

УДК 338

Экономика и управление предприятиями

**Михайлова Кристина Валеріївна**

*студентка*

*Харківського національного університету міського господарства*

*імені О. М. Бекетова*

**Михайлова Кристина Валериевна**

*студентка*

*Харьковского национального университета городского хозяйства*

*имени А. Н. Бекетова*

**Mykhailova Kristina**

*Student of the*

*O.M. Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv*

**Матвєєва Наталя Миколаївна**

*кандидат економічних наук, доцент,*

*доцент кафедри економіки підприємств,*

*бізнес-адміністрування та регіонального розвитку*

*Харківський національний університет міського господарства*

*імені О. М. Бекетова*

**Матвеева Наталья Николаевна**

*кандидат экономических наук, доцент,*

*доцент кафедры экономики предприятий,*

*бизнес-администрирования и регионального развития*

*Харьковский национальный университет городского хозяйства*

*имени А.Н. Бекетова*

**Matveeva Natalia**

*PhD, Associate Professor, Associate Professor of the Department of  
Enterprise Economics, Business Administration and Regional Development*

*O. M. Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv*

**ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА БІЗНЕС ТА  
ДІЛОВЕ СЕРЕДОВИЩЕ**  
**ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ И ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА БИЗНЕС И  
ДЕЛОВУЮ СРЕДУ**  
**DIGITAL TRANSFORMATION AND ITS IMPACT ON BUSINESS AND  
BUSINESS AREA**

***Анотація.** В статті розглядається, які зміни економічна поведінка людей відбуваються за допомогою технологій цифрової економіки. Основна увага приділяється новим можливостям ділового середовища та бізнес-поведінки. Таким чином, аналізуються зміни в конкурентній боротьбі, стратегії бізнесу, нові можливості маркетингу і роботі з клієнтами, поява нових джерел прибутку і факторів конкурентоспроможності. Розглядаються нові методи та організаційні форми ведення бізнесу в умовах цифрової економіки і цифрової трансформації.*

***Ключові слова:** цифрова економіка, штучний інтелект, цифрова трансформація, цифрові технології, блокчейн, цифровізація, транзакційні витрати.*

***Аннотация.** В статье рассматривается, какие изменения экономическое поведение людей происходят с помощью технологий цифровой экономики. Основное внимание уделяется новым возможностям деловой среды и бизнес-поведения. Таким образом, анализируются изменения в конкурентной борьбе, стратегии бизнеса, новые возможности маркетинга и работе с клиентами, появление новых источников прибыли и факторов конкурентоспособности. Рассматриваются новые методы и организационные формы ведения бизнеса в условиях цифровой экономики и цифровой трансформации.*

**Ключевые слова:** цифровая экономика, искусственный интеллект, цифровая трансформация, цифровые технологии, блокчейн, цифровизация, транзакционные издержки.

**Summary.** The article examines the changes in the economic behavior of people through the use of digital economy technologies. The focus is on new opportunities for the business environment and business behavior. Thus, the analysis of changes in competition, business strategies, new opportunities for marketing and customer service, the emergence of new sources of profit and competitiveness factors. New methods and organizational forms of doing business in the conditions of digital economy and digital transformation are considered.

**Key words:** digital economy, artificial intelligence, digital transformation, digital technologies, blockade, digitalization, transaction costs.

**Постановка проблеми.** В сучасних умовах конкурентоспроможність компаній формується завдяки використанню цифрових технологій у своїй діяльності. Відбуваються зміни економічної поведінки людей завдяки впровадженню компаніями технологій цифрової економіки.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питання пов'язане з дослідженням ведення бізнесу в умовах цифрової економіки і цифрової трансформації є предметом вивчення багатьох вітчизняних та зарубіжних фахівців, зокрема таких як: зокрема: І. Ансофф, Р.Акофф, В. Апалькова, С. Веретюк, С. Войтко, В. Геєць, А. Глушенкова, О. Гусєва, П. Дойль, П. Друкер, І. Зеліско, С. Коляденко, І. Карчева, Б. Кінг, І. Ковшова, Л. Лазаренко, С. Легамінової, Р. Ліпсі, Л. Лямін, І. Малик, П. Стецюк, А. Томпсон, Е. Тоффлер, В. Трубілін, Т. Халімон, В. Фіщук, К. Шваб та ін. Незважаючи на численні наукові дослідження поза межами обговорення науковою спільнотою залишаються проблеми щодо змін економічної

поведінки людей в умовах впровадження компаніями технологій цифрової економіки.

**Постановка задачі.** Розглянути, які зміни економічна поведінка людей відбуваються за допомогою технологій цифрової економіки, акцентуючи увагу на нові можливості ділового середовища та бізнес-поведінки. Проаналізувати зміни в конкурентній боротьбі, стратегії бізнесу, нові можливості маркетингу і роботі з клієнтами, поява нових джерел прибутку і факторів конкурентоспроможності. Розглянути нові методи та організаційні форми ведення бізнесу в умовах цифрової економіки і цифрової трансформації.

**Виклад основного матеріалу.** Головними особливостями інформаційно-цифрової економіки є її глобальний характер і оперування невлотимими благами: ідеями, інформацією та взаємовідносинами, мережеві принципи в координації ринків і суспільства [10, с. 28]. У цифрову економіку світ тонких технологій керує машинами, віртуальний світ змінює поведінку реального. Саме ці риси створюють нові типи ринку і суспільства.

Технологічна основа цифрової економіки створюється на базі відкриттів четвертої промислової революції. Серед них - штучний інтелект, розподілені дані, інтернет речей і для речей, блокчейн, майнінгові центри, великі дані і хмарне зберігання, цифрові платформи, 3D-, а потім і 4D-друк. Для вирішення конкретних завдань використовується технологічний дизайн різних систем.

Цифрову економіку, що зростає на базі економіки інформаційної, можна визначити як її продовження в новій якості після безпрецедентного і дизруптивного технологічного прориву в результаті четвертої промислової революції [8, с. 52], яка відрізняється нелінійною (експоненційною) швидкістю поширення інновацій, глибиною і масштабом проникнення цифрових технологій, силою впливу цифрових

комплексів і систем [12]. Їх застосування багато що змінює в способі мислення і мотивації рішень, тобто не тільки в продуктивності, але і в економічній поведінці, в принципах організації і роботи компаній і всього економічного механізму.

Технологічні досягнення четвертої промислової революції зробили серйозний вплив на ділове середовище і її учасників, які повністю перейшли на використання цифрових технологій, з'єднавши промислові технології з цифровими. У чому воно полягає?

«Цифровізація» вплинула:

- по-перше, на способи організації та ведення бізнесу, його маркетингові стратегії;
- по-друге, на забезпечення бізнесу ресурсами;
- по-третє, на виробничі та на трансакційні витрати (організаційні, управлінські, комунікаційні, витрати на отримання, обробку та зберігання інформації), які в цифровій сфері різко знижуються або взагалі зникають;
- по-четверте, на мережевий ефект і ефект масштабу, які стають глобальними.

### **Стратегії відносини з клієнтами.**

Застосування цифрових технологій, включаючи штучний інтелект, і загострення конкуренції породжують такі тенденції, як поглиблення відносин з покупцем, спілкування з ним в цифровому середовищі і чуйна реакція на зміни його переваг.

Проблеми клієнта, їх рішення, стають джерелом прибутку. У цифрову економіку робота з покупцем індивідуалізується, практикуються залученість в його завданнях і співпереживаннях. Зростає цінність клієнтського досвіду, який також стає джерелом прибутку і одночасно об'єктом придбання благом в сегменті міжфірмових відносин (B2B).

На основі індивідуалізації задоволення попиту і поглиблення відносин з покупцем зростає ймовірність цінової дискримінації, що також є, з одного боку, додатковим джерелом прибутку, а з іншого - додатковою можливістю для покупця.

Цифрові технології, економлять трансакційні витрати, а іноді зводять їх до нуля, породжуючи новий потенціал, а разом з тим нові запити і вимоги до ринку, прискорюють ведення бізнесу і виробництва. В результаті скорочується термін життя не тільки товару, але і компанії. Так, у рейтингу Standard & Poor 500 строк життя великих корпорацій скоротився з 60 років до 18.

Культура бізнесу, культура компанії змінюється в бік необхідності лідерства і сприйняття себе в структурі своєї організації (індивідуальної ментальної влаштованості в компанію). Необхідна організаційно-лідерська здатність до навчання і фундаментальних змін, швидкість яких буде тільки наростати.

Звідси випливає необхідність інноваційної культури компанії, здатності створювати і реалізовувати ефективні проекти з високою швидкістю. Все це не залишає місця рутині, адміністративним витратам і стереотипам.

Конкуренція зі сфери зниження витрат переміщається в сферу креативності. Розширюються можливості і прискорюється фінансування проектів, наприклад, через збір токенів під креативний і добре розроблений проект з прозорою ефективністю і прибутковістю через систему блокчейн [2].

Дизруптивність різноспрямовано впливає на бізнес. Багато галузей впроваджують технології, які створюють абсолютно нові способи задоволення потреб покупця і підривають колишні ланцюжки створення вартості. Наприклад, нові технології накопичення енергії і мереж

прискорюють зрушення в енергетичній галузі в бік децентралізації джерел та розподілення енергії.

Технології 3D- і 4D-друку прискорюють і оптимізують забезпеченість комплектуючими, які можуть робити в індивідуальному порядку ремонтні та складальні підприємства. При цьому організація звільняється від видатків пошуку, доставки, зберігання і невідповідності потрібного стандарту або індивідуальних особливостей.

Інформація в реальному часі і унікальні знання про клієнтів забезпечують високу продуктивність активів, що сприяє подальшому технологічному розвитку.

### **Нові умови в роботі з покупцями.**

Проривні результати в науці і в економіці дають широке застосування штучного інтелекту: від програмного забезпечення для відкриття нових лікарських засобів до алгоритмів, які виявлятимуть наші культурні інтереси і прогнозують нашу поведінку.

Багато подібних схеми будуються на основі інформаційних слідів, які покупці залишають в цифровому полі, наприклад, перебуваючи в соціальних мережах, переглядаючи сайти компаній або іншу інформацію.

Зокрема, вже використовуються, такі додатки, як, наприклад, Siri (від компанії Apple) до потужної підсистеми штучного інтелекту (AI Field) [11, с. 22]. Обробляючи індивідуальну інформацію про користувачів сайтів, вони виконують роль інтелектуальних консультантів, формуючи «навколишній розум». Це інтелектуальне цифрове інтерактивне середовище, що оточує користувача автоматизованими особистими консультантами. Електронні пристрої вивчають і прогнозують потреби, допомагають зробити вибір і реалізувати його, формуючи особисту екосистему людини.

До речі, таким чином вирішується проблема, що виникла після третьої промислової революції, з якою зіткнулися споживачі в час

інформаційної економіки, - труднощі відбору значущої інформації при її достатку [9].

Отже, знаходження в цифровому середовищі і бізнесу, і покупця, використання для пошуку та обробки інформації штучного інтелекту допомагають бізнесу проводити поглиблену роботу з клієнтом, індивідуалізуючи маркетинг.

Автоматично оброблена адресна рекламна інформація, персоніфікована за допомогою штучного інтелекту, в цифровому полі виступає у вигляді оферти конкретному покупцеві з урахуванням його індивідуальних переваг і можливостей. Відомості можуть удосконалюватися до тих пір, поки пропозиція не стане цікавою клієнту.

На основі автоматизованої обробки інформації можуть створюватися індивідуалізовані сегменти ринку. Причому продавець за це платить незрівнянно низьку ціну в порівнянні з традиційними способами. Чим більша кількість покупців, тим менше його питомі (середні) трансакційні і цифрові витрати. Таким чином, умови продажу багатьох товарів в мережі наближаються до досконалої цінової дискримінації.

Аналогічно розширюються можливості багаторинкової цінової дискримінації. Тут надійним захистом від переходу покупця в інші сегменти ринку стає зростаючий індивідуалізм користувача в цифровому середовищі, поглиблений підхід до вирішення його проблем. При цьому не порушується принцип справедливості і суспільної ефективності [7, с. 62].

### **Зміни в конкурентній боротьбі.**

При переході до цифрової економіки проходять зміни в умовах конкуренції. Наприклад, конкуренти можуть стати партнерами, об'єднуючись на базі цифрових платформ і спільного використання.

У той же час з'являється протилежне явище - конкурентний підрив. Це несподівана поява конкурентних переваг у новачків, наприклад, за рахунок стартапа або доступу до глобальних цифрових платформ для



проведення досліджень, розвитку, маркетингу, швидких продажів і дистрибуції. Такі компанії обганяють авторитетних старожилів по швидкості, вартості та якості доставки товару або послуги.

Ще одне джерело конкурентного підриву, який дають цифрові технології, - здатність перетинати кордони галузей. Це дає можливість на міжгалузевому рівні використовувати клієнтські бази, інфраструктуру і технології.

Можна уявити, як підвищується ефективність компанії, як різко скорочуються витрати. Прикладом може послужити впровадження телекомунікаційних компаній в галузі автотранспорту та охорони здоров'я.

Розмір компанії також може стати конкурентною перевагою за умови ефективності. Все це - зрушення з боку пропозиції.

На підрив конкурентів в бізнесі також можуть впливати зміни з боку ринкового попиту. Цифрові технології створюють прозорість, нові моделі споживчої поведінки на основі доступу до мобільних мереж і даних. У відповідь компанії адаптують методи розробки, маркетингу і постачання, змушені створювати нові продукти і послуги.

Після четвертої промислової революції стався прорив від простого поширення інформаційної технології до більш складної інновації на основі поєднання різних технологій новими способами. В результаті компанії змінюють форми і методи бізнесу, отримуючи можливість створювати вартість в нових сегментах ринку або знаходити нові центри створення вартості в своїх колишніх галузях.

Таким чином, конкурентний підрив як з боку попиту, так і з боку пропозиції змушує компанії постійно бути інноваційними, тобто постійно перебудовуватися і змінюватися.

### **Нові джерела прибутку і фактори конкурентоспроможності.**

У цифрову економіку такими стають продукти, вдосконалені даними. Бізнес може дуже вплинути на якість товару, підвищення його

вартості і якість обслуговування, застосовуючи до своєї продукції цифрові удосконалення.

Отримуючи повну інформацію про режим роботи і зносу, бізнес може контролювати постійне поліпшення якості без заміни товару. Технологічні нововведення трансформують сприйняття і управління активами компаній. Наприклад, дистанційне оновлення програмного забезпечення і можливості підключення підвищують цінність вже використовованого автомобіля замість його амортизаційного знецінення.

Йдеться про те, що не тільки нові матеріали, але і цифрова обробка даних про експлуатацію та стан виробу продовжують його якісне використання. Це дуже актуально не тільки для автомобільної, але і для авіаційної техніки.

Постійний моніторинг контрольних показників за допомогою датчиків і алгоритмів допомагає заздалегідь передбачувати і усувати причини збоїв і поломок. Таким чином, технічне обслуговування набуває нової якості, їм починають займатися спеціальні центри моніторингу.

На основі дистанційного прогнозування функціонування виробів створюються не тільки віддалені центри моніторингу, а й нові бізнес-моделі. Наприклад, аутсорсинг виробництв, які не є стратегічно значущими або профільними. У них компанія може продовжувати термін безперебійної роботи техніки та обладнання, функціональність яких визначається за допомогою аналітики.

Таким чином, новим джерелом прибутку і фактором конкурентоспроможності бізнесу стає цифровий капітал. Дослідники цифрової та інформаційної економіки спостерігають «поглиблення капіталу» та збільшення його внеску в створення нового продукту щодо частки праці, що підтверджується статистичними даними [5, с. 33-34].

Важливим фактором розвитку і конкурентоспроможності компаній, що працюють з інформаційно-комунікаційними технологіями, стає

креативність співробітників. В умовах цифрової трансформації і цифрової економіки вдосконалення людського капіталу вже є недостатнім для отримання надприбутку. Важливим фактором стає формування креативного капіталу [6, с. 29], володіння яким приносить потік надприбутку при реалізації креативних ідей.

### **Нові форми бізнесу.**

Нова форма співпраці бізнесу в цифровій економіці - коллаборативна інновації. Її виникнення пов'язане з швидким появою інновацій та їх дизруптивним впливом.

Припустимо, одній компанії бракує капіталу, знання тонкощів бізнесу і клієнтської бази в конкретній сфері. Все це має досвідчена компанія, але їй не вистачає цифрових навичок в роботі з клієнтами і чутливої реакції на зміни в їх запитах. Тоді підприємства об'єднують свої ресурси, спільно реалізуючи інноваційні проекти. Інтеграція можливостей сприяє створенню нової цінності.

Яскравий приклад - співпраця промислового гіганта Siemens, який щорічно вкладає в науково-дослідні та дослідно-конструкторські розробки по чотири мільярди американських доларів, і молоді інноваційної компанії Ayasdi. Профіль останньої – машини, що самостійно навчаються, фірма створена в Стендфорда у 2008 р. В результаті Siemen отримав можливість генерувати ідеї на основі обробки великих даних, а Ayasdi – можливість тестувати їх на практиці і одночасно бути присутнім на ринку, використовуючи можливості цінного партнера.

Похідними від такої співпраці є нові форми бізнесу на основі спільного користування, спільного зберігання і т.д. Наприклад, об'єднання для спільного використання автотранспорту міста. Об'єднуються підприємства з різних галузей промисловості для спільного обслуговування клієнтів (інтегрованого обслуговування). Такі асоціації

через багатостороннє співробітництво інтегрують світ офісу і світ онлайн-бізнесу.

Для отримання прибутку від застосування цифрових технологій компаніям доводиться кардинально міняти свої операційні моделі, бути досить мобільними.

Новою операційною моделлю, яка практикує спільне використання, є платформа. Платформний метод почав використовуватися під час третьої промислової революції. Він заснований на мережевому ефекті при переході до цифрового простору. З початком четвертої промислової революції з'явилися глобальні платформи, тісно пов'язані з фізичним світом.

Стратегії платформ одночасно і дизруптивно, і економічно ефективні. Дослідження Массачусетського університету показали, що з 30 світових брендів з найбільшою сумарною ринковою вартістю в 14 найбільших застосовуються платформні стратегії [11, с. 73].

Гарним прикладом поєднання платформи і маркетингової стратегії високої орієнтації на клієнта є Amazon, яка перетворилася з книгарні в роздрібний конгломерат, щорічно приносячи 100 млрд. доларів прибутку. Фірма активно використовує мережеві ефекти, забезпечуючи через цифрові магазини доступ до мільйонів різних книг і музичних творів.

Широке розуміння клієнтських переваг і досягнення високої лояльності клієнтів дозволяє працювати одночасно в декількох секторах. В отриманні доходів акцент зміщується з продажу продукту на продаж послуги з його використанням і доступ до споживачів практично в глобальному масштабі.

Цифрова платформа об'єднує для спільного використання не тільки виробників, але і споживачів. Підключившись до підприємства зі спільного користування, наприклад, автомобілем, клієнт отримує послуги

мобільності без покупки самого товару, причому вельми диференційовані за типом автомобіля, ціною та іншими індивідуальними запитами.

Така послуга надається незалежно від місцезнаходження клієнта, тобто в будь-якій країні і місті, куди поширюється мережа. Причому корпорація, що надає послугу спільного користування, також не є власником автомобіля або іншого блага, наприклад, квартири, офісу тощо

Застосування платформного методу з глибоким знанням клієнтських запитів робить ринок прозорим і більш стійким.

Однак і тут виникають проблеми, до яких можна віднести:

- а) питання права власності;
- б) вибір з необмеженої пропозиції;
- в) взаємодія зі зростаючими по потужності платформами, які надають найширший масштаб послуг.

### **Ділове середовище в цифровому співтоваристві.**

У цифрову економіку розвивається нова організаційна структура бізнесу - система ланцюжка блоків (блокчейн). Сильна її сторона - децентралізованість, завдяки якій платежі переміщаються в глобальному просторі миттєво і прозоро. Тому не потрібно відкривати безліч офісів і створювати юридичні особи з усіма притаманними їм адміністративними витратами.

Блокчейн дозволяє будувати дешеву бізнес-структуру з невеликою кількістю внутрішніх фахівців. Інших може бути десятки тисяч, розосереджених по всьому світу. Наприклад, в глобальному агентстві IMG - 60 співробітників і небагато людей, що продають рекламу [2].

Принцип глобальної децентралізації прискорює стирання кордонів між країнами, і з поширенням блокчейна прогнозується поява великої кількості мультинаціональних компаній. Така нова організаційна структура бізнесу, притаманна цифровій економіці.

В останній ділове середовище змінюється багато в чому завдяки блокчейну, йдучи в цифрові коди і хмарні обчислення. Крім заміни функції банків і традиційних фінансових організацій, звільняючи проекти від прив'язки до ставки рефінансування, блокчейн в майбутньому зможе замінити суди, юристів, замість договорів реалізуючи трудове право.

Смарт-контракт являє собою формулу «якщо А, то Б» і може бути закодованим трудовим договором, за яким при дотриманні заданих умов (наприклад, змінна «звільнення» менше одиниці) працівнику автоматично виплачується заробітна плата і робиться запис у публічний реєстр.

Хмарні організації і хмарні суди також несуть нові якісні характеристики ділового середовища, що стають цифровим. Наприклад, проект Aragon створює компанії, які знаходяться всюди і в той же час ніде.

Іншими словами, децентралізована глобальна компанія існує поза юрисдикції країни. Для бізнесу це велика економія на внутрішньофірмових транзакцій, зате для держави - проблема з оподаткуванням і регулюванням.

Втім, правове регулювання здійснює сам блокчейн. Смарт-контракт і стоїть на сторожі порядку. Крім цього можливе існування хмарного арбітражу: програма сама вибирає присяжних засідателів з блокчейн-спільноти. Вони вивчають документацію і зміст конфлікту. Заблокована спірна сума в залежності від вердикту або залишається на рахунку компанії, або перекладається на рахунок співробітника.

Таким чином, переходячи в цифровий просторі, багато установ, в тому числі і суди, змінюють свою організаційну форму. Проблеми вирішуються швидко і на високому експертному рівні. Електронний код не схильний ні до хабарництва, ні до лобіювання. Режим прав власності стає прозорим і гарантованим при інших рівних умовах.

Фахівці вдосконалюють захист від кіберзлочинності. Однак це завдання зараз стоїть перед державами всього світу і повинно вирішуватися на глобальному рівні. Блокчейн допоможе і в цій області.

Отже, ділове середовище буде вдосконалюватися при переході підприємства на цифрові технології ведення бізнесу і з'єднанні їх з виробництвом. Їх використання і поширення полегшує роботу, перш за все знижуючи трансакційні витрати. А значить, створюються додаткові джерела прибутку і конкурентні переваги.

**Висновки.** У статті розглянуто нові методи та організаційні форми ведення бізнесу в умовах цифрової економіки і цифрової трансформації. Досліджено зміни стратегій ведення бізнесу, конкурентної боротьби, нові можливості маркетингу і роботі з клієнтами, поява нових джерел прибутку і факторів конкурентоспроможності за рахунок зміни поведінки людей.

### **Література**

1. Брукінг Е. Інтелектуальний капітал / Е. Брукінг. - СПб. : Санкт Пітербург, 2001. - 168 с.
2. Маслова Є. Блокчейн - це назавжди, готуйтеся [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://secretmag.ru/cases/interview/elena-masolova-tokenstars-blok-chein-eto-navsegda-gotovtes.htm>
3. Поплавська Ж.В. Інтелектуальний капітал економіки знань [Електронний ресурс] / Ж.В. Поплавська, В.Г. Поплавський // Вісник НАН України №7, 2007. – С. 52-62. – Режим доступу: <https://nbuv.gov.ua//all/herald/2007-02/a5-2.pdf>
4. Савельєв Є.В., Шевчик М. Г., Мартинюк В. О. Новітній маркетинг: навч. посіб. / Євген Васильович Савельєв (ред.). — К. : Знання, 2008. — 420 с.
5. Сафрончук М. В. Вплив інформаційної економіки та глобалізації на фактори економічного зростання / Вісник Академії. - 2014 р. - № 4. - С. 31-34.
6. Сафрончук М. В. Глобалізація та економічне зростання / Економіка і управління: проблеми, рішення. - 2017. - № 4. - С. 26-32.

7. Сафрончук М. В. Ціноутворення на монопольному ринку / Економіка і управління: проблеми, рішення. - 2016. - № 4. - С. 61-68.
8. Сафрончук М. В. Цифрова поступ революції (четверта промислова революція і цифрова трансформація) / Економіка і управління: проблеми, рішення. - 2017. - № 11. - Т. 5. - С. 52-56.
9. Стрілець І. А. Вплив нових технологій на економічну поведінку споживачів і фірм / США і Канада: економіка, політика, культура. - 2008. - № 8. - С. 63-72.
10. Стрілець І. А. Інформаційна економіка як загальносвітовий соціальний феномен / Міжнародні процеси. - 2011. - Т. 9. - № 1. - С. 25-37.
11. Шваб К. Четверта промислова революція. М. : Изд-во «Е», 2017. - 209 с.
12. Shwab K. The Fourth Industrial Revolution: What It Means and How to Respond [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.foreignaffairs.com/articles/2015-12-12/fourth-industrial-revolution>

### **References**

1. Brukingh E. Intelektualnyj kapital / E. Brukingh. - SPB. : Sankt Peterburgh, 2001. - 168 s.
2. Maslova Je. Blokchejn - ce nazavzhdy, ghotujtesja. URL: <https://secretmag.ru/cases/interview/elena-masolova-tokenstars-blokchein-eto-navsegda-gotovtes.htm>
3. Poplavsjska Zh.V. Intelektualnyj kapital ekonomiky znanj [Elektronnyj resurs] / Zh.V. Poplavsjska, V.Gh. Poplavsjskyj // Visnyk NAN Ukrainy #7, 2007. – S. 52-62. - URL: <https://nbuv.gov.ua//all/herald/2007-02/a5-2.pdf>



4. Saveljjev Je.V., Shevchyk M. Gh., Martynjuk V. O. Novitnij marketyng: navch. posib. / Jevghen Vasyljovych Saveljjev (red.). — K. : Znannja, 2008. — 420 s.
5. Safronchuk M. V. Vplyv informacijnoji ekonomiky ta ghlobalizaciji na faktory ekonomichnogho zrostannja / Visnyk Akademiji. - 2014 r. - # 4. - S. 31-34.
6. Safronchuk M. V. Ghlobalizacija ta ekonomichne zrostannja / Ekonomika i upravlinnja: problemy, rishennja. - 2017. - # 4. - S. 26-32.
7. Safronchuk M. V. Cinoutvorennja na monopoljnomu rynku // Ekonomika i upravlinnja: problemy, rishennja. - 2016. - # 4. - S. 61-68.
8. Safronchuk M. V. Cyfrova postup revoljuciji (chetverta promyslova revoljucija i cyfrova transformacija) // Ekonomika i upravlinnja: problemy, rishennja. - 2017. - # 11. - T. 5. - S. 52-56.
9. Strilecj I. A. Vplyv novykh tekhnologhij na ekonomichnu povedinku spozhyvachiv i firm // SShA i Kanada: ekonomika, polityka, kuljtura. - 2008. - # 8. - S. 63-72.
10. Strilecj I. A. Informacijna ekonomika jak zaghajnosvitovyj socialjnyj fenomen // Mizhnarodni procesy. - 2011. - T. 9. - # 1. - S. 25-37.
11. Shwab K. Chetverta promyslova revoljucija. M .: Yzd-vo «E», 2017. - 209 s.
12. Shwab K. The Fourth Industrial Revolution: What It Means and How to Respond URL: <https://www.foreignaffairs.com/articles/2015-12-12/fourth-industrial-revolution>