

GLOBALIZATION TRENDS OF DIGITAL TRANSFORMATION OF THE ECONOMY

Голова секції *Наталія Касьянова – д.е.н., професор, завідувач кафедри бізнес-аналітики та цифрової економіки Національного авіаційного університету*
Kasinova Nataliia - Professor, Doctor of Economics, Head of the Department of Business Analytics and Digital Economics National Aviation University

Технічний секретар *Віра Кудлай – к.е.н., доцент, доцент кафедри бізнес-аналітики та цифрової економіки Національного авіаційного університету*
Vira Kudlai- Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of Business Analytics and Digital Economics National Aviation University

Абламська Валентина Михайлівна, ст. викладач кафедра бізнес-аналітики та цифрової економіки Національний авіаційний університет

ТРЕНДИ, ЯКІ ВПЛИВАЮТЬ НА МАЙБУТНЄ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Анотація. В роботі розглянуто причини, що призвели до глобалізації економіки, розвитку нових бізнес-моделей. Наведено приклади глобалізації та приклади цифровізації комунікацій, які впливають на сучасну споживчу поведінку

Ключові слова. глобалізація економіки; еволюція користувальницької поведінки; бізнес-процеси; онлайн-освіта; usability.

Процес глобалізації економіки прискорився в останні десятиліття, коли різні ринки, зокрема: капіталу, технології та товарів, а до певної міри і праці, ставали все більш взаємопов'язаними і інтегрованими в багатозарову мережу.

Глобалізація світової економіки призвела до формування єдиного ринкового та інформаційного простору і лібералізації світової торгівлі товарів і послуг. Споживачі отримали доступ до широкого асортименту товарів і актуальної та достовірної інформації про продукти і їх ринкових характеристиках. Споживачі починають грати все більш помітну роль на ринках, диктуючи свої переваги виробникам.

Глобалізація і зростання обсягів світових ринків, а також збільшення конкуренції приводять до бажання компаній створити стійкі бізнес-моделі, менш схильні до негативних ефектів від глобалізації. Стійкість бізнес-моделей визначається ефективним використанням ресурсів: природних, матеріальних,

фінансових і інтелектуальних. Результатом трансформації є перехід до мережної взаємодії і утворенню екосистем постачальників, партнерів, споживачів і конкурентів навколо компаній.

Приклади глобалізації:

- 1/5 частина світової продукції товарів і послуг виробляється транснаціональними корпораціями. Прикладами може служити Microsoft, Oracle, Procter & Gamble, Mars, General Motors, McDonalds та інші.

- У 2007 р, вперше в історії людства, число людей, що живуть в містах, перевищило число людей, що живуть в сільській місцевості. Надалі зростання чисельності населення припадатиме в основному на міста.

- У 2020 р більш 80 млрд пристроїв були підключені до Інтернету. Вільний доступ до інформації підвищує прозорість у всіх сферах, в тому числі економіці. Бізнес буде прагнути до гіперпрозорості сутності і процесів.

- В умовах економічної і політичної глобалізації міграційні потоки збільшуються з кожним роком. Переважає трудова міграція, але третина міграційних потоків складають біженці з країн військових дій.

- Величезна кількість компаній переносить своє виробництво в Китай та інші країни, і сьогодні не обов'язково купувати товари в своїй країні. Є можливість отримати товари з будь-якої точки світу.

Інформаційно-комунікаційні технології змінюють моделі спілкування між людьми, а також між людьми і організаціями (органами влади, малим і великим бізнесом, роздрібною торгівлею, організаціями соціального профілю).

Встановлювати і підтримувати контакти стає все простіше, миттєво взаємодіяти один з одним можливо на будь-якій відстані. Поширення цифрових технологій відбувається стрімко, причому більш рівномірно, ніж розподіл доходів.

Покупці отримують інструменти для взаємодії безпосередньо, минаючи посередників. Міграція в он-лайн відбувається в сферах, які раніше були доступні тільки в оф-лайн, наприклад, державні послуги та освіту.

Люди в усьому світі стають залежними від смарт-пристроїв, таких як мобільні телефони і планшетні комп'ютери. З їх допомогою можна виконати безліч завдань в будь-якому місці і в будь-який час - від спілкування, покупки в магазині, розваги та перевірки пошти до розрахунків з банком, освіти і GPS-навігації.

Відується еволюція користувальницької поведінки: 10 років тому Facebook розкрив профіль людей, змінивши їх життя. Потім Instagram і Twitter закликали ділитися інформацією про себе щомиті. Сьогодні настала ера трекінгу: у скільки ми прокинулися, скільки пройшли, як погуляли з собакою і т.п. Практично весь вільний час споживачі проводять з гаджетами, які прискорюють і без того швидку життя і роблять обмін інформацією миттєвим.

Соціально-економічних трансформацій впливають на всі сфери життя, в тому числі і сферу освіти. Вимушені констатувати актуальність і важливість розробки та впровадження інноваційних підходів та методів навчання на всіх рівнях освіти, починаючи від дошкільної і завершуючи освітою для людей третього віку. [1]

Приклади цифровізації комунікацій:

- У Німеччині 37% щоденних комунікацій відбувається через цифрові девайси.

- Майже 80% споживачів по всьому світу мають смартфони.

- Активно розвивається можливість робити покупки в різних режимах: в торговій точці, через мобільний телефон, через комп'ютер.

- Одним з найважливіших каналів просування стають лідери думок в соціальних мережах. 60% споживачів кажуть, що прислухаються до рекомендацій.

- Компанії, орієнтовані на зростання, прагнуть створити можливості для навчання свого персоналу. Обсяг світового ринку онлайн-освіти в 2016 році перевищив \$ 50 млрд і за прогнозами збільшиться в 5 разів до 2022 року.

Одним з найважливіших факторів, що впливають на сучасну споживчу поведінку, є швидкий розвиток технологій. З одного боку, технології розширюють можливості споживання, відкриваючи доступ до найширшого спектру товарів і послуг. З іншого боку, розвиток технологій ускладнює наше життя і змінює її. Іноді ми перестаємо справлятися з темпами розвитку і складністю технологій і навіть потрапляємо в залежність від них. Тому так звана usability - зручність і інтуїтивна простота у використанні технологій - стає важливою споживчою вимогою.

Поточні технології містять великий потенціал для розвитку бізнесу. Надалі технології стануть доступніші, в тому числі споживачам. Технології сприймають як об'єкт підвищення ефективності, але вони також дозволяють створювати споживчий досвід, нові джерела доходу.

Використані джерела:

1. Кудлай В. Г. Сучасні особливості викладання в умовах соціально-економічних трансформацій / Кудлай В. Г. // Креативність, підприємництво, інновації: управлінські та освітні тренди майбутнього : пр. Міжнар. наук.-практ. конф. (16–17 черв. 2021 р.) / Ун-т Бедфордширу [та ін.] ; [за ред.: Ярмош О. В., Дудневої Ю. Е., Нестеренко Р. О.]. – Харків : Вид-во «Точка», 2021. – С. 140–143.

2. Пищуліна О. Цифрова економіка: тренди, ризики та соціальні детермінанти. К.: Видавництво “Заповіт”, 2020. 274с.

3. Mykola Kuguschenko Вплив цифрових технологій на розвиток людського і соціального капіталу в умовах діджиталізованого суспільства. Ukraine URL: <http://orcid.org/0000-0003-1756-9140> (дата звернення: 06.10.2021).

4. Дмитро Осика: Адаптація, інновація та трансформація — ось що рухає нами в досягненні цифрових цілей. Ukraine URL: <https://dtek.com/media-center/news/dmitriy-osyka-adaptatsiya-innovatsiya-i-transformatsiya---vot-cho-dvizhet-nami-v-dostizhenii-tsifrovyykh-tseley> (дата звернення: 06.10.2021).