

Електронне наукове фахове видання "Ефективна економіка" включено до переліку наукових фахових видань України з питань економіки (Категорія «Б», Наказ Міністерства освіти і науки України від 11.07.2019 № 975) www.economy.nayka.com.ua | № 7, 2021 | 29.07.2021 р.

DOI: [10.32702/2307-2105-2021.7.202](https://doi.org/10.32702/2307-2105-2021.7.202)

УДК 339.72:330.354

JEL Classification: F36, G14

А. С. Д'яченко,

студентка факультету системного аналізу управління, Інститут прикладного системного аналізу, Національний технічний університет України "Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського"

ORCID ID: 0000-0003-0036-4405

Н. В. Роцина,

к. е. н, доцент, доцент кафедри теоретичної та прикладної економіки, Національний технічний університет України "Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського"

ORCID ID: 0000-0003-2035-8846

ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ В УМОВАХ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ: НОВІ МОЖЛИВОСТІ

A. Diachenko

Student of the Department of System Analysis of Management, IASA, National Technical University of Ukraine "Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute"

N. Roshchyna

PhD in Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Theoretical and Applied Economics, National Technical University of Ukraine "Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute"

MARKET RESEARCH IN THE CONTEXT OF DIGITALISATION: NEW OPPORTUNITIES

В роботі проаналізовані системи класифікації потреб людини в умовах діджиталізації. Окреслені не тільки пріоритетні напрямки затребуваності товарів і послуг та їх дооцінка, але і оцінка нових сегментів ринку, визначення цільової аудиторії, розуміння поведінки цієї аудиторії при придбанні товарів і послуг. Проаналізовані можливості діджиталізації за даними пошукової системи Google за період 2000 – 2018 років по окремих показниках: кількість абонентів фіксованого широкосмугового доступу до мережі Інтернет та мобільного супутникового зв'язку; захищеність Інтернет серверів, що використовують технології шифрування при обміні даними в Інтернеті; витрати на наукові дослідження і розробки (в відсотках від ВВП); індекс ефективності логістики; податки на товари і послуги (в відсотках від доданої вартості в промисловості і сфері послуг). Зроблено статистичний порівняльний аналіз вказаних показників для країн з розвинутою економікою (Данія, Великобританія, Польща) та менш розвинутою з пострадянською спадщиною (Україна, Білорусь, Росія).

Авторами запропоновані критерії оцінки digital-взаємовідносин між покупцями та продавцями, які характеризують рівень ефективності системи, та її оптимальність. Кожний критерій оперативної взаємодії бізнесу та споживачів (ринку) прив'язаний до потреб суспільства в digital-послугах. Доведено, що за період існування України основний показник стабільних умов – податки - зросли майже вдвічі. В той же час західні країни демонструють практично однакові показники

за останні 30 років, або незначні коливання. Саме тому існує необхідність залучення Держави (податкової та фіскальної служб) до удосконалення системи оподаткування, як основного важелю впливу на сучасний розвиток digital-ринку. В дослідженнях визначені нові напрямки розвитку діджитал-компонент ринку з залученням нових гравців з сегментів в галузях: ритейл; Fashion-бренди; медицина і фармацевтика; нерухомість і будівництво; транспорт і перевезення; агросектор; важка промисловість; FMCG; страхування і банкінг. Запропоновано залучення та мобілізацію капіталу компанії з приватного сектору, іноземного та державного капіталу, навчання фахівців у т. ч. за кошти учасників діджитал-ринку, збільшення кількості компанії по розробці технологій і виготовленню обладнання або ІТ продуктів, перехід до співпраці з виробником без посередників.

In this work, the systems of classifications of human needs in the conditions of digitalization are analyzed. Not only the priority directions of demand for goods and services and their revaluation are outlined, but also the assessment of new market segments, the definition of the target audience, understanding of the behavior of this audience while purchasing goods and services. The possibilities of digitalization are analyzed according to the Google search engine between 2000 and 2018 in conformity with certain indicators: the number of subscribers of fixed broadband Internet access and mobile satellite communication; security of Internet servers that use encryption technologies for exchanging data on the Internet; research and development costs (as a percentage of GDP); logistics efficiency index; taxes on goods and services (as a percentage of added value in industry and services sector). A comparative statistical analysis of these indicators is conducted for countries with developed economies (Denmark, Great Britain, Poland) and less developed with a post-Soviet heritage (Ukraine, Belarus, Russia). The authors propose criteria for assessing the digital relationship between buyers and sellers, which characterize the level of system efficiency and its optimality. Each criterion of operative interaction of business and consumers (market) is tied to the needs of society in digital services. It is concluded that during the period of Ukraine's existence, the primary indicator of stable conditions is that taxes have almost doubled. At the same time, western countries show nearly the same numbers for the last 30 years or slight fluctuations. That is why there is a need to involve the State (tax and fiscal services) in improving the tax system as the main lever of influence on the modern development of the digital market. The research identifies new areas of development of the digital-component market with the involvement of new players from segments in the following industries: retail; fashion brands; medicine and pharmaceuticals; real estate and construction; transport and transportation; agricultural sector; heavy industry; FMCG; insurance and banking. It is proposed to attract and mobilize companies' capital from the private sector, foreign and State capital, training of specialists, including at the expense of digital market participants, increasing the number of companies developing technology and manufacturing equipment or IT products, transition to cooperation with manufacturers without intermediaries.

Ключові слова: діджиталізація; цифровізація; digital-ринок; ритейл; податки; логістика.

Key words: Digitalization; digitization; digital-relationship; retail; taxes; logistics.

Вступ. Поняття діджиталізації стало часто вживатися в наукових публікаціях і на дискусійних майданчиках відносно недавно. Хоча цифрові технології використовуються у виробничих процесах вже багато років, вітчизняний ринок став активно реагувати на ці новітні ознаки конкурентоспроможності останні декілька десятків років. У перекладі термін «діджиталізація» (англ. digitalization) означає «оцифрування», «цифровізація», «приведення в цифрову форму» [1- 3]. Активний розвиток цифрових та інформаційних технологій сформував якісно новий ринок – ринок інформаційних послуг, який поєднує великий сегмент споживачів. За оцінками фахівців, понад 60% світових корпорацій вже розробили власну стратегією digital-трансформації, яка спрямована на одночасне врахування технологічних змін та особливостей ринкового споживання [4].

В Україні першою на цей виклик відреагувала банківська сфера, потім транспортна, далі - більш вузько направлені учасники ринку продажу товарів та послуг. Тобто, сучасний етап розвитку світової економіки - епоха глобалізації, яка вплинула на всі сфери діяльності ринку. Наприклад, банки постійно знаходяться в пошуку найбільш ефективних способів обслуговування та надання консалтингових, просвітницьких послуг своїм клієнтам. Це призводить до зміни числа філіальних мереж, банкоматів, впровадження нових способів самообслуговування і,

найголовніше, вдосконалення існуючих каналів і тісний контакт з торговими організаціями. Жорстка конкуренція між банківськими, чи іншими підприємствами, сприяє найшвидше реагувати на нові технологічні можливості і залучати нових гравців в банківський сектор, сектор товарів і послуг, сектор ІТ тобто в фінансову індустрію в цілому.

Постановка завдання. В економіці, показником, який характеризує обсяги діяльності підприємства, є обсяг реалізованої продукції (товар та послуга), а результативним показником, який характеризує ефективність фінансово - господарської діяльності підприємства, є чистий прибуток (збиток). Тому, нові можливості прибутковості – пошук нових форм комунікацій з потенційним клієнтом - повинні бути засновані на наш погляд, на багатьох критеріях, які практично не потрапляють в коло питань досліджень ринку цифровізації. Критерій – це ознака, на підставі якої формується оцінка якості об'єкта чи процесу. Тому треба проаналізувати, які критерії для оцінки нових можливостей ринкових digital-взаємовідносин між покупцями та продавцями, будуть характеризувати рівень ефективності системи, та наскільки система близька до оптимального стану (ефективність та оптимальність) і що заважає.

Логічно, що кожний критерій оперативної взаємодії бізнесу та споживачів (ринку) повинен бути прив'язаним до потреб суспільства в digital-послугах. Аналіз цих потреб, тобто дослідження ринку в умовах діджиталізації, потребує окреслити не тільки пріоритетні напрямки затребуваності товарів і послуг та їх дооцінку, але і оцінку нових сегментів ринку, визначення цільової аудиторії, розуміння поведінки цієї аудиторії при придбанні товарів і послуг.

Отже виклик сьогодення - пріоритетний напрямок досліджень у відкритті ринкових digital-взаємовідносин між покупцями та продавцями – це визначення взаємозв'язку між критеріями нових можливостей діджиталізації та потребами цільової аудиторії у товарах та послугах. Залучення нових сегментів економіки (таргетювання) залишаються без уваги оскільки не всі учасники ринку встигають за змінами сфер цифрових перетворень в умовах «неповної» ефективності чи оптимальності.

Методологія. В ході проведення пропонованого дослідження вирішується відразу кілька груп завдань, згідно з якими застосовано низка окремих методів їх рішення: а) пошукові (збір, фільтрація і сортування інформації для подальшого вивчення); б) описові (визначення суті проблеми, її структурування і виявлення діючих факторів); в) казуальне (пошук зв'язку між певними критеріями і виявленою проблемою); г) прогностичні (передбачення майбутньої ситуації на ринку digital- взаємовідносин).

Результати дослідження. Почнемо з потреб. Знаючи потреби нашої цільової аудиторії можна взаємодіяти більш ефективно, вирішуючи проблему клієнта, не розповідаючи про те, наскільки хороший ваш продукт сам по собі. Продукт, що не задовольняє потребам споживачів не може існувати на ринку - на нього просто не буде попиту. З іншого боку, є попит, але digital- взаємовідносини не задовольняють критеріям клієнта.

Аналіз систем класифікації потреб людини дозволяє оцінити не тільки їх безліч, але і їх різноспрямованість. Найвідомішою є піраміда потреб Маслоу, в якій ієрархія потреб вказана по наростаючій: фізіологічні, потреба в безпеці, потреби соціальні, потреби пов'язані з повагою, потреби в самоактуалізації. Іншим підходом є поділ потреб на функціональні (купувати їжу, лікарські засоби, одяг та інш.) і емоційні, останні поділяються на психологічні (захист та безпека, зменшення фінансових затрат та часу, збільшення своїх ресурсів, підкреслити свою індивідуальність та інше.) і соціальні (взаємини особистості і соціуму, громадянина і держави. та інше.).

Альфред Маршалл (засновник кембриджської економічної школи) розділив потреби відразу за кількома групами [5]: а) первинні (у воді та їжі) і вторинні (перегляд кіно); б) абсолютні (необхідність спілкування) і відносні (мати сторінку в соціальних мережах); в) вищі (естетичні, духовні, когнітивні) і нижчі (пов'язані з фізіологією); г) позитивні (потреба в пізнанні) і негативні (залежно); д) невідкладні і ті, що можна відкласти; е) загальні (є у всіх представників людства) і особливі (сформовані в певних соціальних групах); ж) індивідуальні (потреби індивіда) і колективні (потреби групи людей); з) звичайні і обумовлені надзвичайними обставинами; и) приватні (потреби індивіда, сім'ї або фірми) і державні (наприклад, потреба в охороні кордонів).

Наприклад, В. М. Бугорський [6] розробив перелік потреб суспільства в інформаційних послугах: а) довготривале зберігання інформації (книги, бібліотеки, фільми); б) збір (отримання), зберігання та надання інформації для різних видів діяльності; в) наукова і спеціальна професійна інформація; г) управлінська інформація для обґрунтування і прийняття рішень; д) комерційна інформація (списки з адресами і телефонами фірм, відомості про товари, їх цінах, виробниках, курси валют і акцій, склепіння законів по комерційній діяльності, податків.); е) масова інформація (розклад руху транспорту, прогнози погоди, адреси підприємств побутового обслуговування); ж) передача (пересилання) інформації (пошта, телеграф, телефон, радіозв'язок); з) обробка інформації з різних напрямків господарської та соціальної діяльності.

Дослідження за тематикою впливу інформаційних і комунікаційних технологій на потреби і стан банківського сектору з'явилися ще в 70-і роки [7]. Перші технології здійснювали потреби підтримки внутрішніх процесів шляхом формування міжбанківських мереж та їх захист. На другому етапі з'явилися інформаційні та комунікаційні технології, які забезпечили потребу допуску і функціонуванню ринків капіталу, а також створення глобальних он-лайн майданчиків. В даний час технології використовуються для потреб технічної підтримки банків, для розвитку нових каналів дистрибуції, зокрема, за допомогою мережі Інтернет або спільних продуктів за допомогою тісної співпраці з торговими організаціями.

Судячи з проведеного аналізу систем класифікації потреб людини, можемо констатувати, що основні критерії ринкових digital-взаємовідносин між покупцями та продавцями полягають у наступному: доступність, швидкість (готовність до змін), зручність, захищеність, глобалізація, технічна оснащеність, дистрибуція (комплекс взаємопов'язаних функцій розподілу матеріального потоку між різними покупцями, у т.ч. логістика), конкуренція, зменшення фінансових затрат та наявність наукового потенціалу. У підсумку, головною особливістю нових можливостей діджиталізації є створення умов для більш комфортної та оперативної взаємодії бізнесу та споживачів з

урахуванням вищезначених критеріїв та потреб. Спробуємо розібратися у критеріальному оцінюванні ефективності та оптимальності digital-ринку на прикладі декількох складових технології формуючого оцінювання.

Приймаючи до уваги вищенаведений аналіз систем класифікації потреб, розуміємо, що сьогодні для здійснення споживчих потреб різного напрямку, першочергова потреба - Інтернет і критерій «доступність». Інтернет - це не просто канал дистрибуції, він впливає на розвиток усіх учасників ринку і його можна розглядати як з точки зору виробника сегменту економіки продуктів, так і з точки зору їх дистрибуції. Тому аналіз нових можливостей ринку в умовах діджиталізації треба починати зі складових, а саме з оцінки доступності споживача до мережі Інтернет, що включає як клієнтів цифрових абонентських ліній, кабельних модемів та широкосмугового доступу до мережі, так і клієнтів, які користуються послугами мобільного телефонного зв'язку на основі супутникових технологій.

Можливості діджиталізації пошукової система Google у розділі «Показники світового розвитку» [8] дозволяють оцінити кількість абонентів фіксованого широкосмугового доступу до мережі Інтернет (рис. 1) та мобільного супутникового зв'язку (рис. 2) в країнах з розвинутою економікою (Данія, Великобританія, Польща) та менш розвинутою з пострадянською спадщиною (Україна, Білорусь, Росія). Тобто, більше 5 млн абонентів фіксованого широкосмугового доступу та 50 млн абонентів мобільного супутникового зв'язку мають можливості доступу до digital-послуг. Це більш, ніж населення України. Хіба це помилка? Ні. Багато споживачів мають доступ до Інтернету як зі стаціонарних комп'ютерів чи ноутбуків, так і зі смартфонів, чи приладів, що розташовані у офісах. І по критерію «доступність» Україна майже «на висоті», враховуючи кількість населення країн, що прийняті до аналізу.

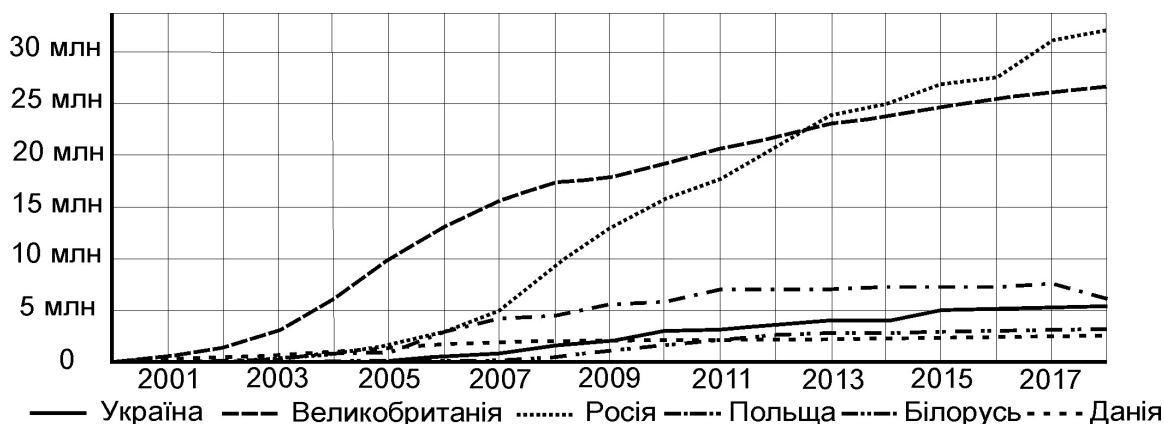


Рисунок 1. Абоненти фіксованого широкосмугового доступу до мережі Інтернет (на 100 осіб) за період з 2000 -2018 рр.

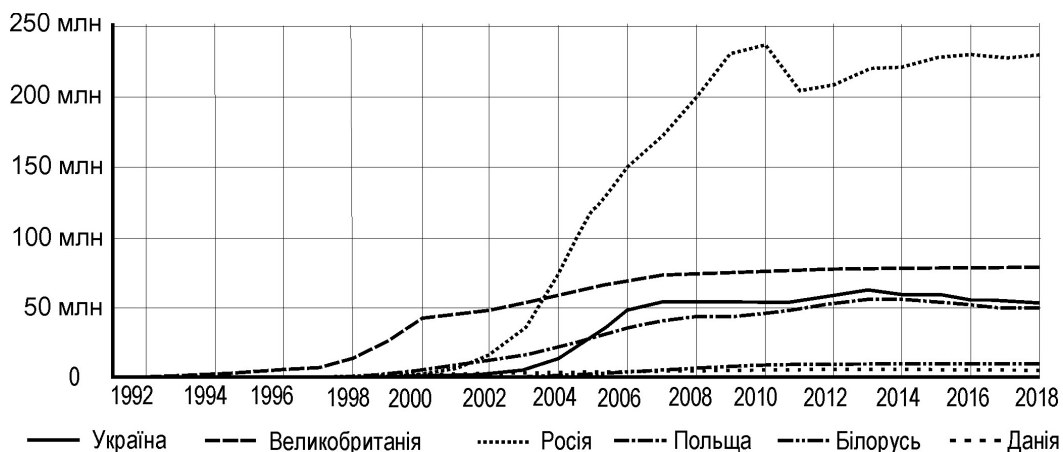


Рисунок 2. Абоненти мобільного супутникового зв'язку (на 100 осіб) за період 2000 -2018 рр.

Доступність українців до Інтернету співвідноситься з Польщею, бо населення країн майже однаково (Польща – 38654590 людей (за даними Google 2020 р.); Україна 41958436 людей (за даними Google 2020 р.) або 37289165 (за даними КМУ 2019 р.)). Однак інфраструктура фіксованого широкосмугового Інтернет в Україні розвивається недостатньо добре, тому що маємо великий цифровий розрив між містом і селом, а згідно зі статистикою близько 60-70 % українських сіл взагалі не підключені до широкосмугових Інтернет каналів, то є велика кількість громадян на селі фактично дискриміновані в своїх можливостях. Нові можливості – підключення нових учасників ринку (Інтернет провайдерів), залучення інвестицій.

Критерій «захищеність» слід оцінювати по інформації захищеності Інтернет серверів, що використовують технології шифрування при обміні даними в Інтернеті (рис.3).

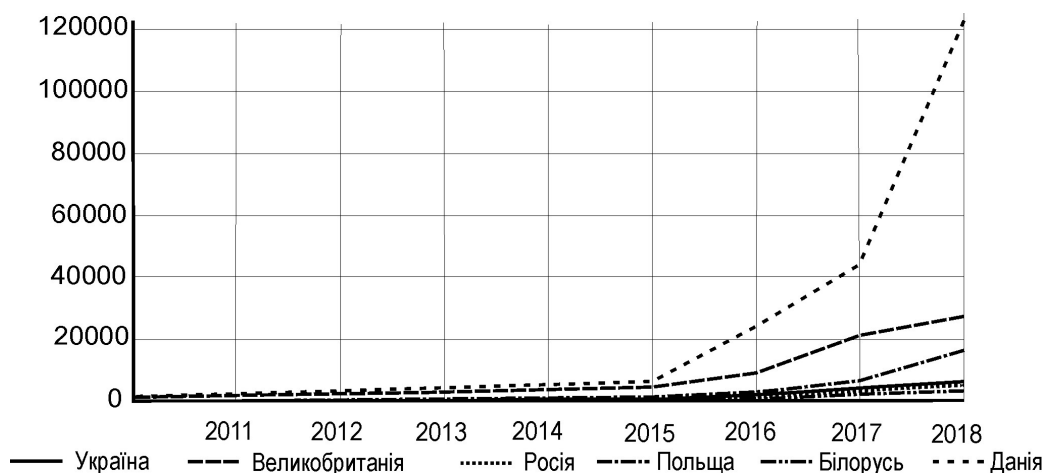


Рисунок 3. Захищені інтернет-сервери (на 1 млн осіб)

Роблячи покупки товарів і послуг, кожен учасник ринку, в першу чергу, переживає за захищеність своїх персональних даних. Судячи з графіку (см. рис. 3), український учасник ринку не завжди захищений, як і другі пострадянські країни. Чому так? Бракує пристроїв, обладнання та технологій. Цифрова трансформація потребує комплексного вирішення бізнес-завдань разом з правильно підібраними ІТ-інструментами. Це надає нам у перспективі нові можливості на ринку діджиталізації, а саме: залучати інвестиції, глобалізувати ринок, створювати нові компанії по розробці технологій і виготовлення обладнання, що приведе до збільшення кількості не тільки робочих місць, а й покущів діджиталринку, бо вони будуть відчувати себе в безпеці.

Технології – це наукові дослідження і розробки. Щодо індексів проникнення, поглинання і інтенсивності використання технологій Україна у глобальному рейтингу знаходиться між 70-м і 80-м місцем. Як правило витрати на наукові дослідження і розробки включають поточні і капітальні витрати (державні і приватні) на систематичну творчу діяльність по розширенню знань в гуманітарній, культурній та громадській сферах, а також по вивченню можливостей їх застосування. Сюди входять фундаментальні і прикладні дослідження, дослідно-конструкторські розробки. І це критерій «технічна оснащеність». Графік витрат на наукові дослідження і розробки в країнах, що прийняті до аналізу представлено на рисунку 4. Остання позиція виглядає жахливо – останнє місто, та ринкове саморегулювання тут не працює. Саме тому у світовому рейтингу цифрової конкурентоспроможності швейцарського Інституту розвитку менеджменту (IMD) за 2017р [9] Україна займає лише 60-місце серед 63 країн світу, для яких складався цей рейтинг (позаду лише Монголія, Перу та Венесуела).

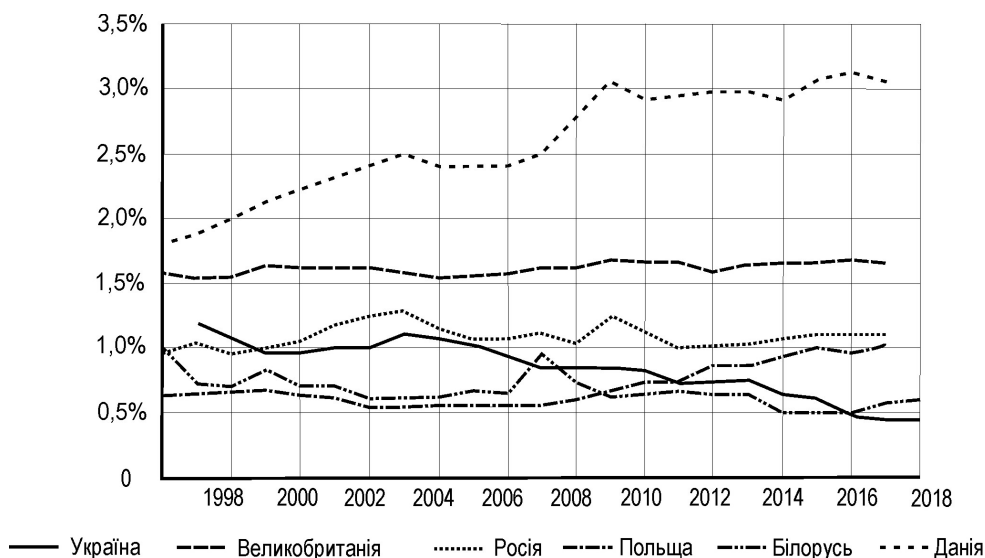


Рисунок 4. Витрати на наукові дослідження і розробки (в % від ВВП)

Пасивна роль держави та національної бізнес-еліти за таких умов може призвести до фатальних наслідків, коли до цифрової України буде втрачений інтерес з боку провідних акторів світового діджиталринку і коли продукти праці її жителів будуть представляти дедалі менше інтересу для новітніх глобальних ринків. У цифровій економіці ключовим ресурсом є дані, які генеруються пристроями, які використовують технології, які впроваджуються і створюються людьми завдяки їхнім знанням. Це економіка знань, економіка даних, економіка електронної взаємодії, транзакцій. Це ресурсоутворююванні сфери, а не ресурсоспоживання. Якщо говорити конкретно, то в діджиталізації

найбільше потребують компанії з сегментів в галузях: ритейл; Fashion-бренди; медицина і фармацевтика; нерухомість і будівництво; транспорт і перевезення; агросектор; важка промисловість; FMCG; страхування і банкінг. Нові можливості у таких умовах передбачають залучення та мобілізацію капіталу компаній з цих галузей та приватного сектору, іноземного та державного капіталу, навчання фахівців у т.ч. за кошти учасників діджиталринку.

У широкому сенсі сприянню цифрової торгівлі необхідно: підвищення ефективності митного контролю, поліпшення фізичних і регуляторних умов, гармонізація стандартів, дотримання міжнародних норм, а також логістика транспортування товарів і супутньої документації між країнами і портами. І це критерій дистрибуції. За даними, що отримані за допомогою досліджень по ефективності логістики, проведених Світовим банком, побудовано графік (рис. 5) індексу ефективності логістики. Україна в рейтингу Світового банку Logistics Performance Index (LPI) у 2018 році піднялася на 14 позицій і посідає 66 місце з 160 країн щодо логістичної ефективності [10].

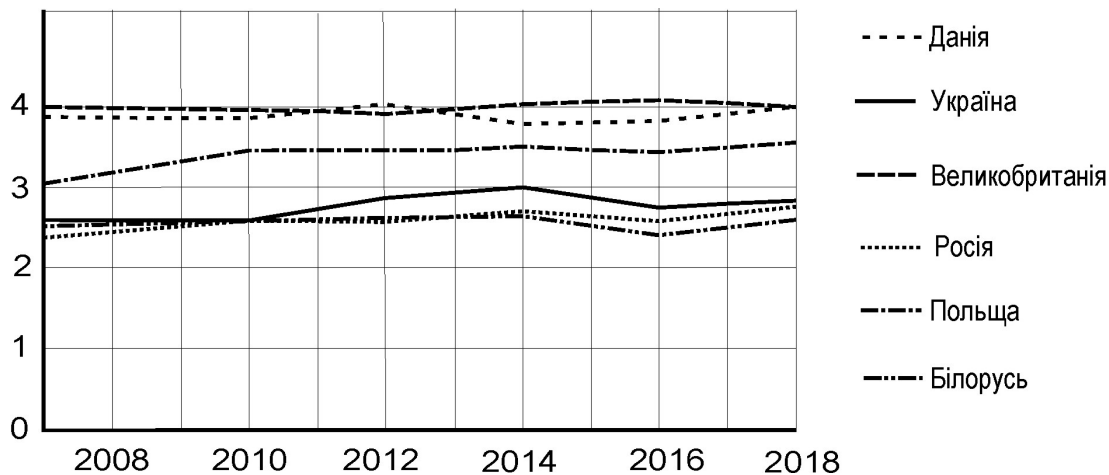


Рисунок 5. Індекс ефективності логістики

Аналіз даних національних розрахунків [11] показує, що випереджаючими темпами зростають послуги транспортного і складського господарства, які надаються торгівлі, а також торгово-транспортна націнка у випуску товарів і послуг. Товар від виробника до роздрібного торговельного підприємства в середньому проходить 3,5 організаційних ланок, що приводить до сповільнення руху товарних потоків, а головне, підвищення транспортних та складських витрат. Як наслідок зростають ціни на товари - торгово-транспортна націнка зросла у 2,2 рази і складає близько 10% у валовому випуску товарів [11]. Послуги підприємств транспорту і складського господарства внутрішній торгівлі значно зросли. Зараз торгівля використовує 12% всіх послуг транспортної галузі, а структура і зміст зв'язків торгівлі тісно взаємопов'язані з логістикою, проте їх взаємодія на сучасному етапі малоефективна. Це приводить до негативних наслідків у сфері digital-торгівлі. Це виклик новим можливостям у конкурентоспроможності та зниженні вартості послуг, залученні нових гравців у digital-ринок та співпраці з виробником без посередників.

Останній критерій, який буде проаналізовано у дослідженні, тісно взаємодіє з логістикою, конкуренцією та позицією держави до оподаткування – це «зменшення фінансових затрат». Тому розглянемо податки на товари та послуги у різних країнах світу (рис. 6). До податків на товари і послуги відносяться загальні торгові податки і податки з обороту або ПДВ, акцизні збори, виборчі податки на послуги, податки на використання товарів, на власність, на видобуток і переробку корисних копалин і на прибуток фінансових монополій.

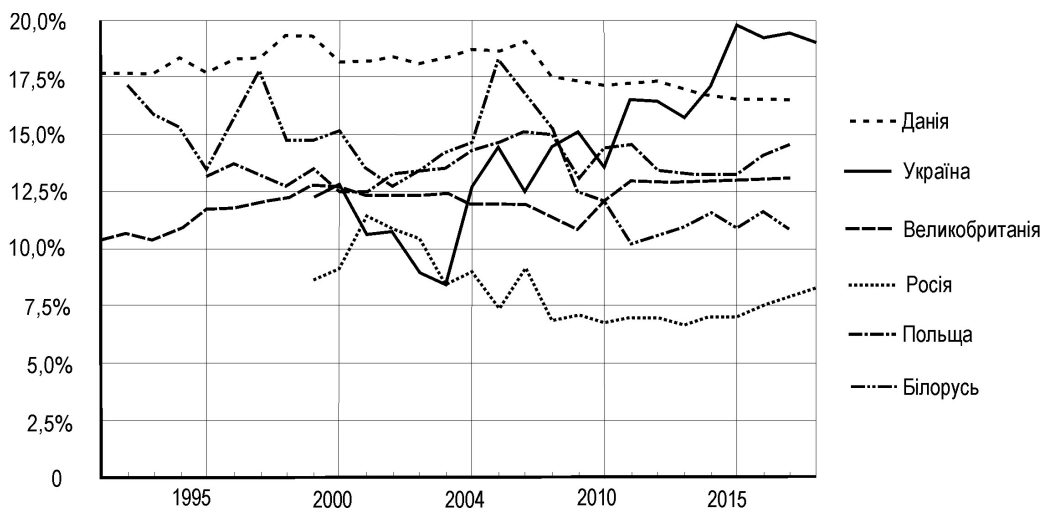


Рисунок 6. Податки на товари і послуги (в % від доданої вартості в промисловості і сфері послуг)

Нарешті Україна у лідерах. За період існування країни податки зросли майже вдвічі. В той же час західні країни демонструють практично однакові показники за останні 30 років, або незначні коливання. Коли оподаткування довгий час не змінюється, це показник стабільних умов, без змін правил гри. Бізнес (ринок) пристосувався до діючих умов (прозорість у фіскальній сфері). В українських реаліях зараз багато змін в податковому законодавстві та багато податкових виключень. Щодо податку на прибуток, то крім його розміру потрібно дивитися на те, що можна відносити до витрат. Тут практика європейська і українська відрізняється. В Україні значно менше витрат відноситься до складу витрат, а отже, поле для оподаткування більше. Тому існує багато спірних питань, над якими потрібно спільно попрацювати державній податковій службі і підприємцям - учасникам ринку. Треба залучати Державу, і це дасть нові можливості реформам фіскальної служби які вже переходить до діджиталізації податкових сервісів. Є сподівання, що через кілька років це призведе до того, що всі компанії будуть утримувати і керувати клієнтами за допомогою digital-технологій у прозорих податкових відносинах, що відповідають податковому рівню європейських країн.

Висновки. В роботі проаналізовані системи класифікацій потреб людини в умовах діджиталізації, окреслені не тільки пріоритетні напрямки затребуваності товарів і послуг та їх дооцінка, але і оцінка нових сегментів ринку, визначення цільової аудиторії, розуміння поведінки цієї аудиторії при придбанні товарів і послуг. Запропоновані критерії оцінки digital-взаємовідносин між покупцями та продавцями, які характеризують рівень ефективності системи, та її оптимальність. Кожний критерій оперативної взаємодії бізнесу та споживачів (ринку) прив'язаний до потреб суспільства в digital-послугах. Зроблено висновок про необхідність залучення Держави (податкової та фіскальної служб) до удосконалення системи оподаткування, як основного важелю впливу на сучасний розвиток digital-ринку. Визначені нові напрямки розвитку діджитал-компонент ринку з залученням нових гравців з сегментів в галузях: ритейл; Fashion-бренди; медицина і фармацевтика; нерухомість і будівництво; транспорт і перевезення; агросектор; важка промисловість; FMCG; страхування і банкінг. Запропоновано залучення та мобілізацію капіталу компаній з приватного сектору, іноземного та державного капіталу, навчання фахівців у т.ч. за кошти учасників діджиталринку, збільшення кількості компанії по розробці технологій і виготовленню обладнання або ІТ продуктів, перехід до співпраці з виробником без посередників.

Література.

1. Про концепцію розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018–2020 роки. Розпорядження Кабінету Міністрів України № 67-р від 17.01.2018. URL: <https://www.kmu.gov.ua/ua/npas/pro-shvalennyakoncepciyi-rozvitku-cifrovoyi-ekonomiki-ta-suspilstva-ukrayini-na-20182020-roki-ta-zatverdzhennya-planu-zahodivshodo-yiyi-realizaciyi/> (дата звернення 15.01.2021).
2. Краус Н.М., Клаус К.М. Інноваційне табло України. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. 2017. № 6. URL: <http://www.easterneurope-ebm.in.ua/6-2017-ukr> (дата звернення 19.01.2021).
3. Стратегії високотехнологічного розвитку в умовах глобалізації: національний та корпоративний аспекти: монографія / Н.П. Мешко, О.М. Сазонець, О.А. Джусов та ін. - Донецьк: Юго-Восток, 2012. - 470 с.
4. Гудзь О.Є. Цифрова економіка: зміна цінностей та орієнтирів управління підприємствами. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*, 2018. № 2(24). - С. 4–12.
5. Історія економічних учень: монографія / За ред. В.Д. Базилевича. Київ: Знання, 2004. - 1300 с.
6. Бугорский В.Н. Сетевая экономика: учеб. пособие М.: Финансы и статистика, 2007. - 256 с.
7. Дремина, Г.А. Применение технологических инноваций в реинжиниринге банковской деятельности. *Омский научный вестник*. 2012. № 4. - С. 104-107.
8. Google. Public Data: [datacatalog.worldbank](https://www.google.com/publicdata/explore?ds=d5bncppjof8f9_&met_y=it_net_user_p2&hl=ru&dl=ru#!ctype=l&strail=false&bcs=d&nselm=h&met_y=it_net_sec_r_p6&scale_y=lin&ind_y=false&rdim=country&idim=country:UKR:POL:DNK:BLR:GBR:RU&ifdim=country&tstart=671058000000&tend=1523134800000&hl=ru&dl=ru&ind=false). URL: https://www.google.com/publicdata/explore?ds=d5bncppjof8f9_&met_y=it_net_user_p2&hl=ru&dl=ru#!ctype=l&strail=false&bcs=d&nselm=h&met_y=it_net_sec_r_p6&scale_y=lin&ind_y=false&rdim=country&idim=country:UKR:POL:DNK:BLR:GBR:RU&ifdim=country&tstart=671058000000&tend=1523134800000&hl=ru&dl=ru&ind=false (дата звернення 12.01.2021).
9. IMD World Digital Competitiveness Ranking. IMD World Competitiveness Center, 2017. p.28-29. URL: <http://www.imd.org/wcc/world-competitiveness-center-rankings/world-digital-competitiveness-rankings-201> (дата звернення 12.01.2021).
10. Украина вошла в тройку лидеров по логистике на постсоветском пространстве - Всемирный банк. Центр транспортных стратегий. 2018. URL: https://cfts.org.ua/news/2018/07/30/ukraina_voshla_v_troyku_liderov_po_logistike_na_postsovetskom_prostranstve_vsemirnyy_bank_48604 (дата звернення 14.01.2021).
11. Апопій В.В. Структура зв'язків і проблем логістики в сфері торгівлі / Всеукраїнська науково-практична Інтернет-конференція «Логістика майбутнього: ефективні рішення для торгівлі», Київ: КНТЕУ, 2019. - С. 33-37 URL: <https://knute.edu.ua/file/NjY4NQ==/821cc3af38edb786486730ac715cb8b9.pdf> (дата звернення 14.01.2021).

References.

1. Cabinet of Ministers of Ukraine (2018), Resolution “On the concept of development of the digital economy and society of Ukraine for 2018-2020”, available at: <https://www.kmu.gov.ua/ua/npas/pro-shvalennyakoncepciyi-rozvitku-cifrovoyi-ekonomiki-ta-suspilstva-ukrayini-na-20182020-roki-ta-zatverdzhennya-planu-zahodivshodo-yiyi-realizaciyi/> (Accessed 14 Jan 2021).

2. Kraus, N.M. and Klaus, K.M. (2017), "Innovation scoreboard of Ukraine", *Skhidna Yevropa: ekonomika, biznes ta upravlinnia*, vol. 6, available at: <http://www.easterneurope-ebm.in.ua/6-2017-ukr> (Accessed 14 Jan 2021).
3. Meshko, N.P. Sazonets', O.M. and Dzhusov, O.A. (2012), *Strategii vysokotekhnolohichnoho rozvytku v umovakh hlobalizatsii: natsional'nyj ta korporatyvnyj aspekty* [Strategies of high-tech development in the context of globalization: national and corporate aspects], Yuho-Vostok, Donetsk, Ukraine.
4. Hudz', O.Ye. (2018), "Digital economy: changing values and guidelines for enterprise management", *Ekonomika. Menedzhment. Biznes*, vol. 2 (24), pp. 4-12.
5. Bazylevych, V.D. (2004), *Istoriia ekonomichnykh uchen'* [History of economics], Znannia, Kyiv, Ukraine.
6. Buhorskyj, V.N. (2007), *Setevaia ekonomyka* [Networked economy], Fynansy y statystyka, Moscow, Russia.
7. Dremyna, H.A. (2012), "Application of technological innovation in banking reengineering", *Omskyj nauchnyj vestnyk*, vol. 4, pp. 104-107.
8. Google (2020), "Public Data: datacatalog.worldbank.", available at: https://www.google.com/publicdata/explore?ds=d5bncppjof8f9_&met_y=it_net_user_p2&hl=ru&dl=ru#!ctype=l&strail=false&bcs=d&nselm=h&met_y=it_net_sec_r_p6&scale_y=lin&ind_y=false&rdim=country&idim=country:UKR:POL:DNK:BLR:GBR:RUS&ifdim=country&tstart=671058000000&tend=1523134800000&hl=ru&dl=ru&ind=false (Accessed 14 Jan 2021).
9. IMD World Competitiveness Center (2017), "IMD World Digital Competitiveness Ranking", pp. 28-29, available at: <http://www.imd.org/wcc/world-competitiveness-center-rankings/world-digital-competitiveness-rankings-201> (Accessed 12 Jan 2021).
10. Center for transport strategies (2018), "Ukraine entered the top three logistics leaders in the post-Soviet space", available at: https://cfts.org.ua/news/2018/07/30/ukraina_voshla_v_troyku_liderov_po_logistike_na_postsovetskom_prostranstve_vsemirnyy_bank_48604 (Accessed 14 Jan 2021).
11. Apopij, V.V. (2019), "The structure of relations and problems of logistics in the field of trade", *Vseukrains'ka naukovo-praktychna Internet-konferentsiia «Lohistyka majbutn'oho: efektyvni rishennia dlia torhivli»* [All-Ukrainian scientific-practical Internet conference "Logistics of the future: effective solutions for trade"], KNTEU, Kyiv, Ukraine, pp. 33-37, available at: <https://knute.edu.ua/file/NjY4NQ==/821cc3af38edb786486730ac715cb8b9.pdf> (Accessed 14 Jan 2021).

Стаття надійшла до редакції 20.07.2021 р.