

маркетингу[1].

Отже, «цифрові трансформації» створюють поле для масштабних, цікавих, драйвових проєктів та ініціатив. Коли Україна стане полігоном «цифрових» трансформацій, вона приверне увагу інвесторів, крок за кроком вона буде ставати інноваційним лідером. Людський капітал отримує можливості для реалізації. Зменшиться міграція інтелекту за кордон. Життя у «цифровій» економіці надасть громадянам нові можливості для бізнесу та власної реалізації, навчання, креативності, відпочинку.

Список використаних джерел

1. Краус Н. М., Клаус К. М. Інноваційне табло України. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. – 2017. – № 6. URL: <http://www.easterneuropeebm.in.ua/6-2017-ukr.net>
2. Лісович М. Україна переходить на “цифрову економіку”. Що це означає. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/2385945-ukraina-perehudit-na-cifrovu-ekonomiku-so-ce-oznacae.html>
3. Фішук В. Хто виграє від цифрової економіки. URL: <https://biz.nv.ua/ukr/experts/hto-vigraje-vid-tsifrovoji-ekonomiki-1001103.html>
4. Фішук В. Цифрова економіка – це реально. URL: <https://biz.nv.ua/ukr/experts/tsifrova-ekonomika-tse-realno-1001102.html>
5. Mesenbourg T. L. Measuring the Digital Economy / US Bureau of the Census, Suitland, MD. 2001. URL: <https://www.census.gov/content/dam/Census/library/workingpapers/2001/econ/umdigital.pdf>

Гриценко А.А.

чл.-кор. НАНУ, д.е.н., професор

*ДУ «Інститут економіки та прогнозування НАН України»,
м. Київ*

ЦИФРОВІЗАЦІЯ ЯК СУЧАСНИЙ ТРЕНД ЕКОНОМІЧНОГО ТА СУСПІЛЬНОГО РОЗВИТКУ

Цифровізація є одним з провідних трендів сучасності. Уряди багатьох країн мають амбітні програми цифровізації економіки та суспільства. З цифровізацією пов'язується подальший науково-технічний та соціально-економічний прогрес. Разом з тим

цифровізація органічно пов'язана з мережевим характером соціально-економічних зв'язків і не тільки посилює можливості глобальної комунікації, а й створює суттєві ризики фрагментації людини і суспільства, що, в свою чергу, зумовлює появу та посилення нових форм соціальної та міжнародної конфліктності. В перспективі продовження цього тренду виводить суспільство за власні межі і формує принципово нову реальність.

Не зважаючи на велику активність дослідників у сфері цифровізації, її суть та історичне місце в технологічному розвитку суспільства належним чином не з'ясовано. В документах міжнародних організацій і урядів різних країн застосовується ціла низка «цифрових» категорій (цифровізація, цифрові технології, цифрова економіка, цифровий розвиток, цифрові перетворення, цифрові розриви, цифрова система, цифрова революція, цифровий ринок, цифрові платформи, цифрові фінансові послуги, цифрова ідентифікація тощо), але але чітких визначень цих понять не дається. Вони використовуються на рівні описових характеристик [1, с.9]. Наприклад, в Доповіді Світового банку "Цифрові дивіденди", зазначено: "Цифрові технології – інтернет, мобільні телефони і всі інші засоби збору, зберігання, аналізу інформації і обміну нею в цифровій формі – поширюються швидкими темпами" [2, с.2]. Цифрові технології в цьому випадку визначено шляхом переліку засобів діяльності з цифровою інформацією.

Переважа більшість визначень цифровізації здійснюється через знаходження її певних ознак. Наприклад, «цифровізація – це те, що потрібно, щоб зробити виробництво більш гнучким, пристосованим до реалій сучасного дня і конкурентоспроможним у «цифровому світі», що народжується» [3]. Або «цифрова трансформація (цифровізація, диджиталізація) – зміна форми бізнесу в умовах цифрової реальності на основі даних» [4]. В Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 роки цифровізація визначена як «насичення фізичного світу електронно-цифровими пристроями, засобами, системами та налагодження електронно-комунікаційного обміну між ними, що фактично уможливорює інтегральну взаємодію віртуального та фізичного, тобто створює кіберфізичний простір» [5].

В усіх цих визначеннях цифровізація розкривається не через

сутність, а шляхом переліку ознак, функцій і ролі. Сутність цифрових технологій може бути з'ясована шляхом відображення способу їх виникнення в історичному процесі технологічних змін і знаходження суттєвої відмінності від попередніх технологій передачі інформації. З урахуванням сказаного цифровізація може бути визначена як застосування в процесі виробництва, розподілу, обігу і споживанні благ технологій, що базуються на дискретній кодовій системі обробки і передачі інформації. Саме це відрізняє цифрові технології від аналогових, на зміну яких вони приходять. Разом з тим розвиток нейронно-мережових технологій виходить за межі цифрових способів обробки і передачі інформації, а застосування саме цих технологій є найбільш перспективним напрямком, пов'язаним із створення штучного інтелекту.

Можна також звернути увагу на те, що існують способи передачі інформації, які базуються на інших принципах (наприклад, успадкування генетичної інформації). Може виникнути ситуація, коли цифровізація виявиться достатньо коротким у часі періодом технологічного розвитку, певною мірою – модою, на зміну якій прийде мода на більш нові технології, як це було, наприклад, з хімізацією, нанотехнологіями тощо.

З іншого боку, можливою є ситуація, коли термін, який використовувався для позначення одиничного явища починає використовуватися у більш загальному значенні. Наприклад, джип зараз не тільки автомобіль певної фірми, а й назва для всіх позашляховиків; техніка – не тільки уміння, майстерність (значення, у якому цей термін вживався у стародавній Греції), а й матеріальні засоби виробництва (машини, устаткування тощо). В такому випадку термін цифровізації буде розповсюджений на всі більш розвинені форми передачі та обробки інформації, що певною мірою уже відбувається зараз.

Цифровізація змінює співвідношення матеріального та ідеального. Ідеальне раніше існувало як спосіб віддзеркалення у голові людини реального і оперування з ним. Віртуальне виникає внаслідок винесення ідеального за межі людської голови і представлення його як реального (наприклад, у комп'ютерних іграх). Внаслідок цього формується віртуальне, і світ перетворюється у гібридне утворення. Логіка цифровізації є оберненою логіці пізнання, бо перша представляє перетво-

рення реального в ідеальне, а друга – ідеального в реальне. Три найбільш загальні форми перетворення реального в ідеальне і оперування з ним в голові людини (пам'ять, формальна логіка і розум) шляхом цифровізації перетворюються у зовнішні для людини технології зміни реальності (пам'ять представлена хмарними та туманними технологіями, формальна логіка – когнітивними технологіями, а розум – штучним інтелектом). В загальному вигляді логіку цифровізації можна подати схематично (рис.1).

Розвиток цифрових технологій змінює також суб'єктно-об'єктні відносини. Суб'єктність людини поступово розмивається і переходить до глобального суб'єкта, яким стає не окрема людина, а технізоване (оцифроване і перетворене значною мірою в штучне утворення) людство. На цьому шляху є свої етапи розвитку. На першому етапі людина залишається суб'єктом, яка сама ставить цілі своєї діяльності в залежності від об'єктивних обставин, але користується смартфоном і за допомогою цифрових технологій вирішує значну частину всіх своїх життєвих проблем. Це цифрова людина (digital man) [6].

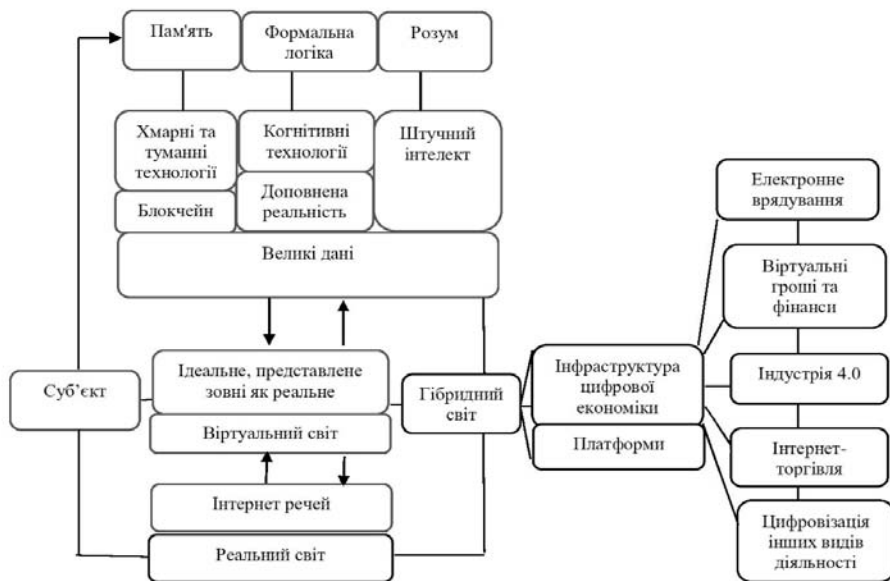


Рис. 1. Логіка цифровізації

Джерело: складено автором [1, с.15]

На наступному етапі суттєво зростає роль мережі у форму-

ванні рішень і цілепокладанні людини. Суб'єктність (суть якої виявляється саме в цілепокладанні як вираженні суті людини через її потреби, інтереси і способи діяльності) розвивається і поступово втрачається. Людина стає мережевою (netman), тобто такою, напрям думок і цілі якої формуються мережею [7, с.10]. В цьому процесі реальна суб'єктність людини перетворюється на формальну. Логіка розвитку цього процесу дозволяє висунути гіпотезу, що на третьому етапі мозок окремої людини стає лише одним із елементів взаємодії нейронної мережі мозку людства і штучного інтелекту, подібно до того, як у мозку однієї людини мислення відбувається лише через взаємодію нейронів. Цьому етапу відповідає штучна людина (artificial man) як природно-історично-штучне утворення, в якому синтезовані біосоціо-технологічні складові і яке є фрагментом глобального суб'єкта. Суб'єктність людини в цьому випадку стає не лише формальною, а й віртуальною, тобто такою, яка існує лише у власному просторі людини, який не перетинає межу реального.

Діяльність цього суб'єкта спирається на використання як органічного, так і неорганічного тіла людини, яке утворюється хмарними і туманними технологіями як віртуальним продовженням пам'яті людини, що існує в мозку її органічного тіла; промислово-технічним комплексом як предметним втіленням способів діяльності людини; штучним інтелектом як неорганічною формою існування її розуму. Таким чином, цифровізація як сучасний тренд в перспективі виводить людство за власні межі та формує новий глобальний суб'єкт.

Список використаних джерел

1. Гриценко А.А. Цифровий розвиток: структура, капіталізація та соціалізація // Економічна теорія. 2018. № 4, с.5-20.
2. Цифровые дивиденды. Доклад о мировом развитии. 2016. URL: https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/23347/210671RuSu_m.pdf
3. Что такое «цифровизация» предприятия? URL: <http://ua.automation.com/content/chto-takoe-cifrovizacija-predprijatija>
4. Что такое цифровизация? URL: <https://www.executive.ru/management/itforbusiness/1989667-chto-takoe-tsifrovizatsiya>
5. Концепція розвитку цифрової економіки та суспільства України

на 2018-2020. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/67-2018-%D1%80/ed20180117#n20>

6. Скиннер К. Человек цифровой. Четвертая революция в истории человечества, которая затронет каждого / пер. с англ. О. Сивченко; [науч. ред. К. Щеглова]. - М.: Манн, Иванов и Фербер, 2019. - 304 с.

7. Иерархия и сети в институциональной архитектонике экономических систем: монография / под. ред. чл.-кор. НАН Украины А.А.Гриценко; НАН Украины, Ин-т экон. и прогнозир. – К, 2013. – 580 с.

Дибчук Л.В.

к.і.н., доцент

Вінницький кооперативний інститут, м. Вінниця

МАЙБУТНЄ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ ЗА ЦИФРОВИМ МАРКЕТИНГОМ

Digital – маркетинг (цифровий або інтерактивний маркетинг) – це вид маркетингової діяльності, який передбачає використання різних форм цифрових каналів для взаємодії зі споживачами та іншими контрагентами на ринках [3]. Digital – маркетинг – це використання всіх можливих форм цифрових каналів для просування продукції. Сюди належать телебачення, радіо, Інтернет, соціальні медіа та інші форми. Digital - маркетинг тісно переплітається з інтернет-маркетингом, але в ньому вже розроблено низку технік, що дають змогу досягати цільову аудиторію навіть в оффлайн-середовищі (використання додатків в телефонах, SMS/MMS, рекламні дисплеї на вулицях тощо).

Серед останніх трендів digital – маркетингу доцільно виділити ті, які активно використовуються у 2018 – 2019 рр. в Україні: 1) Онлайн-відео – це прекрасний спосіб виділитися з натовпу. Згідно з даними “The Well Street Journal” споживання онлайн-відео зросло в 10 разів між 2012 і 2017 рр., до того ж це стрімке зростання не сповільниться. Більш того, онлайн-відео випереджає кабельне ТБ серед підлітків і молодих глядачів [1]; 2) Нативна (природна) реклама. Реклама, органічно вбудована в контент, має більше шансів на прочитання користувачем, оскільки здається більш природною для нього. Відмітимо, що нативна