

дозволяють максимально зробити виробництво рентабельним. Цифрова економіка заснована на цих інструментах [1, с.59].

Враховуючи те, що на початок 2022 року близько 4,9 млрд людей в світі є користувачами інтернету, цифрова економіка буде й надалі активно розвиватися і в найближчі кілька років стане найважливішим двигуном інновацій, конкурентоспроможності та економічного зростання у світі.

Сучасні технологічні тенденції, такі як мобільні рішення, хмарні технології і аналіз даних, створюють нові можливості для бізнесу. Тут прихований великий потенціал для створення нових бізнес-цінностей компаній, а перехід до «цифрових виробництв» створює цілі галузі.

Комерційні компанії, розуміючи вигоду, самі провадять процеси власної цифровізації, проте для державних відомств такі нововведення є складнішими, оскільки тут необхідна ініціатива держави, зміна законодавства, і на розв'язання таких питань може знадобитися не один рік. Потрібно розвивати цифровізацію взаємодії з державними органами, інвестувати в комплексні програми цифрової трансформації найважливіших галузей економіки та державних підприємств.

Для суспільства в цілому цифрові рішення принесуть нові ризики. Тому нашій країні необхідні ініціативи по просуванню цифрової грамотності, а також оптимізація практик кібербезпеки, захисту даних і інформації.

Таким чином, цифрова економіка в глобальному економічному просторі буде і надалі розвиватися, охоплюючи все більше сфер та споживачів, а також створюючи додаткові умови для розвитку бізнесу.

Література:

1. Кулинич М. Б. Тенденції становлення цифрової економіки в глобальному економічному просторі. *Modern Economics*. 2019. № 16 (2019). С. 57-63. DOI: [https://doi.org/10.31521/modecon.V16\(2019\)-08](https://doi.org/10.31521/modecon.V16(2019)-08).
2. Ковалев М. М., Головенчик Г. Г. Цифровая экономика – шанс для Беларуси : монографія. Минск : Изд. центр БГУ, 2018. 327 с.
3. Гулей А. І., Язлюк Б. О., Гулей С. А. Формування нової цифрової ери на межі реального та віртуального соціально-економічного простору взаємодії. *Український журнал прикладної економіки*. 2018. Том 3. № 2. С. 17-26.
4. Ковальчук К. Ф., Бандоріна Л. М., Удачина К. О. Цифрова економіка – економіка ХХІ століття. Цифрова економіка : зб. матеріалів Національної наук.-метод. конф., 4–5 жовтня 2018 р. Київ : КНЕУ, 2018. С. 185-188.

ФАКТОРЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ЭВОЛЮЦИЮ КОНКУРЕНЦИИ В УЛОВИЯХ РАЗВИТИЯ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

Д. А. РЯБОВОЛ, аспирант

Харьковский национальный университет имени В. Н. Каразина, г. Харьков

Цифровая революция, или, в более общем понимании, Четвертая научно-техническая революция, находится на траектории скорого превышения влияния

и масштаба всех предшествующих трансформаций экономики. Ее практически экспоненциальные темпы развития и усложнения, являются одним из ключевых драйверов роста ряда ключевых индустрий, таких как электронная коммерция, финансы, транспорт и образование. Технологичные решения становятся все более узко-таргетированными, но при этом ставят рекорды популярности в своих нишах. Все большее количество компаний перешагивают ранее невозможные уровни рыночной капитализации, с лидером в лице компании Apple с показателем, равным \$2,7 трлн.

Цифровизация бизнес-процессов уже продолжительное время является приоритетом не только производственного сектора, где она нашла свое изначальное применение, но также активно распространяет свое влияние на секторы экономики, ранее являвшиеся менее подверженными влиянию новых технологий. Возникшие на этом фоне «голубые океаны» привели к развитию целого ряда компаний нового типа – таких, как Uber, Airbnb и др. В этом процессе прослеживается один из наиболее характерных процессов, сопровождающих становление цифровой экономики с периода ее первого заметного проявления в виде «бума доткомов» – трансформация конкуренции.

Не секрет, что изменение природы конкуренции является скорее объективным экономическим и историческим процессом, восходя к первым этапам в виде индустриально-конкурентной системы, появлению первых монополий, имевшей место бифуркации в виде добавления планово-рыночных отношений, переходя к современному этапу цифровой конкуренции. Однако с учетом цифровой природы товаров и услуг, – по сути абсолютно нового типа продукта в экономической системе, – эта трансформация становится все более масштабной и часто противоречивой.

Стоит отметить, что согласно прогнозам, уже в 2025 году доля цифровой экономики в мировом масштабе составит 24,3% (\$23 трлн.), тогда как еще в 2016 году эта цифра составляла 15,5% [1]. На этом фоне аспект конкурентной борьбы в ее рамках и все расширяющихся границах приобретает решающее значение для миллиардов людей во всем мире, которые уже приобрели привычку пользования цифровыми инструментами как в повседневной жизни, так и в работе, сформировали необходимые цепочки и взаимосвязи.

А если учесть долю и влияние цифровизованной экономики, то становится очевидным актуальность этого аспекта, а именно, качества исследования конкуренции и ее правил. Здесь можно выделить несколько аспектов, которые выделяют современную конкуренцию: распространенная практика слияний и покупки конкурирующих стартапов; снижение «мобильности» своих пользователей и их данных для затруднения их потенциального перехода к пользованию решениями конкурентов; распространенное применение «Стратегии голубого океана» на фоне расширения спектра ниш и предоставляемых цифровых услуг, активное внедрение механизмов когнитивных искажений в пользовательский путь для укрепления привычки использования продукта и др.

Стоит охарактеризовать перечисленные факторы, поскольку их влияние на данный момент является ключевым в развитии цифровой экономики и

отдельных компаний-платформ и стартапов. Первый фактор, по нашему мнению, прежде всего вызван большим наплывом инвестиционных капиталов в цифровые стартапы, уже завоевавших свою рыночную долю, в период 2021-22 гг. В связи с этим игроки начали активно совершать покупки небольших растущих стартапов, при этом часто либо включая их услуги в свою экосистему, или даже сводя на нет их влияние на отдельном рынке (т.н. «разрушительные поглощения»). Только за 2021 год глобально было произведено инвестиционных раундов на сумму более \$600 млрд. [2].

На этом фоне все чаще стали наблюдаться тенденции «заикливания» инноваций в рамках интересов отдельных игроками, что может негативно сказываться на динамике развития и внедрения инноваций, даже без учета аспектов их мобильности (в плане ограничения доступа к отдельным программным механизмам и технологиям). В этом плане стоит привести несколько показательных примеров такого рыночного поведения – например, Microsoft, Alphabet и Amazon, которые особенно активизировали активность в сфере поглощения в 2021 году. При этом Alphabet было осуществлено более 100 сделок на сумму более \$20 млрд. [3].

Также стоит отметить конкуренцию в сфере инвестиций в технологические стартапы. Поскольку этот аспект также в какой-то степени определяет ландшафт и метода конкурентной борьбы в цифровой экономике в целом. Отметим, что по данным,

В свою очередь, снижение мобильности пользователей может быть связано как с затруднением вывода своих данных с платформы процедурой подстраивания продукта под конкретные задачи (т.н. «эффект ИКЕА), с сознательной затратой труда, так и некоторыми модификациями платежной политики. Например, стимулирование покупки долгосрочной подписки – 6 или 12 месяцев, со значительными выгодами для пользователя. Также не стоит забывать о том, что значительную роль в этом процессе играют социальные аспекты, а значит, вовлеченность глобальной аудитории и ее взаимодействие между собой, поддерживающее привлекательность пользования продуктом.

И что касается завершающего пункта, который необходимо затронуть для формирования комплексного понимания данной проблематики, а именно, применения целого спектра разнообразных механизмов психологического воздействия и позиционирования по «Стратегии голубого океана», стоит отметить, что значение данного фактора трудно переоценить в современных условиях развития цифровой экономики. Все продукты, так или иначе связанные с предоставлением цифровых услуг, уже применяют данные механизмы в явном или скрытом виде. В другой же плоскости лежит вопрос этичности применения тех или иных механизмов, необходимость направления из не столько на привязанность к продукту, сколько направленность на положительные изменения в качестве жизни и мышления.

Література:

1. Xu W., Cooper A. Digital Spillover. Measuring the true impact of the digital economy. URL: https://www.huawei.com/minisite/gci/en/digital-spillover/files/gci_digital_spillover.pdf

2. Bryan H. Venture Capital 2021 Recap – A Record Breaking Year. URL: <https://insight.factset.com/venture-capital-2021-recap-a-record-breaking-year> (дата звернення 30.01.2022 р.).

3. Sherman A., Feiner L. Amazon, Microsoft and Alphabet went on a buying spree in 2021 despite D.C.'s vow to take on Big Tech. URL: <https://www.cnn.com/2022/01/22/amazon-microsoft-alphabet-set-more-deals-in-2021-than-last-10-years.html#:~:text=Investing%20Club-,Amazon%2C%20Microsoft%20and%20Alphabet%20went%20on%20a%20buying%20spree%20in,to%20take%20on%20Big%20Tech&text=Microsoft%2C%20Alphabet%20and%20Amazon%20a%20past%20decade%2C%20according%20to%20Dealogic> (дата звернення 30.01.2022 р.).

ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ БАНКІВСЬКОГО БІЗНЕСУ

Я. І. ПАСЬ, здобувач

Львівський національний університет імені Івана Франка, м. Львів, Україна

У сучасному світі розвиток цифрової економіки відбувається шляхом удосконалення інформаційних технологій. Цифровізація вносить свої корективи в усі галузі суспільного життя, залишаючи позаду традиційні моделі функціонування. Основною метою розвитку цифрової інфраструктури в Україні є "можливість громадян без обмежень та труднощів технічного, організаційного чи фінансового характеру (соціально незахищені верстви населення) використовувати цифрові можливості незалежно від місцезнаходження чи проживання не перебуваючи в сегменті цифрового розриву" [2].

Вітчизняна практика демонструє, що процес цифровізації є дієвим для проєктних команд і невеликих компаній і це пов'язано з створенням та швидким представленням інноваційних продуктів на фінансовому ринку, цим самим підкреслюючи важливі акценти з стартапів до великих банків. Сьогодні цифрова трансформація зумовлює створення унікальних процесів, які утворюють цінну сутність (цифровий банківський бізнес, Uber та ін.). У сучасних умовах господарювання найбільш масштабне впровадження цифрових технологій відбувається у сегментах фінансового ринку, яке внесло свої корективи в процеси обігу та торгівлі фінансовими інструментами. Стає очевидним, що найближчим часом сучасний банківський бізнес буде функціонувати виключно в глобальній мережі Інтернет, а всі фінансові операції виконуватимуть за допомогою гаджетів. Існує твердження, що на фінансовому ринку можуть усунути платіжні картки, оскільки діджиталізація та електронні гроші активно опановують всі сегменти фінансового ринку.

Поширення пандемії спровокувало інноваційні зміни у світовій фінансовій системі, що стало поштовхом до діджиталізації банківського бізнесу. Банки зосередилися на зниженні витрат й управлінні капіталом, операційних ризиків. Основним завданням сучасного банківського бізнесу є "діджиталізація клієнта", тобто створити умови залежності від банківських послуг. Світові експерти стверджують, що сучасний банківський бізнес до 2030 року набуде відмінного формату, тобто те, що ми маємо сьогодні зміниться еволюційним шляхом. Банки, які посідають провідні позиції розуміють