

УДК 330.45: 330.46

DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/175-16>**Ступнікер Г. Л.**

кандидат економічних наук, доцент,  
доцент кафедри фінансів, економіки та підприємництва,  
Придніпровська державна академія будівництва та архітектури  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1952-4993>

**Каширнікова І. О.**

кандидат економічних наук, доцент,  
доцент кафедри фінансів, економіки та підприємництва,  
Придніпровська державна академія будівництва та архітектури  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3704-2795>

**Левчинський Д. Л.**

доктор економічних наук, професор,  
професор кафедри фінансів, економіки та підприємництва,  
Придніпровська державна академія будівництва та архітектури  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9349-100X>

**Stupniker Hanna, Kashyrynikova Iryna, Levchynskiy Dmytro**  
Prydniprovsk State Academy of Civil Engineering and Architecture

## РОЗВИТОК СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УМОВАХ СТАНОВЛЕННЯ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ

*Статтю присвячено дослідженням теоретичних аспектів цифрової економіки та інформатизації загалом, її особливостей, проблем та тенденцій розвитку. Досліджено необхідність трансформації економіки в цифровий формат в умовах діджиталізації. Окреслено сутність термінів «цифрова економіка», «цифровізація», «інформатизація». Визначено, що цифровізація – це сучасний етап розвитку інформатизації, що відрізняється переважаючим використанням цифрових технологій генерації, оброблення, передавання, зберігання та візуалізації інформації. Проаналізовано необхідність переходу економіки від традиційного формату до цифрового в умовах глобальної інформатизації. Обґрунтовано, що новітні цифрові технології проникають в усі сфери господарського життя суспільства, впливаючи на економіку та її сутність і формуючи в ній структурні зміни. Результатом цього є формування цифрової економіки (ЦЕ) як підсистеми традиційної економіки та повної протилежності стандартам. Цифрова економіка відрізняється доволі активним використанням цифрових технологій та обігом специфічних електронних товарів.*

**Ключові слова:** цифрова економіка, інформаційна економіка, економіка спільного споживання, соціальні мережі, шерінг, діджиталізація, бізнес-процеси.

## DEVELOPMENT OF MODERN ENTREPRENEURSHIP IN CONDITIONS OF DIGITAL ECONOMY FORMATION

*The article is devoted to the research of theoretical aspects of digital economy and informatization in general, its features, problems and development trends. The article considers digital economy as a new stage in the development of market economy. The article investigates the need to transform the economy into a digital format in terms of digitalization. The essence of the terms “digital economy”, “digitalization”, “informatization” is described, it is determined that digitalization is a modern stage of informatization, differs in the use of digital technologies for generating, processing, transmitting, storing and visualizing information. The paper analyzes the need for economic transition from traditional to digital format in the context of global informatization. It is substantiated that the latest digital technologies penetrate into all spheres of economic life of society, thus influencing the economy and its essence and forming structural changes in it. As a result the formation of the digital economy as a subsystem of the traditional economy and the complete opposite of standards. Digital economy is characterized by a fairly active use of digital technologies and the turnover of specific electronic goods. The characteristic special trends of the digital economy are studied and generalized. The content of digitalization is revealed. It is established that the introduction of the digital economy in Ukraine at the initial stage. It is argued that the digital age is changing the approach to doing business, as well as the requirements for the information technology used. It is concluded that digital development is characterized by revolutionary changes, and the most important result of digitalization in modern conditions is the automation of services. People regularly work from different offices, their home, or a local coffee shop since the pandemic has pushed remote working to the fore. The 2019 pandemic has certainly fast tracked this transition in some respects, at least in the short term, but has also highlighted the need for organizations to adopt a more open minded approach to longer term digital enablement of the workforce.*

**Keywords:** digital economy, information economy, consumer economy, social networks, sharing, digitalization, business processes.

**JEL classification:** D00, D02, D12

**Постановка проблеми.** Успішність сучасної економіки залежить від рівня інформатизації економічних процесів, активізація яких відбувається під дією таких чинників, як загальна глобалізація економічних процесів, поступова інтеграція вітчизняної економіки у європейську спільноту, що спонукає економічних суб'єктів до постійного пошуку напрямів підвищення своєї конкурентоспроможності.

У класичному розумінні поняття «цифрова економіка» означає діяльність, у якій основними засобами (факторами) виробництва є цифрові (електронні, віртуальні) дані, як числові, так і текстові. Цифрова економіка базується на інформаційно-комунікаційних та цифрових технологіях, стрімкий розвиток та поширення яких уже сьогодні впливають на традиційну (фізично-аналогову) економіку, трансформуючи її від такої, що споживає ресурси, до економіки, що створює ресурси. Саме дані є ключовим ресурсом цифрової економіки, вони генеруються та забезпечують електронно-комунікаційну взаємодію завдяки функціонуванню електронно-цифрових пристроїв, засобів та систем.

Як визначено концепцією розвитку цифрової економіки в Україні, її розвиток полягає у «створенні ринкових стимулів, мотивацій, попиту та формуванні потреб щодо використання цифрових технологій, продуктів та послуг серед українських секторів промисловості, сфер життєдіяльності, бізнесу та суспільства для їх ефективності, конкурентоздатності та національного розвитку, зростання обсягів виробництва високотехнологічної продукції та благополуччя населення». Ця концепція передбачає вжиття державою заходів щодо впровадження мотиваційних стимулів для поступового нарощування обсягів цифровізації економіки, усвідомлення сучасних викликів та розроблення дієвих інструментів розвитку цифрових інфраструктур, поширення серед спільноти цифрових компетенцій, а також визначає можливості реалізації першочергових проєктів цифровізації, стимулювання внутрішнього

ринку виробництва, використання та споживання цифрових технологій.

Цифровізація являє собою широке застосування в суспільній та економічній діяльності електронно-цифрових пристроїв, засобів, систем та формування активного електронно-комунікаційного обміну між ними, що створює реальну можливість інтегральної взаємодії віртуального та фізичного світу, створюючи кіберфізичний простір. Основна мета цифровізації полягає у досягненні цифрової трансформації наявних та створенні нових галузей економіки, а також трансформації сфер життєдіяльності у нові, більш ефективні та сучасні. Такий приріст є можливим лише тоді, коли ідеї, дії, ініціативи та програми, які стосуються цифровізації, будуть інтегровані, зокрема, в національні, регіональні, галузеві стратегії і програми розвитку.

В економіці значної кількості західноєвропейських, північноамериканських та деяких південноазійських країн цифровізація є досить поширеним механізмом економічного зростання завдяки здатності технологій позитивно впливати на ефективність та результативність економічної діяльності.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідження нових видів економік, ключова роль серед яких сьогодні належить цифровій економіці, досить активно відбувається у науковій літературі, зокрема у працях зарубіжних учених (Д. Белл, Дж. Гелбрейт, М. Порат, Д. Тапскотт, Н. Негропонт, Т. Месенбург) та вітчизняних науковців (М. Войнаренко, Г. Карчева, С. Коляденко, Ю. Кіндзерський). Ними запропоновані різні підходи як до визначення сутності терміна «інформаційна економіка», так і до бачення способів та інструментів реалізації її основних постулатів у економічному середовищі. Однак потребують більш детального огляду особливості розвитку сучасного підприємництва в умовах реалізації концепції цифрової економіки.

**Мета статті** полягає у систематизації наявних підходів до визначення сутності інформаційної економіки та ключових чинників, що впливають на розвиток

Таблиця 1

Діджитал-матриця розвитку суспільства

Рівень діджиталізації економіки, %	Стадії розбудови діджитал-економіки			
	стадія обмеженого розвитку (constrained)	стадія зародження (emerging)	стадія трансформації (transitional)	стадія передового розвитку (advanced)
0–30	65 країн (Афганістан, більшість країн Африки, Молдова, Непал, Індія, Узбекистан, В'єтнам тощо)			
30–40		19 країн (Албанія, Вірменія, Бразилія, Грузія, Китай тощо)		
40–50			28 країн (Аргентина, Естонія, Латвія, Іран, Сербія, Туреччина, Україна тощо)	
Понад 50				37 країн (Австралія, Австрія, Білорусь, країни Скандинавії, Франція, Німеччина, Польща, Гонконг, Японія, США, Велика Британія тощо)

сучасних форм підприємництва в умовах поширення шерінг-економіки.

**Виклад основного матеріалу.** Згідно з діджитал-матрицею розвитку суспільства, що передбачає оцінювання рівня діджиталізації (інформатизації) країн світу відповідно до чотирьох стадій її інформаційного розвитку (обмежений, зародження, трансформації, передовий), Україна перебуває на третьому, трансформаційному етапі, якому притаманні поширення та застосування в суспільстві інформаційних технологій на рівні 40–50%.

Перелік країн, що належать до відповідної стадії інформаційного розвитку, подано у табл. 1.

Шерінг-економіка є складовою частиною інформаційної економіки, тому їй властиві основні характеристики, визначені для останньої. Так, в інформаційній економіці більшість працюючих зайнято виробництвом, зберіганням, обробленням та реалізацією інформації – найбільш затребуваного ресурсу, що є ключовим для створення товару будь-якого виду. Оскільки основним проявом інформаційної економіки є збільшення ролі інформації, знань та інформаційних технологій у суспільстві, то в шерінг-економіці зростає кількість взаємозв'язків, що виникають між людьми у процесі розроблення, створення та впровадження інформаційних технологій, що виконують посередницьку функцію у комунікаціях щодо обміну серед користувачів інформаційних продуктів та послуг. Наслідком цього взаємодію є розширення глобального інформаційного простору, що забезпечує ефективний інформаційний вплив.

Шерінг-економіка як актуальна сучасна ідеологія економічних відносин нарощує свої масштаби. За оцінками фахівців, її обсяги зростуть із 15 млрд. дол. у 2015 році до 335 млрд. дол. США у 2025 році. Перетворення з простої теорії спільного споживання на великий бізнес почало відбуватися вже з 2008 року, коли гарвардський професор права Лоуренс Лессіг затвердив постулат про те, що з розвитком Інтернету економіка втрачає свою традиційність і стає «гібридною» [1]. Зазначена новизна виникає внаслідок збільшення впливу інформаційної складової частини, що створює залежність стійкого типу.

З розвитком шерінг-економіки зростає зацікавленість держави у її регулюванні. За даними Європейської комісії, що опубліковані у доповіді «Європейський план дії у сфері колаборативної економіки» (European agenda for the collaborative economy), передбачається, що якщо європейські країни знайдуть успішні підходи до ринку спільного споживання, то у майбутньому можна прогнозувати збільшення обсягу економіки Євросоюзу на 160–572 млрд. євро, тобто на 2% [2].

Найшвидшою економіка спільного споживання є в Китаї. За прогнозами Національного інформаційного центру КНР, до 2025 року частка шерінг-економіки становитиме до 20% ВВП країни. Однак навіть у цій країні, що розвивається найбільш динамічними темпами, за умов високого попиту кілька каршерингових та байкшерингових бізнесів, включаючи “ToGo” та “Ofo”, опинилися на межі банкрутства. Інші ніші, пов'язані з економікою спільного споживання, наприклад, на ринку онлайн-оголошень (класифайдів), на думку Теда Ледда, професора Міжнародної школи бізнесу Хальта та викладача Гарварда, є найпривабливішими для інвесторів.

Класифайди, що виростили з паперових газет, стрімко змінюються під впливом технологій, адже впроваджують штучний інтелект, щоби полегшити споживачеві пошук потрібного товару чи послуги, поєднуються зі службами доставки та платіжними системами. Що далі? Щорічна доповідь “Euromonitor International” про поведінку онлайн-користувачів наголосила на важливості запиту глобальної аудиторії на швидкість. Чим менше кнопок на екрані натискає споживач, щоби отримати бажане, тим більше шансів у онлайн-сервісу досягти успіху. На цьому фоні популярності набувають так звані супердодатки (superapps). Усередині них можна знайти не тільки оголошення та онлайн-магазини, але й служби доставки, каршеринги, ігри, доступ до онлайн-банкінгу, а також внутрішні чати та соцмережі. Запит на супердодатки сформувався насамперед на азійських ринках. Тут кількість онлайн-оголошень та різних сервісів досягла таких масштабів, що користувачі не бажають у них розбиратися і мати у смартфоні десятки різних програм: їм зручніше, щоби все необхідне було інтегровано в одному.

На початку 2019 року Всесвітній економічний форум опублікував огляд нових трендів економіки спільного споживання [3]. Як у ньому зазначено, проекти, пов'язані зі спільним споживанням чи колективним доступом до товарів та послуг, стають настільки значущими, що стають невід'ємною частиною всієї сучасної економіки загалом.

В огляді виділено кілька основних трендів, які визначають розвиток економіки спільного споживання в сучасному періоді.

1) Деглобалізація – перехід від капіталізму до економіки нового режиму. Основною тенденцією, яку визнає більшість учасників, стало уповільнення темпів процесів глобалізації. Міжнародний валютний фонд прогнозував незначне загальне уповільнення глобальної експансії, інші експерти припускали більш явний глобальний спад.

2) Вплив соціальних медіа, що посилюється. Мільярди людей у всьому світі вже виростили в епоху соціальних мереж, сьогодні соціальні медіа стали не просто постачальниками послуг, а сполучною ланкою всього світового співтовариства. Цей тренд має як позитивні (наприклад, спрощення спілкування та обміну інформацією), так і негативні (втрата навичок «живого» спілкування, кіберзагрози) аспекти.

Нині нові технології (штучний інтелект, Інтернет речей тощо) стрімко розвиваються та впроваджуються бізнесом різних країн. Однак сьогодні ще ніхто не розробив послідовного плану для того, щоби нівелювати чи звести до мінімуму негативні наслідки цього процесу та повернути глобальний технологічний розвиток у конструктивний напрям.

Типовими учасниками шерінг-економіки, як стверджує доповідь консалтингової компанії “Pricewaterhouse Coopers”, яка досліджувала цей ринок у США, є молоді жінки, активно залучені у розвиток суспільства у вигляді дедалі більш частого користування сервісами спільного споживання, і навіть люди похилого віку, які ведуть активний спосіб життя.

Простота, доступність та широке охоплення аудиторії онлайн-платформ оголошень (класифайдів) вивели ринок приватних послуг та вживаних товарів на новий рівень. Принципи шерінг-економіки стали

основою для триумфу як горизонтальних класифайдів (охоплюють якомога ширший спектр оголошень), так і вертикальних (спеціалізуються на конкретній сфері, наприклад, на продажу автомобілів або побутової електроніки).

Сьогодні через сайти оголошень споживачеві безпосередньо продаються нові та вживані речі, побутова техніка, електроніка, автомобілі, нерухомість, пропонується оренда офісів, квартир та обладнання, послуги фрілансерів тощо.

Етична та соціальна відповідальність бізнесу компанії, що має у своєму портфелі ESG-активи, позитивно впливає на зростання її акцій. Під аббревіатурою ESG розуміється відповідальний підхід до ведення бізнесу з високими екологічними (E – environmental), соціальними (S – social), управлінськими (G – governance) стандартами. Як випливає зі звіту про ESG-інвестування, дотримуватися принципів ESG не лише престижно, але й вигідно. Так, з 2 000 академічних досліджень із 1970-х рр. у 63% робіт знайшли зв'язок між вартістю акцій компаній та їх ESG-стратегій. Крім того, сучасний споживач став настільки чутливим до етичності та екологічності виробників, що соціально відповідальним компаніям простіше зберігати лояльність споживачів та встановлювати вищі ціни, адже покупець етичної продукції готовий доплачувати за позитивний досвід [4].

Криза, зумовлена пандемією COVID-19, дала змогу бізнесу експериментувати і вчитися в режимі реального часу. Досі компаніям це було робити непросто, адже потрібно було переконати в актуальності цифрової трансформації акціонерів, співробітників і споживачів, а у кожного були свої причини для опору. Проте через карантинні заходи багато компаній змушені були перевести співробітників на віддалену роботу. Перехід до віддаленої роботи потребував технологічних

рішень, а саме розвитку IT-інфраструктури, системи безпеки, комунікацій, електронної постановки завдань і відстеження їх виконання. Водночас виникла необхідність навчання персоналу тому, як все це використовувати та адаптуватися до змін.

Крім того коронавірус став краш-тестом для реалізованих проєктів з цифровізації держави та перевірки їх працездатності в сучасних умовах. Великий масив даних і завершена цифровізація процесів в органах державної влади були оперативним використані для стабілізації ситуації з пандемією лише в деяких країнах, наприклад, у Південній Кореї і Сінгапурі, де вдалося оперативним обчислити та ідентифікувати громадян, які потенційно є переносниками захворювання. Однак будучи випадковим стимулом для прискорення цифровізації, коронавірус у явному вигляді позначив стримуючі фактори. Частина з них існували раніше, але у зв'язку з пандемією вони стали ще помітнішими [5].

**Висновки.** На нашу думку, широке застосування результатів шерінг-економіки як вагової складової частини інформаційної економіки загалом дасть змогу підприємницьким суб'єктам підвищити рівень своєї конкурентоспроможності та здійснювати на цій основі освоєння нових видів діяльності та виробництво нової продукції. Ефективна система управління інформаційною економікою сприятиме зростанню різноманітності всіх аспектів діяльності організації, розширюватиме можливості успішної адаптації підприємницьких суб'єктів до постійних змін зовнішнього середовища. Крім того, ефективність вітчизняної державної політики у сфері інформаційної діяльності буде залежати також від впровадження в практичну діяльність суб'єктів підприємництва основних положень чинних законодавчих актів, що сьогодні розроблені та діють у нашій країні.

#### Список використаних джерел:

1. Лессиг Л. Свободная культура / пер. О. Данилова, под ред. В. Ильина. Москва : Прагматика культуры, 2007. 272 с.
2. A European agenda for the collaborative economy. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=COM%3A2016%3A356%3AFIN>.
3. Global Gender Gap Report 2020. URL: <https://www.weforum.org/reports?platform=shaping-the-future-of-the-new-economy-and-society&year=2019#filter>.
4. Коляденко С. Цифрова економіка: передумови та етапи становлення в Україні та світі. *Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики*. 2016. № 6. С. 105–112.
5. Цифрова економіка: тренди, ризики та соціальні детермінанти. URL: [https://razumkov.org.ua/uploads/article/2020\\_digitalization.pdf](https://razumkov.org.ua/uploads/article/2020_digitalization.pdf).

#### References:

1. Lessig L. (2007) *Svobodnaya kultura* / per. O. Danilova; pod red. V. Ilina. Moscow: Pragmatika kul'tury. 272 p.
2. A European agenda for the collaborative economy. Available at: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=COM%3A2016%3A356%3AFIN>.
3. Global Gender Gap Report 2020. Available at: <https://www.weforum.org/reports?platform=shaping-the-future-of-the-new-economy-and-society&year=2019#filter>.
4. Kolyadenko S. (2016) *Czifrova ekonomika: peredumovi ta etapi stanovlennya v Ukrayini ta sviti. Ekonomika. Finansy. Menedzhment: aktualni pytannya nauki i praktiki*, no. 6, pp. 105–112.
5. *Czifrova ekonomika: trendi, riziki ta soczialni determinanti*. Available at: [https://razumkov.org.ua/uploads/article/2020\\_digitalization.pdf](https://razumkov.org.ua/uploads/article/2020_digitalization.pdf).