробітниками та клієнтами стрімко зростає. Підприємства втрачають свою монополію на швидке поширення інформації, оскільки клієнти мають можливість вибирати, з ким і як їм взаємодіяти.

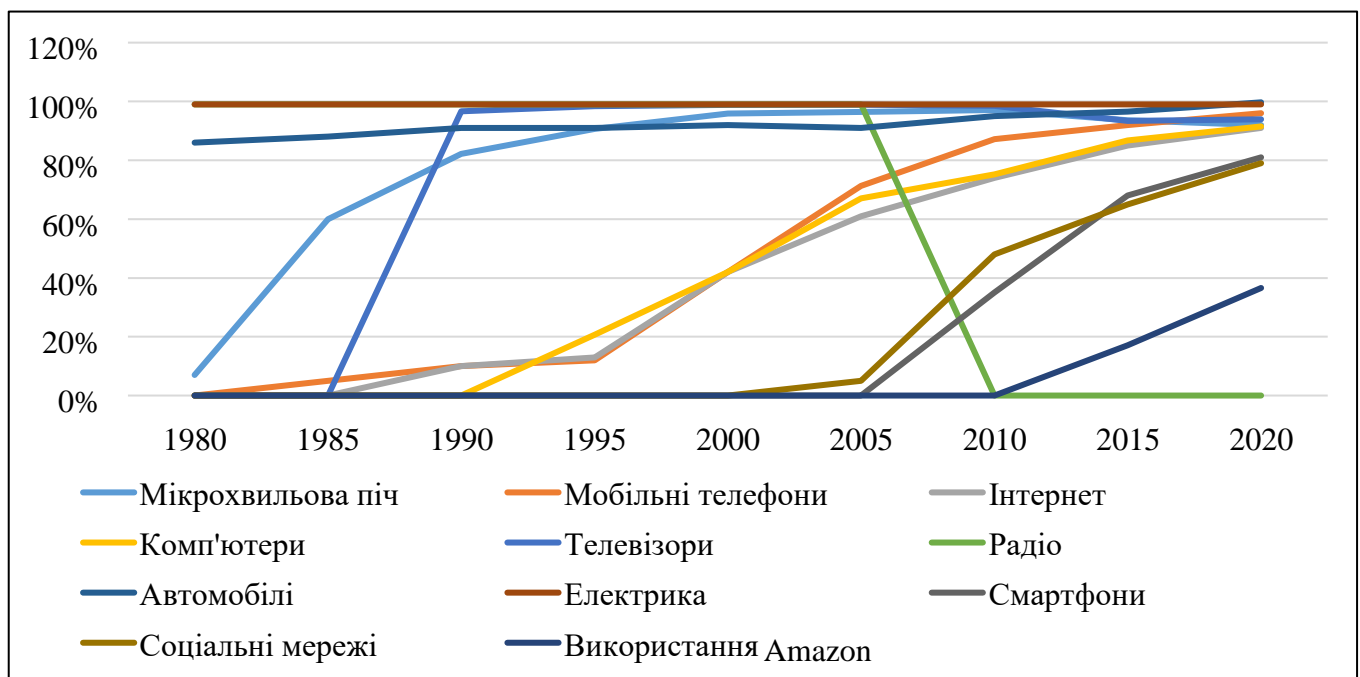


Рис 2.6 Динаміка адаптації технологій протягом 1980-2020 рр.

Джерело: Побудовано автором за даними [43]

З появою нового типу споживачів – так званого «цифрового споживача», виникає нагальна потреба в нових способах ведення бізнесу. Щоб покращити

відносини з клієнтами та задовольнити їхні потреби, компанії використовують різні цифрові платформи. Сьогодні більшість компаній думають про ініціативи цифрової трансформації, особливо про цифрові засоби просування. Кожна компанія має власний веб-сайт і сторінки в соціальних мережах, і небагато маркетингових стратегій створюються без використання цифрових платформ. Безумовно, соціальні мережі зараз є одним із найважливіших компонентів будь-якої цифрової стратегії в міжнародному бізнесі.

Дослідження, проведене одним із найбільших фінансових конгломератів у світі Goldman Sachs Group, показує, що попит на соціальні мережі у світі зростатиме до 2025 року. Так, за результатами дослідження Goldman Sachs Group, найбільша частка доходу до 2025 року припадатиме на ринок відеоігор і становитиме близько 11,6 мільярдів доларів США. Для порівняння, охорона здоров'я отримає половину доходу ринку відеоігор - \$5,1 млрд. Третє місце за виручкою може посісти машинобудування (\$4,7-11,6 млрд), відеоконтент становитиме \$3,2 млрд, нерухомість – \$2,6 млрд, тоді як роздрібна торгівля та освіта – 1,4 і 0,7 млрд доларів відповідно (рис. 2.7).

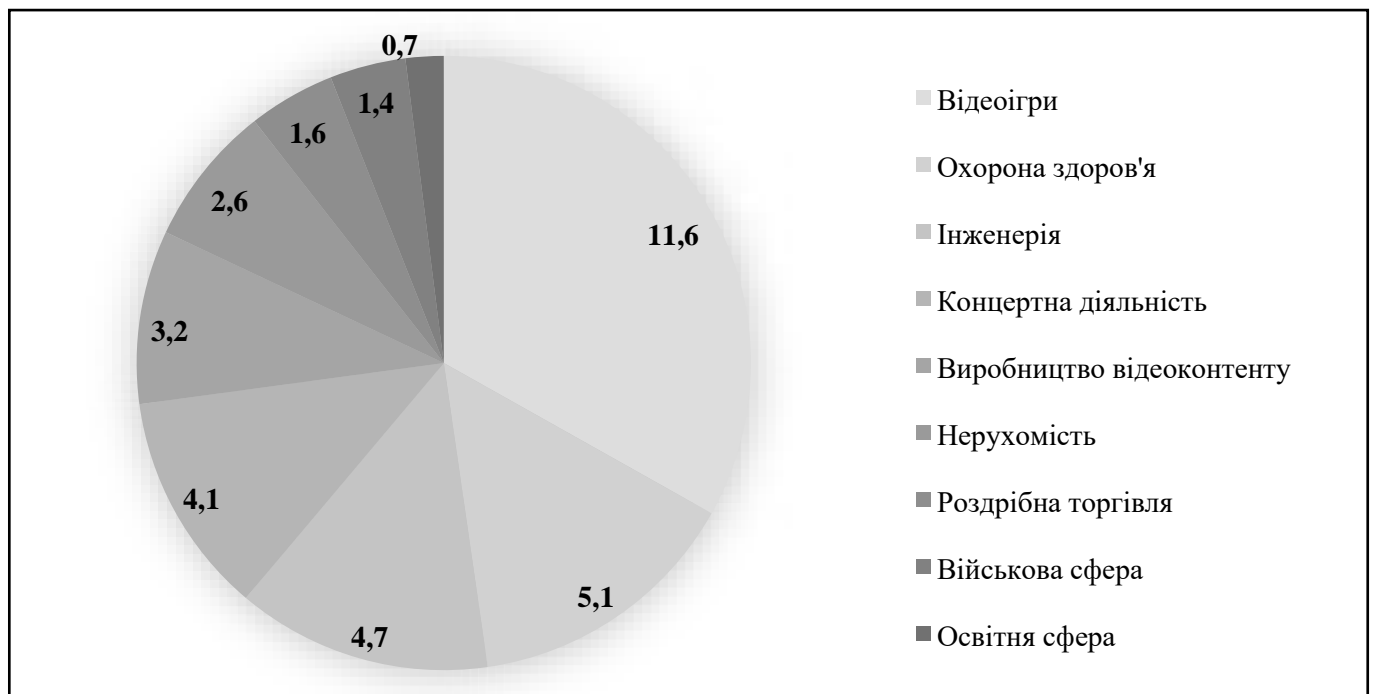


Рис. 2.7 Динаміка прибутковості від сфер економічної діяльності до 2025 року (прогноз), (млрд. дол. США).

Джерело: Побудовано автором за даними [44]

Надані дані вказують на те, що цифровізація міжнародної торгівлі є неминучим процесом, у якому залучення країн і компаній може забезпечити швидке зростання в короткостроковій перспективі. З іншого боку, уникнення цифрової трансформації компанії може остаточно позбавити її участі в розподілі доходів і критично знизити рівень її конкурентоспроможності на світовому ринку.

У 2020 році 80% робочих місць у всьому світі вже пов'язані з цифровізацією, що свідчить про те, що компаніям немає причин відкладати цифрову трансформацію.

Дослідження міжнародної консалтингової компанії McKinsey & Company доводять бізнес-вигоди від збільшення залученості та задоволеності клієнтів, а також здатність скорочувати операційні витрати завдяки реалізації цифрової стратегії. Очевидно, що складність впровадження та потенційна економія коштів залежатимуть від масштабу бізнесу, але можна з упевненістю сказати, що якщо бізнес розглядає впровадження оцифрування, у нього є фора на своїх конкурентів. І, на завершення, незалежно від розміру бізнесу, розробка та впровадження стратегії цифрового обслуговування клієнтів є досить впевненим рішенням, яке призведе до збільшення кількості задоволених клієнтів, а отже, до збільшення масштабу бізнесу. і прибутки.

Програми оцифрування бізнес-процесів, як правило, добре продумані, сплановані та легко реалізовані, створюючи низку переваг для бізнесу.

Зокрема, впроваджуючи цифрові технології, компанії можуть [27]:

- підвищення ефективності, якості та узгодженості бізнес-процесів;
- покращити доступність і сприяти кращому обміну знаннями;
- оптимізувати час і якість обслуговування клієнтів;
- знизити витрати;
- інтеграція процесів у цифрові системи;
- сприяти більшій гнучкості персоналу;
- покращити план безперебійної роботи; - задоволення потреб клієнтів тощо.

Враховуючи потенційно величезний прогрес у цифрових технологіях, ми бачимо, що вони мають значний вплив на якість роботи, оскільки вони можуть фактично підтримувати роботу співробітників і, що більш важливо, можуть

сприяти більшому задоволенню потреб клієнтів, які в у свою чергу призводить до збільшення доходів бізнесу.

Створення нових цифрових бізнес-моделей має ряд переваг, зокрема, таких як: підвищення операційної ефективності, зростання бізнесу, поява внутрішньої та зовнішньої комунікації, поява нових видів доходу.

Цікавим є досвід компаній, які за останні роки побудували нові бізнес-моделі на основі цифрових технологій і досягли значних успіхів. До таких компаній, насамперед, належать Facebook, Napster, Spotify, Skype, Twitter тощо, ринкова капіталізація яких виражається в мільярдах доларів США (рис. 2.8).

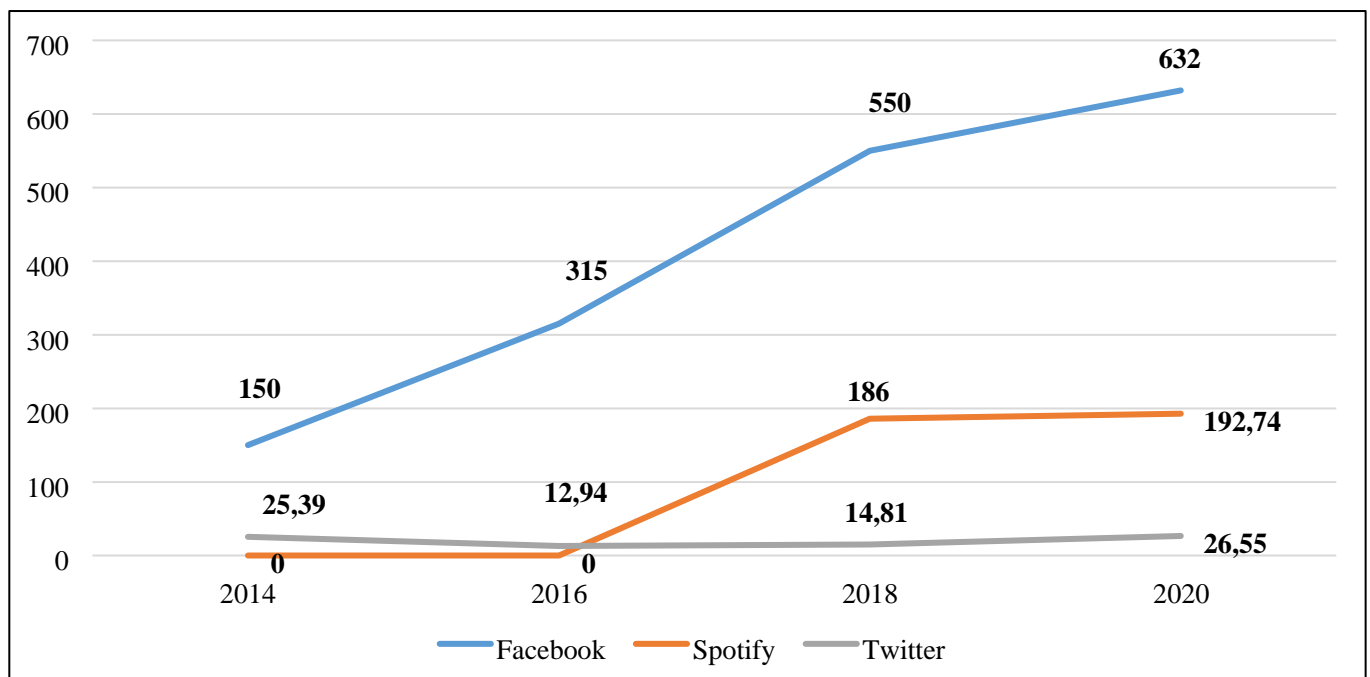


Рис. 2.8 Ринкова капіталізація компаній Facebook, Spotify і Twitter у 2014-2020 рр., (млрд дол. США).

Джерело: Побудовано автором за даними [43]

Впровадження цифровізації забезпечує більшу гнучкість, що призводить до розвитку сервісних центрів, діяльність яких базується на використанні цифрових технологій.

Отже, завдяки впливу цифровізації на різні сфери економічної діяльності створюються додаткові можливості для бізнесу, які полягають у можливості переведення центрів обслуговування в цифрове середовище.

Таким чином, цифрова економіка справляє значний вплив на бізнес-середовище країн світу, оскільки висуває об'єктивні вимоги до цифрової трансформації компаній, реструктуризації їхніх економічних моделей та передачі всієї чи частини діяльності. в цифровому вигляді. Найчастіше ці кардинальні цифрові трансформації позитивно впливають на їхні бізнес-результати, збільшуючи прибуток для компаній і підприємств. Очікується, що всі переваги впровадження цифрових технологій стануть рушійною силою для формування майбутніх конкурентних переваг у світі бізнесу. Розуміння необхідності цифрової трансформації є першим кроком до побудови відносин із клієнтами та формулювання етичних принципів для працівників. Впровадження основ цифрової економіки сьогодні може створити довгострокові стратегічні переваги для бізнесу.

2.3. Особливості цифрової трансформації бізнес-моделей підприємств у глобальному ринковому середовищі

За останні роки концепція цифрової трансформації набула стабільного статусу та значного значення в переліку ключових елементів, що впливають на розвиток і виживання сучасних підприємств. У широкому сенсі цифровізацію можна визначити як модифікацію (або адаптацію) бізнес-моделей, що є результатом динамічних темпів технологічного прогресу та впровадження інновацій, які призводять до змін у поведінці споживачів і суспільства.

Водночас сучасні процеси цифровізації базуються на багаторічному досвіді технологічного розвитку та ширшому розумінні всіх його недоліків у минулому. Цифровізація здійснюється завдяки цифровим командам, які краще вміють керувати змінами, спричиненими інноваціями. Крім того, важливо підкреслити, що цифровізація проникла в суспільство на різних рівнях, і сьогодні цифрові стратегії впроваджуються окремими країнами (наприклад, цифрова стратегія Естонії «EEstonia» або «Republic digital»), економічні союзи (цифрова стратегія

Європейського Союзу єдиний ринок), або регулятори (наприклад, польське фінансове управління).

Загальновідомо, що бізнес-модель описує архітектуру створення та доставки цінності споживача компанією та механізми, які використовуються для отримання частки вартості цієї цінності. Бізнес-модель — це концепція, яка представляє елементи та зв'язки в бізнес-діяльності з метою планування, комунікації або вдосконалення бізнес-процесів. Використовуючи поняття бізнес-моделі, компанія може описати свою діяльність такими тезами, як «що робить компанія», «що пропонує компанія» і «як створюється пропозиція» [11, с. 116].

Одне з перших визначень бізнес-моделі ілюструє бізнес-модель, яка описує різні очікування зацікавлених сторін і способи отримання доходу. Пол Тіммерс описує бізнес-модель як модель для створення продукту та спосіб побудови відносин між усіма зацікавленими сторонами. Крім того, подібний підхід використовували Стюарт і Портер, які зосередилися на потоках доходу як ключовій змінній. Інший підхід був представлений компаніями Linder і Cantrell, які зводять концепцію бізнес-моделі до головної мети компанії – створення цінності. Одне з перших визначень, пов'язаних тільки з поняттям цінності, сформулював Марк Річардсон. Він розглядає бізнес-модель як основу для пропозиції, створення та захоплення вартості.

Таким чином, бізнес-модель – це схема успішного функціонування бізнесу, яка забезпечує джерела доходу, клієнтську базу, продукти та особливості фінансування.

Компанії можуть пропонувати різні продукти, послуги чи технології, але хоча підходи до їх створення схожі, вони працюють за однаковою бізнес-моделлю. Принципи, покладені в основу побудови бізнес-моделі, повинні забезпечувати отримання надприбутків на цільових ринках. Тільки тоді бізнес-модель можна вважати успішною [22].

Темпи розвитку, які визначаються динамічними змінами в правилах ведення бізнесу цифрової епохи, вказують на необхідність володіння компаніями такими якостями, як динамізм і далекоглядність, а також на необхідність розробки власної стратегії цифрової трансформації. . . Цифрова трансформація – це використання

сучасних технологій для підвищення продуктивності та цінності бізнесу в сучасному світі [11].

Основними результатами такої трансформації можуть бути: зниження витрат, підвищення якості товарів і послуг і підвищення продуктивності праці. Згідно з результатами дослідження аудиторської компанії KPMG International, у 61% компаній цифрові технології сприяли посиленню конкуренції в їх діяльності. Сьогодні 44% компаній у всьому світі мають власну стратегію цифрового розвитку [11].

У 2017 році німецькі економісти Д. Шальмо та К. Вільмс розробили послідовність етапів (фаз) цифрової трансформації бізнес-моделей на основі підходів до цифрових технологій та існуючих теорій щодо інновацій бізнес-моделей (див. рис. 2.9).

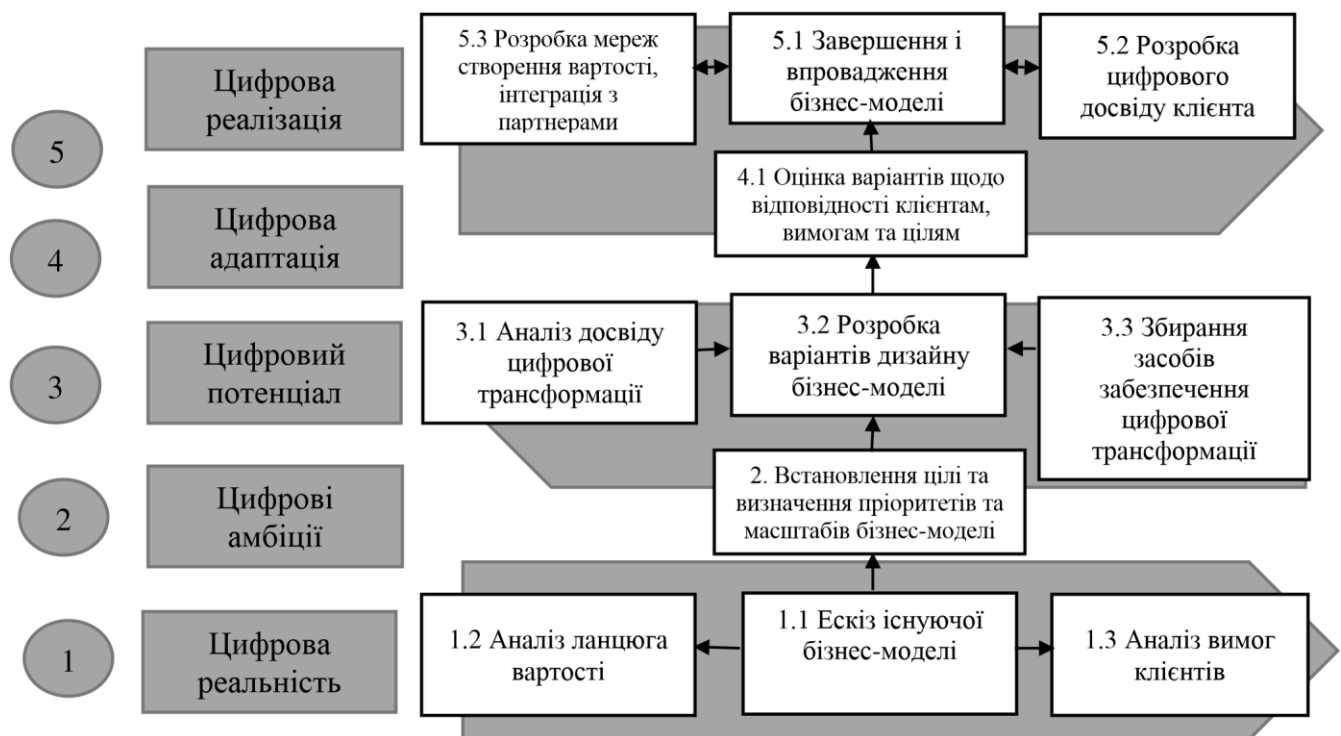


Рис. 2.9. Етапи процесу цифрової трансформації бізнес-моделей

Джерело: [32]

Отже, давайте розглянемо ці основні етапи процесу оцифрування бізнес-моделі на різних етапах, відповідно до різних видів діяльності, їх послідовність, завдання та заходи реалізації. Кожен з етапів характеризується наявністю конкретних цілей і завдань, які необхідно вирішити.

Перший етап – це етап цифрової реальності, де існуюча бізнес-модель компанії визначається на основі аналізу ланцюга створення вартості пов'язаними та зацікавленими сторонами та на основі вимог клієнтів. Це дає змогу зрозуміти цифрову реальність цієї компанії в різних сферах.

Наступний етап – це етап цифрових амбіцій. Спираючись на попередній етап цифрової реальності, цей етап визначає ключові цілі трансформації, пов'язані з часом, фінансами, охопленням і якістю. Цифрові амбіції визначають, які саме цілі слід враховувати для конкретної бізнес-моделі та її елементів.

Третя фаза – фаза цифрового потенціалу, на якій встановлюються найкращі практики та фактори, що сприяють розвитку цифрової трансформації. Це є першим кроком у реалізації цифрового потенціалу та розробці дизайну майбутньої бізнес-моделі. Для кожного елемента бізнес-моделі розробляються різні логічно поєднані варіанти.

Четвертий етап – фаза цифрової адаптації, під час якої варіанти дизайну цифрової бізнес-моделі аналізуються, оцінюються та порівнюються з існуючою бізнес-моделлю.

І останнім кроком є етап цифрового впровадження, який включає доопрацювання та впровадження розробленої цифрової бізнес-моделі, а також розробку варіантів дизайну. Ця фаза також включає розробку цифрового клієнтського досвіду та мережі створення цифрової цінності, що виражає інтеграцію з партнерами. На цьому етапі також визначаються ресурси та можливості.

На рис. 2.10 показано категорії інструментів, які використовуються в процесі трансформації цифрової бізнес-моделі.

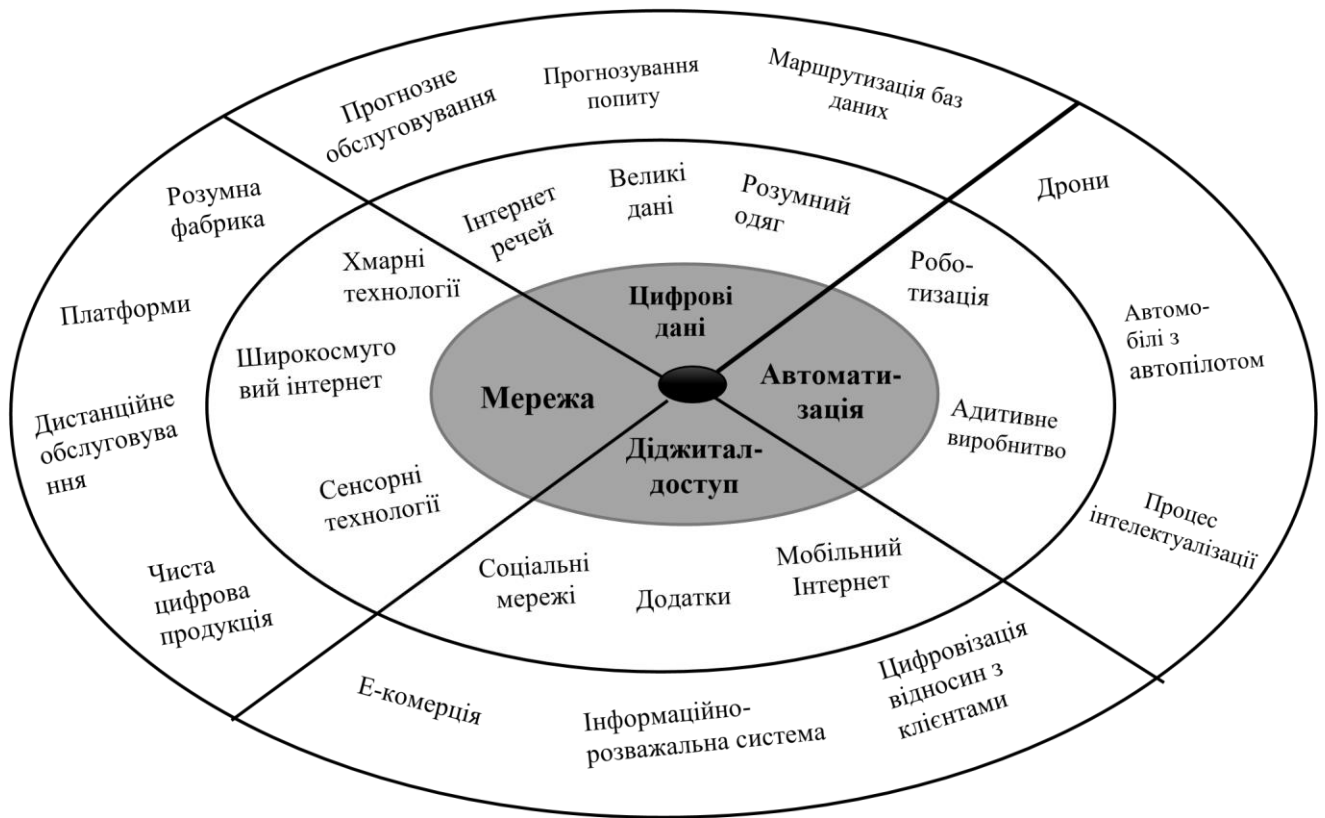


Рис 2.10. Інструменти цифрової трансформації бізнес-моделей

Джерело: [32]

Кожна з категорій включає набір конкретних видів діяльності та послуг, зокрема, категорія «цифрові дані» включає збір, обробку та аналіз цифрових даних для полегшення та покращення прогнозування та прийняття рішень. Категорія «автоматизація» включає поєднання класичних технологій штучного інтелекту, які забезпечують автономну роботу та самоорганізацію. Це зменшує кількість помилок, збільшує швидкість і допомагає зменшити експлуатаційні витрати. Цифровими інструментами для доступу клієнтів є мобільний Інтернет, який відкриває прямий доступ до клієнта, пропонує високий рівень прозорості та можливість надання нових послуг. І ще один набір інструментів – мережа. Мобільна або дротова мережа всього ланцюжка створення вартості за допомогою високошвидкісних широкосмугових телекомунікацій забезпечує синхронізацію ланцюжків поставок, що призводить до скорочення часу виробництва та інноваційних завдань.

Наведений вище перелік інструментів можна доповнити, якщо необхідно, більшою кількістю можливостей і сервісів. Прикладом адитивного виробництва

може бути виробництво біонічних компонентів літака. Основними перевагами такого виробництва є: зменшення витрат матеріалів і ваги компонентів (на 30%), зниження споживання палива та підвищення гнучкості запасів.

Щоб вивчити характеристики цифрової трансформації бізнес-моделей підприємств у глобальному ринковому середовищі, слід вивчити 7 основних бізнес-моделей цифрового втручання, включаючи наступні.

1. Модель досвіду базується на тому, що споживачі повинні мати унікальний досвід, за який вони готові платити. Яскравим прикладом такої бізнес-моделі є Tesla. Ілон Маск створив справді унікальний продукт, і саме тому, що він інноваційний і заснований на досвіді, компанія та її генеральний директор виграють від успіху не лише того, що вони пропонують, але й тому, що Tesla є двигуном цифрової економіки в цілому.

2. Модель підписки. До того, як Інтернет увійшов у наше життя, модель підписки не була такою популярною, як зараз. Ця модель працює, залучаючи клієнта до бізнесу на основі щомісячної оплати, надаючи йому постійний доступ до певного продукту чи послуги. Прикладом такої бізнес-моделі є Netflix. Компанія має понад 100 мільйонів користувачів, які платять невелику місячну підписку, щоб отримати доступ до тисяч фільмів і телешоу. Результати діяльності цієї компанії свідчать про те, що ця модель досить успішна, і інші компанії почали активно впроваджувати цю модель (AppleMusic, YouTube Premium, Megogo тощо).

3. «Безкоштовна» модель, яку використовують такі компанії, як Facebook, Instagram, Google і Twitter. Ідеологія цієї моделі полягає в тому, що ці користувачі стають товаром в обмін на безкоштовне використання цифрових платформ. Це означає, що дані користувачів стають найціннішою частиною бізнесу разом з їх увагою в рекламних цілях.

4. Модель «доступ-володіння», яка базується на ідеї «обміну». Іншими словами, користувачі платять за продукт чи послугу, які не стають їхньою власністю, вони лише мають до них доступ. Це одна з найбільш руйнівних бізнес-моделей, оскільки вона надає досвід, подібний до покупки, але без наслідків для власника. Прикладом цієї бізнес-моделі є Zipcar і AirBnB.

5. Модель екосистеми. Завдяки таким технологіям, як Google і Apple, ця модель стала ще більш руйнівною, ніж раніше. Ця бізнес-модель є успішною завдяки способу продажу продуктів і послуг: це продаж взаємопов'язаних наборів продуктів і послуг (наприклад, iPhone, iPad, AirPods, AppleWatch), які після придбання зростають у ціні залежно від кількості продуктів і сервісів, доступних користувачеві. Тобто, користуючись продуктами Apple, користувач навіть не замислюється про те, наскільки він стає лояльним до продуктів компанії.

6. Модель за запитом є однією з важливих частин процесу цифрової трансформації. Концепція цієї моделі полягає в тому, що користувачі платять за послугу, яку вони не встигають отримати, але яку можна отримати з часом. Uber і Lyft є прикладами успішного впровадження цієї моделі.

7. Freemium модель є однією з найпопулярніших бізнес-моделей мережі Інтернет. Користувачі отримують базову (безкоштовну) версію продукту або пробну (безкоштовну) версію. Після цього користувач має можливість перейти на платну версію цього продукту чи послуги. Прикладами цієї бізнес-моделі є LinkedIn, Dropbox, Hootsuite та інші компанії.

Як згадувалося вище, бізнес-модель визначає, як компанія створює цінність для своїх клієнтів і управляє виробництвом і постачанням. Зупинимося на основних складових бізнес-моделі. З рисунка 2.11 видно, що основними елементами бізнес-моделей є ключові партнери, основні ресурси, основні види діяльності, асортимент, відносини з клієнтами, канали збуту та сегменти, а також структура витрат і джерела доходу.



Рис. 2.10. Основні елементи бізнес-моделей.

Джерело: [28]

Існує значна кількість різних типів бізнес-моделей. Однак варто виділити чотири важливі архетипові бізнес-моделі, на які цифровізація найбільше впливає [11].

Перш за все, це бізнес-модель платформ обміну ресурсами. Слід зазначити, що ця бізнес-модель передбачає використання фізичних, інформаційних та людських ресурсів. Класичні приклади включають спільні фонди або трудові ресурси, але на даний момент існує стрімко зростаючий набір послуг, які охоплюють усі бізнес-функції, від ІТ та HR до управління засобами та контрактним виробництвом.

Логіка спільного використання ресурсів досить переконлива: використовуючи загальний масштаб доставки певного процесу клієнту, постачальник може збільшити вартість за рахунок надійності, розвитку та якості одночасно, тим самим зменшуючи витрати на спільних технологічних платформах.

Наступний тип – модель мережеских послуг, яка часто зустрічається в традиційних галузях, таких як транспорт, банківська справа, управління ринком і обміном. Але сьогодні цифрові технології дозволили розвивати та дуже ефективно

використовувати цей вид послуг. Веб-сервіси, мабуть, є найбільш руйнівною бізнес-моделлю, оскільки вони пропонують абсолютно нові способи створення вартості. Ця модель успішно використовується такими відомими компаніями, як Spotify, Netflix, Uber, AirBnB, Amazon, eBay, Facebook, Google та ін. Вони створили дуже ефективні мережеві механізми, які уможливили широкомасштабні обміни та участь кількох постачальників продуктів або послуг [11].

Ще один тип – консалтингові фірми, ця група сервісних компаній також одна з перших піддається цифровій трансформації. До них входять юридичні фірми, консультанти з управління, архітектори, інженери, медичні служби, аналітики та багато інших. Усі ці професійні послуги стають набагато ефективнішими завдяки використанню цифрових інструментів, глобальних баз даних, платформ для спільної роботи та комунікаційних рішень [11]. Цифрові технології можуть доповнити, а в деяких випадках і замінити професіоналів. Але частіше за все вони дозволяють одноосібним підприємствам бути ефективними, миттєво створювати віртуальні мережі та підвищувати ефективність операцій глобальних гравців, таких як Deloitte – у сфері аудиту, консультування та оподаткування, McKinsey – у сфера топ-менеджменту, консалтинг. Ці компанії розуміють, що якщо вони швидко не перейдуть на цифрові технології, їх наздожене конкуренція та вони втратять актуальність. Цифровізація є необхідністю для цих компаній і вимогою на їхніх ринках.

Отже, ефективне ведення бізнесу в цифрових умовах вимагає використання цифрових технологій у бізнес-процесах, управлінні та бізнес-моделях загалом, адже здатність компаній працювати протягом тривалого часу залежить від того, як розглядаються їхні бізнес-моделі з точки зору створення цінності для споживача. Цифрові технології та нові методи аналізу, такі як великі дані, створюють нові можливості в роботі та розвитку бізнес-моделей. Темпи розвитку, які визначаються динамічними змінами в правилах ведення бізнесу цифрової епохи, вказують на необхідність володіння компаніями такими якостями, як динамізм і далекоглядність, а також на необхідність розробки власної стратегії цифрової трансформації. Цифрова трансформація – це використання сучасних технологій для підвищення продуктивності та цінності бізнесу в сучасному світі.

Основними кроками в процесі оцифрування бізнес-моделі є цифрове впровадження, цифрова адаптація, цифрові амбіції, цифровий потенціал і цифрова реальність. Таким чином, на різних етапах процесу оцифрування використовуються різні інструменти (цифрові дані, мережі, автоматизація та цифровий доступ).

РОЗДІЛ 3

ПЕРСПЕКТИВИ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ

3.1. Актуальні питання розвитку міжнародного бізнесу з використанням цифрових інструментів

Найбільший вплив цифрової економіки на національну та міжнародну економіку відбувається через електронну комерцію. Електронна комерція - це здійснення комерційних операцій і угод в Інтернеті, купівля або продаж товарів, а також їх оплата в Інтернеті. Операції електронної комерції включають вибір товару, підтвердження замовлення, прийняття платежу та забезпечення доставки [56, с. 96]. Електронну комерцію часто помилково ототожнюють з електронною комерцією (e-commerce) – сферою економіки, яка включає всі фінансові та комерційні операції, що здійснюються за допомогою комп'ютерних мереж, а також бізнес-процеси, пов'язані з реалізацією таких операцій.

Серед відмінних особливостей електронної комерції порівняно з традиційною комерцією Д. Разуваєв зазначає:

- відсутність географічних, часових і, частково, мовних бар'єрів, що дає можливість просувати товари та послуги на нові ринки збуту;
- зниження витрат виробництва та обігу, отримане завдяки впровадженню нових технологій у всіх сферах діяльності підприємства, від закупівлі сировини до збуту готової продукції та післяпродажного обслуговування;
- вищий рівень конкуренції, оскільки магазин знаходиться за кілька секунд, необхідних для завантаження відповідного сайту;
- потенційна ємність електронного магазину значно перевищує ємність традиційних магазинів через відсутність фізичних обмежень на склади та торговельні приміщення [23].

Інтенсивний розвиток світової економіки сприяє глобальному розширенню транскордонного співробітництва, одним із засобів якого є міжнародна (або транскордонна) торгівля. Вона відрізняється від внутрішньодержавної торгівлі тим, що іншою стороною завжди є іноземна юридична або фізична особа. Це

зумовлює специфіку торговельних відносин, яка виявляється в певній нормативній системі, яка включає національне та міжнародне право, торгові звичаї та судову практику.

Для споживачів транскордонна електронна комерція – це можливість купувати онлайн все необхідне: від музики та фільмів до гаджетів, одягу та їжі; бронювати та оплачувати транспорт, проживання; купувати квитки на різноманітні заходи тощо. Транскордонний ринок електронної комерції доступний кожному через Інтернет, що сприяє ліквідації кордонів між країнами та спрощенню процедури встановлення відносин між суб'єктами малого та великого бізнесу, представниками різних галузей і комплексів, виробниками та споживачі, соціальні та суспільні установи тощо. Таким чином, істотно зменшується роль відстані та географічного розташування виробників і споживачів, простір ніби «зникає», увесь світ перетворюється на глобального споживача і продавця одночасно.

Використання Інтернету як засобу обміну даними значно знизило вартість транскордонної електронної комерції за рахунок низької вартості передачі інформації та призвело до появи якісно нових її сегментів: «бізнес-бізнес» (B2B) і «бізнес для споживача» (B2C).

Транскордонна електронна комерція в цілому демонструє швидкі щорічні темпи зростання (20-25%) [75]. Обсяг роздрібної електронної комерції, яка включає продукти та послуги, замовлені через Інтернет (за винятком подорожей, ресторанів і квитків на заходи), досяг \$1,915 млрд у 2019 році. Сполучені Штати, на які припадає 8,7% загальних роздрібних витрат у всьому світі. Дослідницька компанія eMarketer прогнозує, що роздрібні продажі електронної комерції досягнуть \$4,058 млрд у 2025 році. У Сполучених Штатах вони становитимуть 14,6% від загального обсягу роздрібних витрат [75].

На світовій арені тенденції транскордонної електронної комерції визначають найбільші гравці – Китай, США, ЄС та Японія. Транскордонні операції китайських компаній електронної комерції (Alibaba, Jingdong, Suning та інші) стрімко зростають: за даними Національного бюро статистики КНР, з 2008 по 2015 рік загальний обсяг китайських транскордонних Прикордонна електронна

комерція зросла майже на 30% (до 4,8 трлн юанів), і в 2019 році досягла 7,9 трлн. юанів, що означає щорічне зростання на 25,4%. За даними корпорації Alibaba, в 2019 році її послуги були представлені в більш ніж 220 країнах світу, загалом кількість закордонних покупців перевищила 100 млн осіб. Це свідчить про те, що послідовне впровадження ініціативи «Один пояс, один шлях» сприяє швидкому розвитку індустрії транскордонної електронної комерції Китаю.

За даними міжнародної консалтингової компанії Boston Consulting Group (BCG), у 2010 р. обсяг роздрібної торгівлі (електронна комерція, онлайн-реклама, онлайн-ігри, онлайн-платежі тощо) у Китаї становив лише 3% від загального споживання, у 2014 р. вже 8,4% усіх покупок було здійснено через Інтернет (вищі відносні показники зафіксовано лише у Великій Британії – 11,4% та Німеччині – 10,2%, у США та Японії вони були нижчими – 6,8% та 6,2% відповідно). Згідно з прогнозом зростання онлайн-продажів на 20%, китайський ринок електронної комерції досягне 1600 мільярдів продажів у 2020 році, що становить приблизно 24% від загального обсягу роздрібних продажів [49, с.26], і як експорт, так і імпорт зростуть. згаданим тенденціям значною мірою сприяло прийняття урядової програми сприяння транскордонній електронній комерції, згідно з якою 13 міст (Шанхай, Тяньцзінь, Далянь, Гуанчжоу, Нінбо, Чжанцзяган, Хайкоу, Сямень, Фучжоу, Циндао, Шаньтоу, Чжухай, Шеньчжень) створені вільні митні зони. Згідно зі статистичними даними, українці найчастіше замовляють товари з Китаю в транскордонній електронній комерції, на яку припадає 90% посилок за кількістю та 49% посилок за вартістю. Кожен шостий українець купує товари через мережу AliExpress.

За підсумками 2016 року ринок електронної комерції США зріс на 15,6% до 395 мільярдів доларів. СПОЛУЧЕНІ ШТАТИ. За даними European Ecommerce Report 2017, у 2016 році обсяг європейської електронної комерції зріс на 15% (до 530 млрд євро), при цьому найактивнішими покупцями в Інтернеті є жителі Великої Британії, Данії та Німеччини [63]. Згідно з прогнозом Європейської асоціації електронної комерції ЕМОТА, обсяг електронної комерції в Європейському Союзі в 2020 році досягне рівня 578 млрд євро, а частка транскордонних продажів електронної комерції зросте до 116 млрд. євро..

З 2016 року китайський інтернет-гігант Alibaba очолює десятку найкращих світових гравців на ринку електронної комерції за версією аналітичної компанії Internet Retailer. Компанія займає близько 27% ринку, тоді як її найближчий конкурент, Amazon, займає 13% ринку. На третьому місці американський онлайн-аукціон eBay, який має 4,5% частки ринку електронної комерції, за ним йде інший китайський онлайн-рітейлер JD.com (частка ринку - 3,8%), а п'ятірку лідерів замикає японська компанія. Ракутен (1,5%) [61].

Капіталізація Alibaba Group Holding Ltd. станом на 01.01.2020 становить 572,9 млрд дол. США, дохід станом на 31.12.2019 – приблизно \$14,34 млрд. США, чистий прибуток – 8,4 млрд дол. СПОЛУЧЕНІ ШТАТИ. Капіталізація Amazon.com, Inc. станом на 1 січня 2020 року становить \$929,6 млрд. У США чистий обсяг продажів на кінець 2019 року склав 247,11 мільярда доларів. США, чистий прибуток – понад 14 млрд дол. США [58].

Слід зазначити, що регулювання транскордонної електронної комерції відстає від динаміки її розвитку. Типовий закон Комісії ООН з права міжнародної торгівлі про електронну комерцію вимагає його одностайного тлумачення національними урядами, чого не дотримуються навіть в межах ЄАЕС щодо оподаткування та визначення обмежень безмитного ввезення товарів для особистого користування, що пересилаються міжнародними поштовими відправленнями. предметів і експрес-вантажів.

У лютому 2018 року Світова організація торгівлі та Головне митне управління Китайської Народної Республіки організували першу Глобальну конференцію з митного регулювання транскордонної електронної комерції для уніфікації правил міжнародної торгівлі, в якій взяли участь понад 1500 представників державних, ділових та експертних кіл, організацій у сфері служби безпеки та митниці з багатьох країн світу (Австралія, Канада, Індія, Китай, Республіка Корея, США, Франція, Японія та ін.).

У зв'язку зі значним поширенням і зростанням обсягів електронної комерції електронні гроші набули особливої популярності, чому сприяють такі фактори, як зручність оплати товарів в інтернет-магазинах, висока швидкість транзакцій і використання сучасних технологій. для забезпечення безпеки транзакцій. З 2008

року точаться активні дискусії щодо нового виду віртуальної валюти – криптовалюти (від англійського слова «cryptocurrency»). Згідно з термінологією Групи розробки фінансових заходів протидії відмиванню грошей (FATF), криптовалюта є різновидом віртуальної валюти та «є математично заснованою децентралізованою конвертованою валютою, яка захищена криптографічними методами, тобто «використовує криптографію для створення розподіленої, децентралізованої валюти та безпечна цифрова економіка» [57, с.7].

На момент її появи криптовалюту часто плутали з електронними грошима, які використовувалися в популярних транскордонних платіжних системах. Однак це абсолютно різні категорії, оскільки кожна одиниця стандартних електронних грошей випускається в обмін на готівкові або безготівкові кошти, а криптовалюта спочатку формується в мережі за допомогою комп'ютерних програм. «математичних алгоритмів, він не має фізичних носіїв і матеріального втілення, а також ресурсів, таких як золото та державні валютні резерви. Обмеження її випуску закладено лише у вихідному коді, на якому будуються криптовалюти, інакше через постійну емісію вони втрачали б свою вартість і знецінювалися.

Важливо, що криптовалюта, як приватна валюта, за своєю суттю є засобом транскордонних платежів, серед яких у процесі конкуренції з часом виділиться нова глобальна віртуальна валюта, яка може стати основним засобом міжнародних платежів. Платежі. Криптовалюта через первинну емісію токенів (облікових одиниць криптовалюти) для конкретних інвестиційних проектів вже забезпечує транскордонні потоки капіталу, які не контролюються урядами (доповідь ЮНКТАД про інвестиції в світі за 2017 рік присвячена темі «Інвестиції і цифрова економіка») [39].

Більшість експертів вважають, що криптовалюта – це валюта майбутнього, що вона обертається швидше, дешевша, надійніша за всі інші сучасні національні валюти, а також є інструментом найбільш перспективних і прогресивних міжнародних платежів.

Згідно з дослідженням Томаса Мезенбурга можна виділити три основні складові концепції цифрової економіки:

1. Допоміжна інфраструктура (апаратне та програмне забезпечення, телекомунікації, мережі тощо).
2. Електронна комерція (здійснення господарської діяльності та будь-якого іншого комерційного процесу через комп'ютерні мережі).
3. Електронна комерція (розповсюдження товарів через Інтернет). У ЄС перераховані всі компоненти.

Цифрова економіка стрімко розвивається у всьому світі. Це найважливіший двигун інновацій, конкурентоспроможності та економічного зростання у світі. Як зазначає Єврокомісія, цифрова економіка оцінюється в 3,2 трильйона євро в групі країн G20 і вже становить близько 8% ВВП, стимулюючи розвиток і процес створення робочих місць. Більше того, понад 75% доданої вартості, яка формується в Інтернеті, належить до традиційних галузей промисловості, що пов'язано з вищою продуктивністю праці.

Сучасні технологічні тренди, такі як мобільні та соціальні рішення, хмарні обчислення та аналітика даних, пропонують нові можливості для бізнесу в умовах економіки знань. Ці технології мають потенціал для створення нових бізнес-цінностей для компаній, а цифрова трансформація виробництва трансформувє цілі галузі.

Європейський Союз приділяє велику увагу розвитку цифрової економіки, вважаючи, що майбутній рівень економічного зростання континенту залежатиме від ефективності використання цифрових технологій компаніями. Єврокомісія зазначає, що компанії, які не зможуть підключитися до цифрових каналів, будуть виключені зі світового ринку.

У 2020 році ЄС покращив індекс DESI в усіх категоріях, причому найбільше покращення відбулося в категорії зв'язок (з 0,51 до 0,55). В основному це пов'язано з розширенням покриття мобільним зв'язком (з 58 до 67 користувачів на 100 осіб) та збільшенням охоплення широкосмуговим доступом до Інтернету (частка широкосмугового Інтернету зросла з 18 до 22% населення). повне покриття Інтернету). Рівень базових цифрових знань громадян також зріс (з 55% до 59% населення ЄС), але ще потрібно виконати багато завдань, щоб надати людям навички більш ефективного використання цифрової економіки. Індекс

показує, що як Європейський Союз в цілому, так і окремі країни-члени прогресують у напрямку цифрової економіки та суспільства. Однак між різними державами-членами ЄС існує досить великий розрив між рівнем розвитку та швидкістю освоєння технологій.

Слід зазначити, що, незважаючи на позитивні зрушення в напрямку комп'ютеризації, величезний потенціал цифрової економіки досі не використовується європейцями. Так, згідно із заявою Єврокомісії, 41% компаній наразі взагалі не використовують цифрові технології і лише 2% повністю усвідомлюють їхні переваги. Тому Європа намагається створити нові можливості для бізнесу та прискорити «цифрову» трансформацію свого бізнес-ландшафту, стимулюючи використання новітніх цифрових технологій для вдосконалення процесів, створення нових бізнес-моделей, вдосконалення бізнес-аналізу для взаємодії з клієнтами, підвищення темпів зростання та створення робочих місць. Останнє завдання є особливо актуальним, враховуючи високий рівень безробіття серед молоді: 20% в ЄС і понад 55% в Іспанії та Греції зокрема.

Європейська комісія також працює над іншими питаннями, пов'язаними з конкурентоспроможністю цифрової економіки в Європі, а саме:

- стимулювати перехід до електронного обігу рахунків-фактур (e-bills) та платіжної інформації між компаніями, що прискорить грошові потоки між ними, зменшить витрати на друк та поштові витрати та забезпечить економію витрат на зберігання документації;

- стандартизація інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) з метою уніфікації їх специфікацій і властивостей, максимального розширення можливостей співпраці між суб'єктами господарювання;

- навчання персоналу та розвиток навичок, необхідних для ефективного використання цифрових технологій у промисловості та інших галузях економіки.

Конкурентоспроможність, інновації та створення робочих місць у ЄС дедалі більше визначаються використанням нових інформаційних та комунікаційних технологій. Крім того, щоб забезпечити їх ефективне використання, вони повинні бути підкріплені практичними знаннями та навичками.

Ризики, пов'язані з цифровізацією, включають небезпеку порушення роботи суб'єктів комерційних відносин через підвищення вимог до якості продукції, які висуваються та дотримання яких контролюється. Крім того, ризики можуть призвести до істотних змін умов праці через зміни з іншими учасниками ділових відносин. Прикладом цього є нещодавнє підвищення вартості робочої сили в Китаї, яке мало надзвичайно негативні економічні наслідки для багатьох бізнес-підприємств за участю китайських виробників. Країни, чії компанії починають торгівлі відносини та переміщуються, також можуть мати проблеми зі збереженням робочих місць.

Ще більш невизначеними є оцінки результатів впровадження штучного інтелекту в міжнародній торгівлі. Наявні дані з цього питання є багатограними і не дозволяють чітко визначити наслідки ні для безпосередніх гравців у торгових відносинах, ні для країн, які вони представляють. Дослідники рекомендують розбирати ці випадки окремо.

На макрорівні, у цивілізаційному та соціальному плані, наслідки цифровізації також пов'язані із загрозами винищення середнього класу, а також рутинною роботою, але інтелектуального характеру. Невдачі в соціальній структурі цих країн підривають існуючу в цих країнах систему цінностей, дестабілізуючи національну економіку та суспільство (так звана «пастка середнього доходу»).

Небезпека їх значної трансформації пов'язана з розвитком цифровізації комерційних відносин. Адже завдяки цьому під час розміщення виробництва зростає величина кінцевого попиту, що підвищує небезпеку скорочення підприємств, у тому числі їх перетворення з глобальних на регіональні. Подібні ризики пов'язані з роботизацією виробництва, яка дозволяє використовувати роботів у малому бізнесі та робить масштаб витрат подібним до глобальних витрат бізнесу на логістику та зв'язок. Це знижує привабливість і дозволяє окремим компаніям на місцевому рівні ефективно виробляти на своєму місці.

Розвиток цифровізації також посилює тенденції до диференціації гравців, що, як виявляється, має важливі наслідки для багатьох із них. Диференціація супроводжується концентрацією влади і доходів між основними суб'єктами

торгових відносин і загостренням конкуренції між партнерами «внизу» ланцюга, ослабленням їх позицій і загрозою ліквідації.

Так, серед основних проблем розвитку міжнародного бізнесу з використанням сучасних цифрових інструментів виділено відсутність географічних, часових і, частково, мовних бар'єрів, що дає змогу просувати товари та послуги на багатьох нових ринках збуту; низький рівень витрат виробництва та обігу, отриманий завдяки впровадженню нових технологій у всіх сферах діяльності підприємства, починаючи від закупівлі сировини і закінчуючи розподілом готової продукції та післяпродажним обслуговуванням; сильна конкуренція, через другу відстань між електронними магазинами, необхідну для завантаження відповідного сайту; значне перевищення потенційної ємності електронного магазину порівняно з ємністю традиційних магазинів за рахунок відсутності фізичних обмежень на складські та торговельні приміщення.

До ризиків, пов'язаних із цифровізацією, відноситься, насамперед, небезпека зриву роботи учасників ділових відносин через стрімке зростання вимог до якості продукції, що пред'являється до неї, дотримання яких суворо контролюється. Крім того, ризики можуть призвести до істотних змін умов праці внаслідок об'єктивних трансформаційних змін, що відбуваються з іншими учасниками ділових відносин. Прикладом цих змін є нещодавнє підвищення вартості робочої сили в Китаї, яке мало вкрай негативні наслідки для економіки багатьох бізнес-підприємств за участю китайських виробників. Країни, чії компанії починають торгові відносини та переміщуються, також можуть мати проблеми зі збереженням робочих місць.

3.2. Способи оптимізації бізнес-процесів у глобальному цифровому середовищі

Сьогодні європейська економіка знаходиться на шляху до відновлення після одного з найважчих післявоєнних десятиліть, позначеного фінансовою кризою 2007-2009 років і подвійною рецесією в 2012-2013 роках. зростатиме на 2% на рік

протягом наступних семи років, перевершуючи прогнози деяких економістів на 1,7% у 2020 році. Європейські компанії також дають більш оптимістичні прогнози щодо перспектив свого бізнесу: загалом вони очікують зростання середньозваженого прибутку на 2,1% у 2020 році, що значно перевищує річний прогноз економістів у 1,5% і середньорічний ріст у 1,6%, який спостерігався за останні три роки [72]. Приблизно кожна п'ята компанія очікує зростання доходу понад 5%, тоді як приблизно третина компаній очікує стагнації або зниження доходу у 2020 році. Великі глобальні компанії очікують значного зростання своїх доходів. Респонденти також очікують збільшення кількості працівників протягом наступних трьох років сукупно в середньому на 2,4%, прогножуючи потроєння зайнятості на 0,8% [67].

Міжнародна консалтингова компанія McKinsey & Company також опитала американські та китайські компанії, які працюють або інвестують у Європі, щодо прогнозів ВВП для Європи. Вони були навіть більш оптимістичні, ніж європейці, оскільки очікували зростання майже на 3%, тоді як китайські фірми розраховували на зростання на 2,3% [65].

Моделі інвестування фірм формують деякі визначальні характеристики. З 2017 по 2019 рік бізнес-інвестиції скоротилися на 174 мільярди євро. Хоча бізнес-інвестиції в абсолютному вираженні повернулися до рівня 2017 року, інвестиції у відсотках від ВВП залишаються на історично низьких рівнях, особливо в Південній Європі [66].

Інвестиції в компанії загалом відповідають передбаченню попиту та пропозиції [62]. Дійсно, європейські респонденти опитування McKinsey & Company, які збільшили свої капітальні бюджети, головним чином називають зростання очікуваного попиту (43%) і зростання попиту (40%) як головні причини цієї тенденції [68]. І тому до рецесії та відновлення економіки більшість компаній вважали, що інвестують на належному рівні. У майбутньому, оскільки відновлення триває, компанії побачать, що їхні інвестиції збільшаться в середньому на 6,9% протягом наступних трьох років сукупно. Показово, що сьогодні майже 80% європейських респондентів стверджують, що вони також

мають достатньо можливостей для інвестування або навіть більше, ніж вони можуть собі дозволити [67].

Однак невизначеність перешкоджає інвестиціям і призводить до розпорошення грошових потоків. Згідно з результатами глобального опитування, проведеного компанією McKinsey & Company, 40% європейських респондентів називають головною причиною відмови від інвестування несприйнятливість до ризику, 29% називають причиною цього явища невпевненість щодо майбутньої актуальності інвестицій, а 17% як політична невизначеність. У європейському опитуванні найвищими ризиками були названі ймовірність нової фінансової кризи, а також європейські політичні тенденції, такі як повернення популістських партій [67].

Таким чином, можна припустити, що невизначеність змістила переваги компаній у бік внутрішнього фінансування інвестицій та накопичення більших резервів ліквідності. Європейські компанії продовжують нарощувати свою ліквідність: валові корпоративні заощадження зросли майже до 2000 мільярдів. У 2019 році на 410 мільярдів євро більше, ніж у 2009 році, перетворюючи компанії на чистих кредиторів економіки. Серед компаній, які збільшують свій грошовий потік, 48% респондентів кажуть, що роблять це, щоб заощадити на майбутніх інвестиціях, а 47% кажуть, що вони краще підготовлені до майбутніх криз. За даними щоквартального опитування McKinsey, 40% європейських респондентів, які не інвестували у всі доступні можливості, назвали очікування ризику як основну причину не робити цього [67].

Враховуючи вищезазначені тенденції, європейські бізнес-лідери прагнуть запровадити цифровізацію та автоматизацію, оскільки технологічний прогрес позитивно вплине на їхній бізнес. 54% опитаних європейських компаній вважають, що ЄС позитивно вплинув на їхній бізнес, і чим краще очікується майбутнє зростання компанії, тим вищий рейтинг схвалення. Перевагами членства в ЄС, які найчастіше називають компанії, є збереження миру та безпеки, легкість ведення бізнесу та вільний доступ до ринку [67].

Близько 57% респондентів сказали, що вони отримали вигоду від єдиного ринку товарів і послуг, тоді як близько 55% бачили переваги як від вільного

пересування людей на єдиному ринку, так і від єдиної валюти. Відповідаючи на питання про виклики членства в ЄС, бізнес назвав втрату національного суверенітету (19%), а також складні та обтяжливі правила та процеси (13%) [67].

Відповіді британських компаній щодо впливу ЄС на їхній бізнес загалом були менш прихильними, але не такими негативними, як в інших опитаних країнах. Наприклад, 42% британських респондентів, які кажуть, що вплив ЄС на їхній бізнес був «помірно позитивним» або «дуже позитивним», не відставали від 46% італійських компаній, які відчували те саме. Дійсно, трохи більша частка італійських фірм заявила, що вплив ЄС був негативним (22% проти 21%). Однак слід зазначити, що після цього Великобританія вийшла з Європейського Союзу (50), а Італія оголосила про можливість виходу (SOURCE55). Тому досвід цих країн більше негативний, ніж позитивний.

Одна з найбільших невизначеностей для європейського бізнесу пов'язана з майбутнім самого Європейського Союзу. Тепер, коли в ЄС офіційно 27 країн-учасниць, постає питання про те, якою буде форма та напрямок майбутнього самого ЄС. McKinsey пропонує такі сценарії [65]:

1. Посилення інтеграції. Це означатиме збільшення відповідальності ЄС: ЄС і євროзона зберігають свою структуру, країни ядра залишаються на місці (лише Велика Британія покидає ЄС). ЄС отримує нові обов'язки та створює нові інституції, такі як спільна оборона, охорона зовнішніх кордонів і частково спільна фіскальна політика.

2. Підтримка статусу. Цей сценарій припускає, що ЄС і євросона залишаються незмінними з поточними зобов'язаннями: ЄС і євросона зберігають свою поточну структуру та рівень відповідальності, а основні країни залишаються на місці (тільки Сполучене Королівство залишає ЄС).

3. Скорочення зони євро. Євросона звужується, коли ЄС залишається недоторканим: периферійні економіки залишають євросону та повертаються до своєї національної валюти, тоді як країни ядра зберігають євро. ЄС зберігає свою нинішню структуру та рівень відповідальності (з ЄС виходить лише Великобританія).

4. Розпад єврозони без збереження ЄС: основні країни залишають єврозону, і всі країни повертаються до своїх національних валют. ЄС зберігає свою нинішню структуру та рівень відповідальності (з ЄС виходить лише Великобританія).

5. Розпад ЄС і зони євро: основні країни виходять з двох блоків, а ЄС і зона євро повністю розпадаються.

Незважаючи на всі виклики, з якими сьогодні стикається ЄС, слід сказати, що з часу свого створення йому довелося подолати значну кількість криз і загроз своїй цілісності, від політики «порожнього стільця» Франції в 1960-х роках до суперечки з Німеччиною через сільську економіку, до глобальної енергетичної кризи 1970-х років, до комплексної реструктуризації вугільної та сталеливарної промисловості у 1980-х роках і до хвилі валютних потрясінь у 1990-х роках до та після створення євро. Незважаючи на всі загрози, які посилюють песимізм у діловому світі, стійкість ЄС є однією з його сильних сторін, яка може відіграти ключову роль. Але стійкість вимагає чітко сформульованої мети та впевненості в її реалізації.

Таким чином, європейський бізнес не очікує зростання ВВП ЄС на 2% на рік протягом наступних п'яти років. Сьогодні майже 80% європейських респондентів кажуть, що вони також мають достатньо можливостей для інвестування або навіть більше, ніж вони можуть собі дозволити, але невизначеність стримує інвестиції та призводить до розпорошеного грошового потоку. Не варто також забувати про ситуацію в ЄС у 2020 році. Раніше згадувалося, що Італія оголосила про готовність вийти з ЄС. Така ситуація пов'язана з тим, що зараз у світі пандемія коронавірусу, а Італія є її епіцентром. Тому дуже ймовірно, що ЄС піде за п'ятим сценарієм, запропонованим McKinsey, який матиме вкрай негативний вплив на міжнародну торгівлю.

Немає сенсу запитувати, потрібна чи ні цифровізація. Його необхідно активно впроваджувати в усі сфери господарської діяльності. Питання в тому, якою ціною це буде реалізовано і наскільки це сприятиме вирішенню проблем бізнесу. Дослідження показують, що переважна більшість експертів вважає, що цифрові технології з часом окупляться, хоча більшість вважає їх дорогими. Тому ще важливіше правильно сформулювати ІТ-стратегію та оптимально

використовувати ресурси компанії. Тому головними питаннями, на які міжнародні компанії повинні швидко знайти відповіді в епоху цифровізації економіки, є наступні:

- який буде масштаб і формат цифровізації – оптимізація чи трансформація;
- хто відповідатиме за процеси оцифрування;
- які засоби (ІТ-технології) можна використовувати для реалізації цифрових стратегій;
- які бізнес-процеси стануть стартом цифровізації;
- якими засобами можна забезпечити інформаційну безпеку.

Для переходу до цифрової економіки необхідно чітко розмежувати поняття «цифрова оптимізація» та «цифрова трансформація». Ці терміни можна визначити таким чином: Цифрова оптимізація дозволяє покращити обслуговування клієнтів, зменшити витрати, збільшити прибутковість, тобто за допомогою тонких коригувань процесу та використання комп'ютерних технологій можна підвищити внутрішню ефективність; цифрова трансформація передбачає радикальні зміни в економічних моделях країн, розробку абсолютно нових і нетипових продуктів на основі використання цифрових навичок[47]. У той же час ці дві концепції взаємозалежні: проривні трансформації можуть і повинні бути замінені періодами коригування бізнес-процесів і, навпаки, критична маса оптимізаційних ініціатив може стимулювати трансформаційні зміни.

Основними перешкодами на шляху до цифровізації глобальної аналітики є:

- невідповідна культура;
- високі інвестиційні витрати;
- недостатній рівень підготовки та кваліфікації працівників;
- відсутність ідей;
- гальмування традиційними цифровими проектами;
- проблеми інтеграції цифрових технологій в ІТ-ландшафт.

Ядро команди впровадження стратегії цифрової трансформації зазвичай складається з: вищого керівництва (30%), представників бізнес-підрозділів (30%), ІТ-фахівців (26%), державного керівництва (11%) та зовнішніх постачальників (4%). При цьому головними ідеологами цифрової концепції є державні лідери та

лідери трансформації [47]. Таким чином, рішення щодо цифрової трансформації формується на найвищому рівні управління і спускається зверху вниз, як найпоширеніша модель реалізації ІТ-проектів. Але жоден проект не буде успішно реалізований без команди та підтримки всієї держави.

Більшість експертів відзначають, що для подолання опору співробітників функціональних підрозділів необхідно залучити їх на свій бік, щоб мати можливість «продати» (довести ефективність) запроваджених технологій. Персонал часто відчуває цілком обґрунтований страх перед змінами, не завжди готовий ділитися своїми знаннями про бізнес-процеси, щоб описати їх в інформаційних моделях, побоюючись звільнень і того, що «машини замінять людей», тому свідомо чи несвідомо опираються змінам. Необхідно пояснити мету проектів цифровізації та їх позитивні сторони: підвищення продуктивності праці, скорочення часу, витраченого на рутинні операції, покращення якості аналізу, прискорення бізнес-процесів, покращення якості обслуговування клієнтів, можливість займатися творчими завданнями. А для цього до команд цифровізації залучають лідерів, «цифрових чемпіонів». Молоді спеціалісти, так зване «покоління Z», більш підготовлені до змін, але вони часто не мають достатнього досвіду та знань про реальні виробничі процеси, менш розвинені комунікативні навички, мають цінності та інше сприйняття: отже, об'єктивний процес відбувається зміна поколінь. Переважно представники цього покоління працюють в ІТ-послугах, тоді як в інших підрозділах вікова піраміда більш розгалужена. Для сприяння просуванню «на місцях» проектів у багатьох ІТ-відділах є співробітники, які безпосередньо зв'язуються з власниками бізнес-процесів і виявляють їхні потреби, пояснюють цілі та завдання цифрової трансформації.

Для підвищення успішності проектів ряд компаній (в основному великих) організовують спеціальні центри цифрової компетенції, вони можуть мати різні назви, але мати однакове наповнення: персонал, менеджери, сервісні працівники підвищують кваліфікацію, обговорюють завдання та проблеми сканування, та реалізувати проект спільними зусиллями. Ядром цих центрів є ІТ-команда, яка включає системних адміністраторів, ІТ-архітекторів і бізнес-аналітиків. До останніх є значні вимоги, але й попит на таких спеціалістів зараз високий.

Перед вибором засобів (технологій) для оцифрування необхідно визначитися зі ступенем складності проекту. Для цих цілей можна використовувати 10-бальну шкалу і набір характеристик проекту. Також варто назвати п'ять головних ризиків реалізації проектів цифровізації та підходи до їх мінімізації:

1. Підготовка регламенту або робота за його відсутності. Щоб контролювати цей ризик, ви можете використовувати контрольні списки для етапів підтримки проекту (інфраструктура – організація – документи).

2. Готовність до помилок і постійне вдосконалення. Для більш ефективної роботи рекомендується обговорити питання реалізації та розповісти про успіхи в поточному режимі.

3. Компетенції ІТ відділу. Щоб оцінити навички, ви можете використовувати матрицю відповідальності ІТ-співробітників.

4. Відсутність адміністративного ресурсу вищого керівництва. Цей ризик безпосередньо пов'язаний з необхідністю працювати з негативом (включати в проект топ-менеджерів, залучати їх до команди).

5. Відсутність відгуків користувачів і належного рівня підготовки. Розвивати зворотній зв'язок потрібно різними способами (вебінари, доступність менеджера, підтримка і позитив).

Серед цифрових технологій, які використовуються на великих підприємствах, часто є машинне навчання та, пізніше у своєму розвитку, «цифрові близнюки», здатні повністю моделювати бізнес-процеси за допомогою онлайн-моделювання аж до конкретного активу. Для компаній будь-якого розміру найпопулярнішим бізнес-процесом як об'єктом цифровізації став процес логістики, а цифрова трансформація почала охоплювати весь ланцюжок поставок і охоплювати постачальників, що дозволяє скоротити час доставки та підвищити якість і якість обслуговування по всьому ланцюжку. Зрештою, це призводить до значного зниження витрат на логістику.

Слід також зазначити, що сьогодні стрімко розвивається роботизація рутинних завдань або процесів. Практика показала, що робототехніка успішно використовується як в основних виробничих процесах, так і в допоміжних

(управління складом, фінанси та ін.). Робототехніка має кілька прерогатив, зокрема:

- «роботи» працюють набагато швидше за людей і майже безпомилково виконують поставлені завдання;
- «роботи» здатні обробляти завдання безперервно (24/7);
- дозволяє компанії вивільнити людські ресурси, скорочуючи операційні витрати, надаючи прямий позитивний вплив на прибутковість;
- швидка інтеграція;
- можливість роботи з існуючими системами без зміни ІТ-ландшафту; - ведення повної історії дій «роботів»;
- можливість гнучко контролювати продуктивність роботи.

Що стосується оцифрування фінансової сфери, то на практиці ми часто опиняємося в ситуації, коли даних багато, навіть забагато (публічні, фінансові дані, веб-сайти компаній, бази знань, клієнтські системи тощо), але є недостатньо практичної та зрозумілої візуалізації. Іноді, навіть використовуючи прості інструменти обробки даних (наприклад, програмне забезпечення Excel), можна швидко і недорого отримати значущі результати для якісного аналізу. Навіть у найскладніших ситуаціях краще йти від простого до складного: від візуалізації до простих скриптів і від запитів до складних моделей. Отримання та інтерпретація даних ускладнюється:

- порівнянність чисел з різних систем;
- відсутність у системах необхідного розділу даних;
- комплексне програмування для отримання чисел;
- людський фактор; - дуже погана візуалізація; - хибність чисел.

Питання інструментів і технологій цифровізації відходить на другий план, ніж питання стратегії, встановлення цілей і завдань для цифровізації, створення команди, але, звичайно, це дуже важливо, особливо з точки зору співвідношення ціни, якості та результатів. від використання техніки.

Питання інформаційної безпеки виходить на перший план при розробці стратегії цифровізації. Важливість інформаційної безпеки в стратегії підтверджують масові кібератаки останніх років. Невипадково в ряді досліджень

на тему бізнес-ризиків кіберзагрози входять до трійки лідерів. У цій сфері існує багато специфічних ризиків, пов'язаних з архітектурою операційної системи, параметрами за замовчуванням, людським фактором, хмарними технологіями тощо.

Таким чином, для оптимізації бізнес-процесів у глобальному цифровому середовищі компанії повинні мати можливість реагувати на всі можливі виклики та загрози, які можуть послабити їхні позиції в цифровому середовищі. У зв'язку з цим ІТ-відділи підприємств повинні регулярно проводити самоконтроль, надаючи відповіді на такі запитання, як: який відсоток інфраструктури знаходиться під контролем, скільки під контролем, як швидко відстежуються зміни, як побудований процес реагування, як вимірюваними є результати тощо. Існує значна кількість технологій мінімізації загроз, тому для їх подолання потрібен достатній рівень кваліфікації ІТ-відділу компанії, а від користувачів, тобто персоналу, керівництво може очікувати базової цифрової грамотності та намагатися розвивати та стимулювати її різними способами.

3.3. Особливості модернізації бізнесу в Україні в контексті глобальної цифрової трансформації

Одним із найважливіших напрямків національної політики України є підтримка інтеграції країни в європейський політико-правовий та економічний простір з метою вступу до Європейського Союзу. Україна спрямовує свою діяльність на зміцнення співпраці у сфері інтеграції енергетики, транспорту, екології та економіки. Для успішного та повноцінного розвитку країни важливо правильно визначити сектори економіки, які потребують розвитку та допоможуть країні вийти на передовий рівень, стати важливим гравцем на міжнародному ринку.

Очікується, що електронна комерція принесе наступні переваги українській економіці та суспільству: інвестиції, дохід від експортних операцій, підвищення зарплат, а також збільшення податкової бази.

Розвиток електронної комерції впливає на структуру та функціонування українського ринку праці. У всьому світі електронна комерція стала потужним двигуном для створення нових робочих місць. Так, наприклад, у США на етапі становлення з 1993 по 2000 роки в рамках індустрії високих технологій було створено понад мільйон нових робочих місць. Завдяки e-commerce в Україні значно зростає працевлаштування за двома спеціальностями: технічні програмісти та постачальники послуг. У міру розвитку електронної комерції українська робоча сила зможе швидко та ефективно адаптуватися, враховуючи необхідні зміни, що має призвести до зростання доходу на душу населення, збільшення розміру оподаткованої бази, а також зменшити додаткові виїзди працівників за кордоном. Потреба в обслуговуванні клієнтів, викликана розвитком електронної комерції, є ще одним напрямком масштабного створення робочих місць в Україні. Необхідність створення таких послуг також може стати поштовхом для створення цілої індустрії таких послуг. Програми розвитку цих послуг, що фінансуються з приватних і державних джерел, забезпечать Україні як ринок кваліфікованих технічних спеціалістів, так і ринок праці, орієнтований на клієнта.

Розвиток електронної комерції значно збільшує потенціал для експорту товарів і послуг. Зі зміцненням позицій вітчизняної промисловості та підвищенням якості продукції українські компанії також зможуть поширювати свою продукцію в інших країнах. Це сприятиме зміцненню національних підприємств, збільшенню податкової бази та доходів держави від справляння податків і зборів.

Електронна комерція допомагає малому та середньому бізнесу конкурувати з великими корпораціями, надаючи їм доступ до більшого споживчого ринку та допомагаючи їм знайти шляхи скорочення витрат. У Сполучених Штатах, наприклад, малий бізнес, що використовує Інтернет, зріс на 46% швидше. Розвиток малого бізнесу прискорює економічний розвиток і як наслідок відбувається економічне зростання, розширення податкової бази та попиту на супутні послуги.

Крім того, в умовах третьої хвилі глобалізації важливу роль у розвитку відіграє перехід країни на цифровий формат, який може значно покращити

ситуацію та допомогти нашій економіці вийти на передовий рівень. За останнє десятиліття сектор інформаційно-комп'ютерних технологій набув значного впливу на розвиток економіки. Важливо також мати на увазі, що, на відміну від традиційної економіки, основним ресурсом є невичерпна, надійна, своєчасна та правдива інформація.

На Четвертій міжнародній інтернет-конференції, що пройшла в китайському місті Учжень, зазначалося, що в КНР на цифрову економіку припадає вже 30% валового внутрішнього продукту, або 3,4 трильйона доларів. США (22,6 трлн юанів). За цим показником Китай став другим у світі за впровадженням цифрової економіки. Загалом цифрова економіка створює близько 22% світового валового внутрішнього продукту. У 2020 році у світі було 4,1 мільярда користувачів Інтернету, у тому числі 767 мільйонів у Китаї [54].

Сьогодні основними країнами-лідерами за загальним обсягом експорту ІТ-послуг є США, у 2019 році експорт їхніх ІТ-послуг склав 214,8 млрд доларів. США.

Показник обсягу національного ІТ-ринку є важливим у визначенні стану розвитку цифрових технологій в країні порівняно з іншими країнами світу. За цим показником першу п'ятірку країн складають США, Китай, Велика Британія, Японія та Німеччина [50].

Для цифрової економіки розмір компанії не важливий: вона може бути невеликою і при цьому успішно розвиватися. Власник може виступати як керівником, так і виконавцем всієї роботи бізнесу.

Яскравим прикладом сучасного розвитку є порівняння ринків з океанами в книзі «Стратегія блакитного океану» У. Чан Кіма та Рене Мауборн. Традиційні ринки, які існують, представлені червоними океанами конкуренції, це ніші, які вже зайняті великими фірмами і в яких малому бізнесу немає можливості розвиватися. Блакитні океани – це ті ринкові ніші, які ледь відкриваються і залишаються незайнятими (58). Саме ці сфери мають особливий пріоритет для української економіки. А забезпечити їх можна за допомогою цифровізації економіки, що, у свою чергу, сприяє формуванню нових бізнес-ніш.

Для України саме масова цифровізація має стати пріоритетним напрямком розвитку. У цьому, перш за все, важливу роль відіграє наявність одного з основних ресурсів – інтелектуального потенціалу людини. У 2017 році в українській ІТ-галузі спостерігалось стабільне зростання. Обсяг експорту зріс на 20% порівняно з 2016 роком, або на 3 млрд доларів. США до 3,6 млрд дол. США, а в 2018 році – вже 4,5 млрд дол. США (57). За даними асоціації «ІТ-Україна», до 2025 року обсяг експорту ІТ-послуг має зрости майже вдвічі.

Кваліфікований персонал, ефективний менеджмент та вміння управляти ресурсами – складові успіху української ІТ-індустрії. При цьому кількість спеціалістів, зайнятих у сфері інформаційних послуг, становить близько 116 тис. осіб, це практично найбільша кількість розробників у Центральній та Східній Європі. Цифрова економіка є своєрідним прискорювачем соціально-економічного життя суспільства в сучасному світі та здатна значно збільшити ВВП.

Яскравим прикладом застосування цифрової економіки є запуск в Україні першого в світі державного електронного аукціону на основі криптографічної технології блокчейн, децентралізованого захисту та технології зберігання інформації. Такі технології здатні змінити класичне уявлення про роботу банків і нотаріусів, знищити корупцію, забезпечити прозорість усіх процесів і дати країні величезну конкурентну перевагу [52].

Нещодавно прийнята медична реформа в Україні передбачає розвиток телемедицини в недоступних для оперативного доступу регіонах (переважно сільська місцевість). У світі, де доступ до мобільного зв'язку перевищує доступ до електроенергії та води, телемедицина є ініціативою, яка має потенціал подолати розрив між пацієнтом і лікарем. Заповнення декларацій на обслуговування та роботу сайту helsi.me значно полегшило життя пересічних громадян. Найбільш істотних змін зазнала освітня сфера. Проект Prometheus став яскравим прикладом того, як за ефективного менеджменту можна створити потужну систему освіти в Україні. Швидкими темпами відбувається цифровізація навчального процесу. Широко поширений сьогодні формат онлайн-курсів, онлайн-лекцій, інтернет-тестів і вебінарів уже є невід'ємною частиною суспільного життя.

Спробуємо висвітлити основні проблеми та перешкоди, пов'язані з впровадженням та розвитком цифрової економіки в Україні.

По-перше, це недостатньо розвинена інфраструктура. Згідно з даними ресурсу Speedtest.net, позиції України у світі за показниками якості Інтернет-з'єднання досить низькі: 114 місце за якістю мобільного Інтернету та 45-те за якістю широкопasmового Інтернету [54].

По-друге, це низька технологічна освіта, цифрова територіальна нерівність (сільське населення, малозабезпечені та старші вікові групи мають більш обмежений доступ до Інтернету), доступність переваг і можливостей цифрового світу для всіх громадян, невелика частка інновацій. в цифровій економіці (лише 17% галузей України використовують інновації, тоді як у

В ЄС цей показник зростає до 49% [9, с. 41].

По-третє, це застарілість техніки в державних організаціях і структурах (якщо українські приватні ІТ-компанії можуть дозволити собі найсучасніше обладнання, то малі та середні підприємства, державні структури, потенційні покупці їхніх товарів і послуг в Україні, а також прості українці обмежені як у техніці, так і у фінансах).

По-четверте, низький рівень державної підтримки модернізації основних засобів виробництва до цифрових засобів, слабкий прогрес у наближенні до основних досягнень, визначених з метою гармонізації цифрових ринків у документі «20 очікуваних досягнень Східного партнерства» 2020», існування більшості проектів на папері та відсутність їх реалізації на практиці, відсутність скоординованого стратегічного підходу до формування політики в сенсі гармонізації цифрових ринків з ЄС.

Безперечно, слід зазначити, що перехід на цифровий формат є викликом не лише для всіх сфер економіки не лише України, а й усього світу. Враховуючи сучасний стан економіки, наявність людського потенціалу та ресурсів, глобальні тенденції розвитку, а також фундаментальні зміни на міжнародному ринку праці, можна зробити висновок, що сьогодні пріоритетним шляхом розвитку має стати перехід усіх секторів економіки до цифрового формату, який вимагає максимальних інвестицій у цифрову інфраструктуру, інновації та сучасні

технології. Сьогодні ми маємо унікальну можливість зробити «цифровий стрибок» в основних сферах економіки.

Розвиток цифрової інфраструктури гарантуватиме нові робочі місця, що сприятиме зниженню безробіття. Масова цифровізація сприятиме тому, щоб стати частиною загального тренду, інакше ми ризикуємо залишитися на узбіччі глобальної економіки. Однак слід враховувати, що повільний сценарій розвитку є неприйнятним для України, враховуючи світові темпи та тенденції.

Стрімкі процеси розвитку цифрових технологій, що відбуваються у світі, призводять до необхідності швидких змін у тих аспектах, які безпосередньо впливають на цифрову економіку, що зумовлює актуальність подальших досліджень у цій сфері.

Таким чином, цифрова економіка є полем надзвичайних нових можливостей, яке, водночас, вимагає застосування нових підходів до його організації та управління. Водночас окремі загальноприйняті категорії та орієнтири економічної науки потребують подальшого наукового опрацювання та трансформації. Так, наприклад, автори статті (53) обґрунтовують цифровий підхід в управлінні людськими ресурсами – «цифровий HR».

Ще одним перспективним напрямком цифрової трансформації є економічна культура. Нині поняття «культура» трактується як ресурс зміни якості життя шляхом покращення його умов, як креативна складова розвитку економічного сектору. Економічна культура істотно впливає на якість людського капіталу і стає фактором економічного зростання. Це результат розвитку економічних знань. Змінюються й складові економічної культури: виникають нові закономірності формування та виявлення економічної поведінки людини; зміни способу життя на основі нових потреб. Сьогодні вивчення феномену економічної культури означає вивчення загальних змін, які відбуваються у світі, зокрема у зв'язку з розвитком цифрових технологій. Таким чином цифрова культура стає невід'ємною частиною сучасної економічної культури

І якщо на макрорівні ми говоримо про «цифрову» модернізацію українського суспільства та «діджиталізацію» його ключових аспектів [47], то на

мікрорівні маємо говорити про формування цифрової складової економіки компаній як новий чинник їх «перезавантаження» та розвитку.

Сьогодні цифрова економіка є одним із найважливіших факторів економічного зростання та формування нової якості життя. Лідери світової економіки розглядають цифровізацію як магістральний напрямок інноваційного розвитку виробничо-економічних систем на різних рівнях та інструмент забезпечення довгострокових конкурентних переваг.

Для України розвиток процесів цифровізації набуває додаткового значення, оскільки відкриває реальні перспективи модернізації економіки, вдосконалення її виробничо-технологічної структури, забезпечення її участі в новій глобальній економіці та подолання на цій основі поточної кризової ситуації. Аналіз проектів правової, регуляторної та цифровізації, які зараз реалізуються в Україні, свідчить про необхідність активізації зусиль бізнесу, держави та суспільства у поширенні цифрових технологій та прискоренні навчання цифрової економіки.

Зазначені процеси супроводжуються появою нових соціально-економічних явищ, зокрема специфічних форм культурної комунікації. Тому подальші дослідження будуть пов'язані з аналізом процесів трансформації економічної культури в умовах цифровізації підприємства та формування його цифрової складової.

Очікується, що електронна комерція принесе наступні переваги українській економіці та суспільству: інвестиції, дохід від експортних операцій, підвищення зарплат, а також збільшення податкової бази. Розвиток електронної комерції впливає на структуру та функціонування українського ринку праці. У всьому світі електронна комерція стала потужним двигуном для створення нових робочих місць. Так, наприклад, у США на етапі становлення з 1993 по 2000 роки було створено понад мільйон нових робочих місць у галузі високих технологій. Завдяки e-commerce в Україні значно зросте працевлаштування за двома спеціальностями: технічні програмісти та постачальники послуг. У міру розвитку електронної комерції українська робоча сила зможе швидко та ефективно адаптуватися, враховуючи необхідні зміни, що має призвести до зростання доходу на душу

населення, збільшення розміру оподатковуваної бази, а також зменшити додаткові виїзди працівників за кордоном.

Необхідність створення клієнтського сервісу, викликана розвитком електронної комерції, є ще однією можливістю для масштабного створення нових робочих місць в Україні. Необхідність створення таких послуг також може стати поштовхом для створення цілої індустрії таких послуг. Приватне та державне фінансування програми розвитку сфери послуг дозволить створити в Україні як ринок кваліфікованих технічних спеціалістів, так і клієнтоорієнтований ринок праці.

Розвиток електронної комерції в кілька разів збільшує потенціал для експорту товарів і послуг. Зі зміцненням позицій вітчизняної промисловості та підвищенням якості продукції українські компанії також зможуть поширювати свою продукцію в інших країнах. Це сприятиме зміцненню національних підприємств, збільшенню податкової бази та доходів держави від справляння податків і зборів.

Електронна комерція допомагає малим і середнім підприємствам конкурувати з великими корпораціями, надаючи їм можливість охопити ширший споживчий ринок і допомагаючи їм знайти шляхи скорочення витрат. У Сполучених Штатах, наприклад, малий бізнес, що використовує Інтернет, зріс на 46% швидше. Розвиток малого бізнесу прискорює економічний розвиток і як наслідок відбувається економічне зростання, розширення податкової бази та попиту на супутні послуги.

Електронна комерція також долає традиційні торгові бар'єри: територіальну віддаленість і брак інформації про ринкові можливості. Компаніям більше не потрібно утримувати додатковий персонал або збільшувати капіталовкладення в розвиток спеціалістів. Віртуальні магазини та контактні адреси в Інтернеті дозволяють наблизити місця зберігання товарів до місць їх безпосереднього виробництва, тим самим прискорити дистрибуцію товарів і знизити пов'язані з цим витрати. Інтернет і електронна комерція розширюють рекламні можливості.

Ще одним позитивним моментом для України є те, що електронна комерція дозволяє виконувати низку робіт, таких як розробка програмного забезпечення та

надання технічних послуг, безпосередньо на місці консультанта, а не в країнах, де потрібні відповідні послуги. Це полегшить продаж українських послуг, які донедавна значно затримувалися через обмеження на пересування людей. Крім того, інтернет-економіка створить в Україні значну кількість допоміжних підприємств. Це пов'язано з потребою в комп'ютерному обладнанні та послугах управління, включаючи безпеку, бухгалтерський облік і обслуговування клієнтів.

Переваги електронної комерції очевидні: від розвитку електронної комерції більше виграють український уряд, бізнес і споживачі. Однак важливо зазначити, що розвиток електронної комерції не позбавлений потенційних ризиків, включаючи шахрайство, ухилення від сплати податків, порушення конфіденційності, порушення прав інтелектуальної власності, навіть якщо ці ризики не є унікальними для електронної комерції. Хоча ці ризики реальні та потенційно збільшуються в міру розвитку електронної комерції, багатьом урядам вдається регулювати їх таким чином, щоб не перешкоджати розвитку електронної комерції.

Збільшення податкових надходжень може бути однією з багатьох прямих переваг цифровізації. Щоб розширити базу оподаткування, Україні необхідно вирішити кілька проблем. Перший з них полягає в дотриманні балансу між збереженням бази оподаткування за наявності електронних транзакцій, які не можна відстежити, та одночасним стимулюванням розвитку електронної комерції на місцевому рівні. Використання електронних транзакцій створює чимало труднощів для існуючих податкових органів через анонімність електронної комерції, відсутність можливості відстеження транзакцій. Хоча ці проблеми ще далекі від вирішення, більшість із них чітко визначені. Загальні принципи оподаткування не повинні перешкоджати електронній комерції, а повинні служити створенню сприятливого клімату для її розвитку. У розвинутих країнах світу дотримуються таких принципів оподаткування електронної комерції:

- оподаткування електронних комерційних операцій має бути нейтральним порівняно з оподаткуванням аналогічних неелектронних операцій;
- уряд не повинен запроваджувати або застосовувати нові податки до електронної комерції чи інших форм операцій, укладених в Інтернеті;

- податкова система має бути простою та прозорою, легкою для реалізації;
- оподаткування електронної комерції має відповідати загально визнаним міжнародним принципам.

Тому для України розвиток процесів цифровізації набуває додаткового значення, оскільки створює реальні перспективи модернізації економіки, удосконалення її виробничо-технологічної структури, забезпечення її участі у новій світовій економіці та подолання на цій основі сучасного кризового стану. Аналіз законодавчої бази та проектів цифровізації, які зараз реалізуються в Україні, свідчить про необхідність активізації зусиль бізнесу, держави та суспільства для поширення цифрових технологій та прискорення формування цифрової економіки. Зазначені процеси супроводжуються появою нових соціально-економічних явищ, зокрема специфічних форм культурної комунікації. У зв'язку з цим актуальними є інші дослідження, пов'язані з аналізом процесів трансформації економічної культури в умовах цифровізації підприємства та формування його цифрової складової.

ВИСНОВКИ

Отже, в сучасних умовах розвитку світової економіки цифрові технології стають важливим фактором конкурентоспроможності країн на глобальному ринку. Цифровізація має вирішальний вплив на структуру та динаміку світової торгівлі, докорінно змінюючи її та спричиняючи формування нових тенденцій. Головною особливістю цифрової економіки є цифровізація не лише бізнес-процесів, а й конкретних видів економічної діяльності. У класичному розумінні цифрова економіка – це економіка, заснована на цифрових технологіях, також відома як Інтернет-економіка, нова економіка або веб-економіка, розвиток якої докорінно змінив способи ведення бізнесу та використання інформаційних технологій. Розвиток цифрової економіки означає як зміцнення, так і розрив симбіотичного зв'язку між інформаційно-комунікаційними технологіями та міжнародним виробництвом. Очевидно, що цифрова економіка має такі переваги, як доступність інформації, можливість прямого спілкування та обміну інформацією, створення нових робочих місць і посилення конкуренції в комерційній сфері. Крім того, продукти цифрової економіки також мають низку переваг: оскільки товари є віртуальними, транспортні витрати можна зменшити, а Інтернет дозволяє практично миттєво доставляти по всьому світу. Крім того, завдяки глобальній інформаційній мережі значно зросла швидкість грошових операцій. Таким чином, Інтернет став ключовою технологією сучасної економічної взаємодії. Водночас цифровізація має певні недоліки, зокрема залежність від ненадійного джерела інформації, послаблення соціальних навичок і зменшення соціальної взаємодії, а також неправильне використання інформації.

Цифровізація, яка є кульмінацією четвертої промислової революції, серйозно вплинула на бізнес-середовище та його гравців, які перейшли на використання цифрових технологій і об'єднали промислові технології з цифровими. Розвиток цифровізації має значний вплив на міжнародну торгівлю через три основні напрямки: розробка нових моделей, оптимізація та трансформація існуючих бізнес-моделей. Цифрові технології та нові методи аналізу, зокрема такі як технологія великих даних, створюють нові можливості

для розвитку нових бізнес-моделей і трансформації існуючих бізнес-моделей з урахуванням сучасних викликів і потреб інформаційного суспільства.

Цифрові технології створюють нові можливості в цифровій сфері: датафікація, цифровізація, віртуалізація та генерація – усі ці методи активно використовують підприємці у своїй діяльності. Цифровізація змінює методи управління та використання інформаційних технологій у різних сферах міжнародної торгівлі. Основні цифрові технології, що відображають цифрову трансформацію глобальної економіки, включають розвиток і використання штучного інтелекту, Інтернету речей, хмарних технологій, цифрового проектування та моделювання технологічних процесів, адаптивних 3D технологій, електронного документообігу та управління. Такий елемент цифрової економіки, як штучний інтелект, здатний розширити діапазон автоматизованих завдань, включаючи рутинні когнітивні завдання, характерні для сервісної діяльності, а подальший розвиток комунікаційних технологій може розширити можливості автоматизації аутсорсингу сервісних завдань. Впроваджуючи цифрові технології, компанії часто вдосконалюють організацію відносин з клієнтами.

Цифрова економіка має значний вплив на бізнес-середовище країн по всьому світу, оскільки встановлює об'єктивні вимоги до цифрової трансформації компаній, реструктуризації їхніх бізнес-моделей та переведення всієї чи частини їхньої діяльності в цифрову площину. Найчастіше ці кардинальні цифрові трансформації позитивно впливають на їхні бізнес-результати, збільшуючи прибуток для компаній і підприємств. Очікується, що всі переваги впровадження цифрових технологій стануть рушійною силою для формування майбутніх конкурентних переваг у світі бізнесу. Розуміння необхідності цифрової трансформації є першим кроком до побудови відносин із клієнтами та формулювання етичних принципів для працівників. Впровадження основ цифрової економіки сьогодні може створити стратегічні переваги для бізнесу в довгостроковій перспективі.

Отже, ефективне ведення бізнесу в цифрових умовах вимагає використання цифрових технологій у бізнес-процесах, управлінні та бізнес-моделях загалом, адже здатність компаній працювати протягом тривалого часу залежить від того,

як розглядаються їхні бізнес-моделі з точки зору створення цінності для споживача. Цифрові технології та нові методи аналізу, такі як великі дані, створюють нові можливості в роботі та розвитку бізнес-моделей. Темпи розвитку, зумовлені динамічними змінами правил ведення бізнесу в епоху цифрових технологій, вказують на необхідність володіння компаніями такими якостями, як динамізм і далекоглядність, а також на необхідність розробки власної стратегії цифрової трансформації бізнес-моделі. Цифрова трансформація — це використання сучасних технологій для підвищення продуктивності та цінності бізнесу в сучасному світі. Основними кроками в процесі оцифрування бізнес-моделі є цифрове впровадження, цифрова адаптація, цифрові амбіції, цифровий потенціал і цифрова реальність. Таким чином, на різних етапах процесу оцифрування використовуються різні інструменти (цифрові дані, мережі, автоматизація та цифровий доступ).

Серед основних проблем розвитку міжнародного бізнесу з використанням сучасних цифрових інструментів виділено відсутність географічних, часових і частково, мовних бар'єрів, що дозволяє просувати товари та послуги на нові ринки збуту. в доказах ; низький рівень витрат виробництва та обігу, отриманий завдяки впровадженню нових технологій у всіх сферах діяльності підприємства, починаючи від закупівлі сировини і закінчуючи розподілом готової продукції та післяпродажним обслуговуванням; сильна конкуренція, через другу відстань між електронними магазинами, необхідну для завантаження відповідного сайту; значне перевищення потенційної ємності електронного магазину порівняно з ємністю традиційних магазинів за рахунок відсутності фізичних обмежень на складські та торговельні приміщення. До ризиків, пов'язаних із цифровізацією, в першу чергу відноситься небезпека припинення роботи учасників ділових відносин через підвищення вимог до якості продукції, що їм пропонується і дотримання якої контролюється. Крім того, ризики можуть призвести до істотних змін умов праці через зміни з іншими учасниками ділових відносин. Прикладом цього є нещодавнє підвищення вартості робочої сили в Китаї, яке мало вкрай негативні економічні наслідки для багатьох бізнес-підприємств за участю

китайських виробників. Країни, чиї компанії починають торгові відносини та переміщуються, також можуть мати проблеми зі збереженням робочих місць.

Таким чином, для оптимізації бізнес-процесів у глобальному цифровому середовищі компанії повинні мати можливість реагувати на всі можливі виклики та загрози, які можуть послабити їхні позиції в цифровому середовищі. У зв'язку з цим ІТ-відділи підприємств повинні регулярно проводити самоконтроль, надаючи відповіді на такі запитання, як: який відсоток інфраструктури знаходиться під контролем, скільки під контролем, як швидко відстежуються зміни, як побудований процес реагування, як вимірними є результати тощо. Існує значна кількість технологій мінімізації загроз, тому для їх подолання потрібен достатній рівень кваліфікації як від ІТ-відділу компанії, так і від користувачів, тобто від персоналу, керівництва можна очікувати елементарної цифрової культури та намагатися розвивати та стимулювати її різними способами.

Для України розвиток процесів цифровізації набуває додаткового значення, оскільки створює реальні перспективи модернізації економіки, удосконалення її виробничо-технологічної структури, забезпечення її участі у новій глобальній економіці та подолання на цій основі сучасної кризової ситуації. Аналіз проектів правової, регуляторної та цифровізації, які зараз реалізуються в Україні, свідчить про необхідність активізації зусиль бізнесу, держави та суспільства у поширенні цифрових технологій та прискоренні навчання цифрової економіки. Зазначені процеси супроводжуються появою нових соціально-економічних явищ, зокрема специфічних форм культурної комунікації. У зв'язку з цим актуальними є інші дослідження, пов'язані з аналізом процесів трансформації економічної культури в умовах цифровізації підприємства та формування його цифрової складової.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Наказ Державного агентства з питань електронного урядування України «Про забезпечення реалізації деяких питань цифрового розвитку». – № 24 від 09.04.2019 р. // Офіційний вісник України. – 2019. – №13. – Ст. 473.
2. Розпорядження КМУ «Про схвалення Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 роки та затвердження плану заходів щодо її реалізації». – № 67-р від 17.01.2018 р. // Офіційний вісник України. – 2018. – №16. – Ст. 560.
3. Артем'єва І.О. Виклики та можливості цифрової трансформації економіки / І.О. Артем'єва. // Економіка та управління. – 2019. – №4. – С. 66-73.
4. Грішнова О.А., Заїчко О.С. Новітні технології в економіці персоналу: нові можливості й нові виклики. Вісник економічної науки України. – 2016. – № 2 (31). – С. 52-57.
5. Гудзь О.Є. Цифрова економіка: зміна цінностей та орієнтирів управління підприємствами / О.Є. Гудзь. // Економіка. Менеджмент. Бізнес. – 2018. – №2. – С. 4-12.
6. Іванов М.М. Розвиток маркетингових систем у сучасній цифровій економіці / М. М. Іванов. // Цифрова економіка. – 2018. – С. 141-143.
7. Карчева Г.Т., Огородня Д.В., Опенько В.А. Цифрова економіка та її вплив на розвиток національної та міжнародної економіки. Фінансовий простір. – 2017. – № 3 (27). – С.13-21.
8. Кім Ч.В., Моборн Р. Стратегія блакитного океану. Як створити безхмарний ринковий простір і позбутися конкуренції. Харків: Клуб сімейного дозвілля, 2018. – 272 с.
9. Кіреєв Д.Б. Розвиток цифрової економіки як елемент стратегії суспільного розвитку в Україні // Вчені записки ТНУ ім. В.І. Вернадського. Серія: Державне управління. – 2019. – Том 30 (69). – № 1. – С. 38-44.
10. Клименко І.С. Вплив цифрової економіки на економічний розвиток світу / І.С. Клименко // Науковий журнал. – 2018. – №7. – С. 133-139.

11. Лісова Р.М. Вплив діджиталізації на бізнес-моделі: етапи та інструменти цифрової трансформації / Р.М. Лісова. // Науковий вісник Ужгородського національного університету. – 2019. – №24. – С. 114-118.
12. Любохинець Л.С. Впровадження стратегії digital-трансформації в сучасному бізнес-середовищі / Л.С. Любохинець // Imperatives of development of civil society in promoting national competitiveness: 1st international research and practice conference (Batumi, Georgia, 13th -14th December 2018). – 2018. – С. 41-44.
13. Матвейчук Л.О. Цифрова економіка: теоретичні аспекти / Л.О. Матвейчук. // Економічні науки. – 2018. – №4. – С. 116-127.
14. Михайлова К.В. Цифрова трансформація та її вплив на бізнес та ділове середовище / К.В. Михайлова, Н.М. Матвеева. // International Scientific Journal «Internauka». – 2019. – С. 1-17.
15. Орехова Т.В. Драйвери трансформацій міжнародних виробничих систем в умовах діджиталізації глобальної економіки / Т.В. Орехова, Я.С. Тертичний // Економіка і організація управління. – 2017. – №3. – С. 29-38.
16. Пуцентейло П.Р. Цифрова економіка як новітній вектор реконструкції традиційної економіки / П.Р. Пуцентейло, О.О. Гуменюк // Інноваційна економіка. – 2018. – №6. – С. 131-143.
17. Січкаренко К.О. Цифровізація як фактор змін у міжнародних економічних відносинах / К.О. Січкаренко // Приазовський економічний вісник. – 2018. – №3. – С. 30–34.
18. Солодковський Ю.М. Діджиталізація міжнародного економічного розвитку / Ю.М. Солодковський, Т.С. Веремієнко. – К.: КНЕУ. – 2020. – №6. – С. 181-189.
19. Шевченко Ю.В. Трансформація бізнес-моделей в умовах цифрової економіки / Ю.В. Шевченко, І.О. Совершенна. – 2018. – С. 61-64.
20. Бухт Р. Определение, концепция и измерение цифровой экономики / Р. Бухт, Р. Хикс // Вестник международных организаций. – 2018. – №2. – С. 143-172.

21. Калужский М.Л. Электронная коммерция: маркетинговые сети и инфраструктура рынка / М. Л. Калужский; ОмГТУ. – М.: Экономика, 2014. – 328 с.
22. Остервальдер А. Построение бизнес-моделей: Настольная книга стратега и новатора / А. Остервальдер, И. Пинье. – Москва: Альпина Паблишер, 2020. – 288 с.
23. Новости рынков // SMART-LAB [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://smart-lab.ru/blog/news>.
24. Трансграничная электронная коммерция вступает в период бурного развития благодаря «Одному поясу, одному пути» // Государственный информационный сервер China.org.cn [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://russian.china.org.cn/exclusive/txt/2017-04/18/content_40644076.htm.
25. Buck C. The Impact of Digitalization on Business Models – A Systematic Literature Review / C. Buck, D. Eder // Twenty-fourth Americas Conference on Information Systems, New Orleans. – 2018. – P. 1-10.
26. Christ C. On the Way to Welfare 4.0 – Digitalisation in France / C. Christ, R. Frankenberger // Friedrich-Ebert-Stiftung. – 2017. – P. 1-6.
27. Ilcus M. Impact of Digitalization in Business World / Magdalena Alina Ilcus. // Review of International Comparative Management. – 2018. – №19. – P. 350-358.
28. Kotarba M. Digital Transformation of Business Models / Marcin Kotarba // Foundations of Management. – 2018. – №10. – P. 123-142.
29. Melián-González S. The Impact of digital technology on work / Santiago Melián-González // University of Las Palmas de Gran Canaria. – 2019. – P. 1-17.
30. OECD Economic Outlook – Paris: OECD Publishing, 2019. – 226 p.
31. Ordoñez de Pablos. The digital economy, new business models and key features / Ordoñez de Pablos, Kwok Tai // Addressing the Tax Challenges of the Digital Economy. – OECD. – 2016. – P. 69-97.
32. Schallmo D. Digital Transformation Now! / D. Schallmo, C. Williams. – Cham, Switzerland: Springer, 2018. – 70 p.

33. Twenty-five years of digitization: Ten insights into how to play it right // McKinsey Global Institute. – 2019. – P. 1-12.
34. Tapscott D. The Digital Economy: Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence. McGraw-Hill, 1995. – 342 p.
35. Tulder R. International Business in the Information and Digital Age / R. Tulder, A. Verbeke, L. Piscitello. // Emerald Publishing. – 2019. – 1-409 p.
36. UNCTAD Digital Report – New York: United Nations Publications, 2019. – 194 p.
37. Urbinati A. The role of digital technologies in the innovation process / A. Urbinati, D. Chiaroni, F. Frattini. // Conference: 24th Innovation and Product Development Management Conference, June 11-13, 2017. – Reykjavik, Iceland. – 2017. – P. 39-42.
38. Wittkop A. How Digitalization Changes the Internationalization of Entrepreneurial Firms: Theoretical Considerations and Empirical Evidence / A. Wittkop, Z. Katrin, R. Wagner // Management Dynamics in the Knowledge Economy. – 2018. – №2. – P. 193-207.
39. World Investment Report 2017: Investment and the Digital Economy. – UNCTAD, 2017. – 238 p.
40. <https://reports.weforum.org> – офіційний сайт Всесвітнього економічного форуму.
41. <https://www.oecd.org> – офіційний сайт Організації економічного співробітництва і розвитку.
42. <https://www.mckinsey.com> – офіційний сайт міжнародної консалтингової компанії McKinsey.
43. <https://www.forbes.com> – офіційний сайт Forbes.
44. https://www.ey.com/en_ua – офіційний сайт Ernst & Young Global Limited
45. <https://www.pwc.com/gx/en/research-insights.html> – офіційний сайт PwC Global.
46. <http://ukrstat.gov.ua> – офіційний сайт Державної служби статистики України.
47. Астаф'єв А.О. Питання розвитку цифрової культури українського соціуму: аналіт. записка / Національний інститут стратегічних досліджень. – 2016.

- [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.niss.gov.ua/articles/1631>.
48. Велика Британія офіційно вийшла з Європейського Союзу. Українські національні новини. 1 лютого 2020 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.unn.com.ua/uk/news/1849702-velika-britaniya-ofitsiyno-viyshla-z-evropeyskogo-soyuzu>.
49. Італія готова до виходу з ЄС через епідемію коронавірусу. UAZMI. 27 березня 2020 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://uazmi.org/news/post/bf41b7tGHmtj20hw37IUi6>.
50. Перспективи та перешкоди цифрової економіки в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://nachasi.com/2018/01/29/what-makes-ukraine-digital>.
51. Про тренди digital-маркетингу для малого бізнесу – 2017 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://psm7.com/blogs/o-trendax-digitalmarketinga-dlya-malogo-biznesa-v-2017-godu.html>.
52. У Києві обговорили інтеграцію України до Єдиного цифрового ринку Європейського Союзу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.kmu.gov.ua/ua/news/u-kiyevi-obgovorili-integraciyu-ukrayini-do-yedinogocifrovogorinku-yevropejskogo-soyuzu>.
53. Цифрова економіка становить 30% ВВП Китаю [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://news.finance.ua/ua/news/-/416119/tsyfrova-ekonomikastanovyt-30-vvp-kytayu>.
54. Щербатенко О. Перспективи та перешкоди цифрової економіки в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://nachasi.com/2018/01/29/what-makes-ukraine-digital>.
55. Що таке інтернет речей і навіщо він потрібен?! [Електронний ресурс] // Ukraine Economic Engine. – 2019. – Режим доступу: <https://www.sfii.gov.ua>.
56. Банке, Б. Россия онлайн? Догнать нельзя отстать / Б. Банке и др. – Бостон: The Boston Consulting Group, 2016. – 56 с.
57. Виртуальные валюты. Ключевые определения и потенциальные риски в сфере ПОД/ФТ / Отчет ФАТФ // Евразийская группа по противодействию

- легализации преступных доходов и финансированию терроризма [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.eurasiangroup.org/files/FATF_docs/Virtualnye_valyuty_FATF_2014.pdf.
- 58.2017 Global 1000. Internet Retailer Rankings of the World's Top 1000 E-Retailers // Digital Commerce 360 [Electronic resource]. – Mode of Access: <https://www.digitalcommerce360.com/product/global-1000-retailers>.
59. A window of opportunity for Europe, McKinsey Global Institute, June 2015. [Electronic resource]. – Mode of Access: https://www.mckinsey.com/~/media/McKinsey/Featured%20Insights/Europe/A%20window%20of%20opportunity%20for%20Europe/A_window_of_opportunity_for_Europe%20Full_report.ashx.
60. Der Weg nach vorne: Artificial Intelligence als Innovationsbeschleuniger in Unternehmen. – 2018. – [Electronic resource]. – Mode of Access: <https://www.pwc.de/de/digitale-transformation/der-weg-nach-vorne-ai-als-innovationsbeschleuniger-in-unternehmen.html>.
61. Digital Economy // Emerging Trends in Business. – 2018. – [Electronic resource]. – Mode of Access: <https://www.toppr.com/guides/businessenvironment/emerging-trends-in-business/digital-economy>.
62. European business: overcoming uncertainty, strengthening recovery. McKinsey Global Institute. [Electronic resource]. – Mode of Access: <https://www.mckinsey.com/~/media/mckinsey/featured%20insights/employment%20and%20growth/the%20brightening%20mood%20of%20european%20business%20and%20what%20it%20means%20for%20investment/mgi-european-business-overcoming-uncertainty-strengthening-recovery-executive-summary.ashx>.
63. European Commission macroeconomic database (AMECO). [Electronic resource]. – Mode of Access: https://ec.europa.eu/info/business-economy-euro/indicatorsstatistics/economic-databases/macro-economic-database-ameco/ameco-database_en.

64. Global economic data. IHS Global Insights database. [Electronic resource]. – Mode of Access: <https://ihsmarkit.com/products/global-economic-data.html>.
65. McKinsey Quarterly survey, March 2017 [Electronic resource]. – Mode of Access: <https://www.mckinsey.com/business-functions/strategy-and-corporate-finance/ourinsights/economic-conditions-snapshot-march-2017-mckinsey-global-survey-results>.
66. Pettinger T. The digital economy – Pros and Cons / Tejvan Pettinger // Economics. – 2020. – [Electronic resource]. – Mode of Access: <https://www.economicshelp.org/blog/164275/economics/the-digital-economy-pros-andcons>.
67. Rolfe A. Report: The global rise of digital goods and services / Alex Rolfe // Payments Industry Intelligence. – 2019. – [Electronic resource]. – Mode of Access: <https://www.paymentsardsandmobile.com/the-global-rise-of-digital-goods-and-services/>.
68. The advantages and disadvantages of digitalization. – 2018. – [Electronic resource]. – Mode of Access: <https://www.startsmarter.co.uk/the-advantages-anddisadvantages-of-digitalisation>.
69. The Digital Economy and Society Index (DESI). – 2019. – [Electronic resource]. – Mode of Access: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/desi>.
70. Understanding the impact of digitalization on society // World Economic Forum. – 2019. – [Electronic resource]. – Mode of Access: <https://reports.weforum.org/digital-transformation/understanding-the-impact-ofdigitalization-on-society>.
71. Verhage J. Goldman Sachs Has Four Charts Showing the Huge Potential in Virtual and Augmented Reality / Julie Verhage // Bloomberg. – 2016. – [Electronic resource]. – Mode of Access: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2016-0113/goldman-sachs-has-four-charts-showing-the-huge-potential-in-virtual-and-augmentedreality>.

