

Сербоженко Олександра Ярославівна

Науковий керівник – О.Г. Карандюк, старший викладач
кафедри бізнес-аналітики та цифрової економіки
Національний авіаційний університет

ЦИФРОВІЗАЦІЯ ЯК ЯВИЩЕ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Анотація. В роботі досліджено необхідність цифровізації у сфері економіки на ринковому рівні. Метою дослідження є аналіз використання цифрових технологій у сьогоденні. Окреслено сутність термінів «цифровізація», «інформаційна економіка».

Ключові слова: «інформаційна економіка», «економіка Інтернету», «електронна економіка», «цифровізація», «інтернет технології».

Цифровізація як явище економічної діяльності має безліч інтерпретацій, і наукові школи трактують зміст цього терміна по-різному. Можна виділити такі поняття як «інформаційна економіка», «економіка Інтернету», «електронна економіка». Саме ж поняття «цифрової» має на увазі ті сектори економіки, діяльність у яких заснована на використанні цифрових технологій. Щодо міжнародної торгівлі, то під цифровізацією (і цифровою економікою) можна розуміти кілька різних категорій. Найбільш очевидним є трактування поняття «цифровізація» як синтетичної категорії, під якою розуміються всі соціально-економічні процеси, в основі яких лежить використання цифрових технологій. До таких процесів слід віднести нові можливості навігації (зокрема, автономний транспорт, керований автопілотом), автоматизацію виробництва (спорудження промислових підприємств з мінімальним використанням ручної людської праці), нові принципи організації ринку праці (велика кількість самозайнятих, явище фрілансу).

Виникнення нових форматів спілкування, взаємодії та обміну інформацією дає змогу по-новому організувати сам процес здійснення торгових операцій. Завдяки цифровим технологіям можливості почати свій бізнес у торговельній сфері з'явилися у дуже широкого кола осіб, зокрема індивідуальних підприємців. До того ж цифровізація створила основу для якісного нового аналізу ринку, адже величезна кількість даних про нього, що генеруються всілякими пристроями уможливають принципово більш глибокий і змістовний аналіз міжнародної торгівлі. Найістотнішим чинником, який впливає на розвиток цифрової економіки, є розширення кола людей, які мають доступ до неї.

Класичний приватний університет говорить, що практично вся міжнародна торгівля тією чи іншою мірою спирається на використання Інтернету. В електронну форму вже повністю перейшли комунікації, ділове листування (в деяких країнах). Організувати сучасну міжнародну торгівлю без допомоги інтернет-технологій практично неможливо. Виникнення електронних платформ визначило те місце електронної комерції, яка вона посідає зараз. До таких платформ слід віднести eBay, Alibaba, Etsy, інтегровані з ними сервіси та подібні проекти. Спільною рисою усіх цих проєктів є доступ до них покупців в домашніх умовах.

Ця якість є принципово важливою. Якщо раніше участь у міжнародній торгівлі виключала роздріб і тільки великі гравці могли проводити операції, то тепер «вартість» входження на цей ринок визначається тільки ціною самої покупки. Тобто якщо раніше людина, що бажає купити ноутбук, фактично була обмежена в можливості вибору географічними рамками свого населеного пункту, то тепер вона може здійснювати покупки в будь-якому великому інтернет-магазині планети. Можливості обмежені тільки інтерфейсом магазину (потенційний покупець повинен розуміти його мову), технічною можливістю внести оплату, наявністю доступу служби доставки цього магазину до місця розташування клієнта.

Іншими словами, тепер схема організації торгівлі виглядає таким чином: «універсальний торговий майданчик – кінцевий покупець». Тобто кількість посередників між виробником і покупцями різко скоротилась. Ця властивість електронної торгівлі (і електронних майданчиків) докорінно змінює особливості взаємодії в електронній сфері. Тепер доступ на міжнародний ринок мають окремі громадяни (як покупці), а також малі та середні підприємства (в ролі продавців). Таким чином, електронна торгівля зруйнувала монопольний доступ великих компаній до можливостей міжнародного ринку.

Простежується тенденція: чим раніше країна почала рух в бік глобалізації, тим вище в її населенні частка тих, хто користується електронними грошима та супутніми сервісами. У технологічному аспекті під час формування цифрової економіки можна виділити такі чотири тренди: розвиток і практичне застосування мобільних технологій, бізнес-аналітика, використання хмарних обчислень, соціальні медіа; в глобальному плані – соціальні мережі, зокрема “Facebook”, “YouTube”, “Twitter”, “LinkedIn”, “Instagram”.

Соціальні мережі стають основними (а для деяких людей – єдиними) каналами комунікації. Як наслідок, вже зараз на рекламу саме за допомогою використання можливостей соціальних мереж доводиться все більша частка рекламного ринку взагалі. Маніпуляція за допомогою інструментів соціальних мереж набуває все більш вагомого значення в боротьбі за клієнтів. Щоби домогтися успіху на світовому ринку електронної комерції, вкрай важливо створити атмосферу довіри для споживачів, зокрема для тих, хто здійснює транскордонні закупівлі в Інтернеті.

Висновки. Цифровізація економіки допомагає вийти ринковим відносинам на новий рівень. Вона спрощує комунікацію з потенційними клієнтами та партнерами, а також здійснює рішучий вплив на структуру й динаміку світової торгівлі. Такий вплив виявляється в декількох аспектах. Першим є формування нової інформаційно-комунікаційної основи міжнародних торгових відносин. Другий аспект полягає в проникненні цифрових технологій на побутовий рівень, а саме більш інтенсивному використанні електронних грошей, збільшенні частки товарів і послуг, які існують тільки в електронному вигляді.

Використані джерела:

1. Когут Ю. Цифрова трансформація економіки та проблеми кібербезпеки 2021. С. 105–112.
2. Чмерук Г.Г. Цифрова економіка як окремий сектор національної економіки держави. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія «Міжнародні економічні відносини та світове господарство». 2019. № 27. С. 92–97.